

Excellent **HÁIR**

# fashion *affairs*

Frisuren, Trends, Lifestyle und mehr

Frühling/Sommer 2008



Trends im  
Frühling/Sommer 2008

Frisurenguide  
made by  
Excellent **HÁIR**



Modetrends

# Hot Summer 2008



Maren Renninghoff (Taufstein), Madeleine (Mainz)

Die Männerwelt dürfte es freuen – endlich darf Frau wieder Frau sein.

Die Frau von heute ist selbstbewusst, emanzipiert, und bestens mit weiblichen Reizen ausgestattet und sollte keine Scheu mehr haben, diese auch zu zeigen. Also, liebe Damenwelt: keine Scheu –alles ist erlaubt.

Alles was fraulich ist, ist absolut up to date. Der Mode sind keine „maskulinen“ Grenzen mehr gesteckt. Röcke, als Mini oder knie lang, Stift- oder Glockenröcke, mit einem Bund kurz unter dem Brustumfang getragen.

Kleider in allen Formen und Farben, A-Linie, in der Taille schick gebunden, oder auch unterhalb der Brust. Enge oder weite Kleider, weiß, bunt, schwarz oder pastellfarben, egal, die weibliche Form macht es. Für jeden Typ Frau ist was dabei. Auch die Röhrenjeans in Caprilänge oder auch in lang hält sich wacker, allerdings wird diese mit Blusen und glitzernden T-Shirts kombiniert: im Bund eng und um den

Bauchumfang weit getragen, liegen diese schwungvoll auf der Hüfte.

Auch schwarze Westen können als Akzent eingesetzt werden. Ein wichtiger Tipp: Sorgen Sie ungedingt für die passenden Accessoires, lange auffällige Ketten, Trenchcoats in quiet-schend bunten Farben mit den passenden Taschen und auffällige Gürtel sind ein absolutes Muss, und wer zudem noch Mut hat, trägt einen Hut im Cowboylook.

Bei der aktuellen Schuhmode hat sich ein richtiger Mary-Poppins-Style entwickelt. Die Schuhe gehen von der ganz Spitzigen Form eher wieder weg, die Schuhe sollten elegant und vorne abgerundet mit Absatz sein. Mit Riemchen sind diese dann ein echter Hingucker. Pumps zur Jeans sind absolut hip, aber bitte keine Turnschuhe mehr. Ein kontrastreicher Eyecatcher ist immer noch die Kombination der Stiefel mit dem Kleid oder Rock, die Röhrenjeans in die Stiefel gesteckt, daran hat „Mann“ sich allerdings schon zur Genüge satt gesehen.

Frisurenguide  
Sommertrend:

*shorts!*



Kathi Wagner (Chemnitz)



Christine Awizio



Excellent HAIR New York

## ... und der Mann, mutiert der jetzt zur Frau?

Sportliche Elleganz ist der Trend 2008. Nein, meine lieben Herren, die Boss Boxershorts wollen wir nicht mehr unter der Jeans blitzen sehen, wenn wir das überhaupt je wollten. Der Mann von heute strahlt durch Zurückhaltung, weniger ist hier definitiv mehr. Auch hier sind die Accessoires sehr wichtig.

Der richtige Gürtel bringt bei einer „Normalo“ Jeans den richtigen Pep. T-Shirt ist nicht gleich T-Shirt, auf große Markennamen sollte verzichtet werden, gegen einen Totenkopf ist nichts einzu-

wenden. Damenwelt hingeschaut! Die Hemden werden klassisch schick und ganz eng getragen, vorausgesetzt „Mann“ kann es sich leisten. Auch hier sind Pastellfarben wichtig. Polos mit hochgestellten Kragen und Westen bieten viel Freiraum zur Kombination. Die klassische Bundfaltenhose sollte eher im Schrank bleiben, die Stoffhosen sind ohne Falten und ebenfalls ganz eng geschnitten.

Alles kann miteinander kombiniert werden, das legere Hemd mit der Stone Wash Jeans, das T-Shirt mit der Stoffhose, richtig getragen sieht das schlichtweg Klasse aus. *Claudia Blum*



Excellent HAIR Miami



Isabel Reis (Mannheim)



Annika Glass (Budenheim)



Olga Grabowski (Wiesbaden)



Cornelia Woelke (Wiesbaden)



Isabel Hahner (Langen)

# Ein Knigge kommt selten alleine



Excellent HAIR New York

Wer etwas auf sich hält, für den ist ein guter Umgangston unabdingbar. Selbst die ganz Kleinen können bereits an einem „wie benimmt man sich richtig zu Tisch“-Seminar in exklusiven Restaurants teilnehmen, damit auch die jüngsten Gäste sich wohlherzogen zu so spannend klingenden Vorspeisen wie „Schnecken á la Provence“ am Tisch zu benehmen wissen.

Damit ist es heute nicht mehr getan, denn Knigge ist so „in“ wie nie zuvor, quer durch alle Gesellschaftsschichten.

Adolf Freiherr von Knigge war eigentlich der Spross, einer verarmten Adelsfamilie. Am 16. Oktober 1752 wurde Knigge in der Nähe von Hannover geboren. 1769-1772 studierte er in Göttingen Jura. Zu seinem Bekanntenkreis zählte niemand geringerer als Johann Wolfgang von Goethe, es verwundert daher kaum, dass Knigge einen Teil seines Lebens unter anderem in Weimar und in Frankfurt verbrachte.

Von jeher war es A.F. von Knigge ein Anliegen, sich für die Menschenrechte einzusetzen, was ihm leider auch zu oft Kritik bei seinen adeligen Zeitgenossen bescherte.

Knigge lebte für die Politik, er wurde Schriftsteller und beschäftigte sich hauptsächlich mit der Emanzipation der bürgerlichen Gesellschaft. Seinem zweifelhaften Ruhm für alle Zeit als Vorreiter aller Benimmregeln der Gesellschaft zu werden, liegt seinem literarisches Werk „Über den Umgang der Menschen“ aus dem Jahre 1788 zu Grunde. Dieses

Buch war eigentlich zur Aufklärung der damals so genannten „bürgerlichen“ Gesellschaft gedacht und wurde somit völlig missverstanden.

Und heute? Knigge ist in aller Munde, jeder assoziiert Knigge sofort mit den richtigen und einzig wahren Benimmregeln. Noch heute wird sein Werk von seinen Nachkommen immer wieder aktualisiert und auf den neusten Stand gebracht.

**Knigge ist so „in“ wie nie zuvor**

„Knigge“ steht für das gute Benehmen in allen Lebenssituationen, was Knigge sagt, hat Hand und Fuß.

Man sitzt im Restaurant, Jeder von uns erinnert sich an folgende Regeln aus der Kindheit: „Sitz gerade. Ellbogen vom Tisch, man führe den Löffel zum Mund und niemals den Mund zum Löffel“ und, und, und...“.

So sagte Knigge einst, Herren sollten zur Begrüßung am Tisch aufstehen und Damen dürfen während dessen sitzen bleiben. Heute ist es nach neuesten „Kniggeeregeln“, unhöflich wenn die Frau sitzen bliebe, vielmehr sollte nun auch die Dame zu Begrüßung aufstehen.

Ob das Herrn von Knigge gefallen hätte, was so alles unter seinem Namen als Nonplusultra aller Höflichkeitsfloskeln bezeichnet wird? Wohl kaum, hatte er doch eigentlich eine andere Vision, nämlich dass die Rechte aller Menschen gleich sind - mit und ohne Benehmen. *Claudia Blum*

## Auszug aus den Knigge-Benimmregeln

- Bei einer Begrüßung sollte die Sonnenbrille unbedingt abgezogen werden.
- Wer niest, sollte kein „Gesundheit“ mehr erwarten, im Gegenteil, der Niesende hat zukünftig um Entschuldigung zu bitten.
- Beim Niesen hält man sich die linke Hand vor die Nase, es wäre sehr unhöflich und auch unappetitlich, wenn man erst in die rechte Hand niest und anschließend diese Hand geschüttelt zum Gruße angeboten bekommt.
- Eine „echte Dame“ raucht nicht auf der Straße, zugegebenermaßen ist dies nach dem neuen Rauchergesetz kaum mehr anders möglich, es gibt aber eine echte Alternativen: Aufhören! Frauen mit Zigaretten im Mund sehen ohnehin nicht ganz so elegant aus
- Wer ins Theater geht und sich seinen Platz vorbei an einer Reihe Menschen bahnen muss, wendet stets die Rückseite ab und geht mit der Vorderseite zu den Sitzenden dem Platz entgegen.
- Tellerdekorationen, wie Petersilie etc., dürfen heute mitgegessen werden.
- In Deutschland, und nur hier, betritt der Herr das Restaurant zu erst.
- Frauen aufgepasst: wie bereits erwähnt, heute müssen auch Sie zur Begrüßung aufstehen, wenn sich eine Person an Ihren Tisch begibt, es wäre unhöflich sitzen zu bleiben.
- Der Herr grüßt die Dame zuerst, nicht die Dame den Herrn



VIA VENETO – DAS FEINE, ITALIENISCHE RESTAURANT AUF DER WILHELMSTRASSE, BENANNT NACH DER RÖMISCHEN STRASSE, DIE FELLINI IN SEINEM KLASSIKER „LA DOLCE VITA“ UNSTERBLICH MACHTE, VERWÖHNT SEINE GÄSTE MITTAGS WIE ABENDS AN GESCHMACKVOLL EINGEDECKTEN TISCHEN. DIE KÜCHE ZELEBRIERT EINEN ORIGINALEN, NATURBELASSENEN STIL „Á LA MINUTE“. BESONDERE AUFMERKSAMKEIT GILT DEN PASTA-VARIATIONEN, ÜBER DIE MAN SICH VERSCHIEDENE KÄSE NACH WAHL HOBELN LASSEN KANN. EMPFEHLUNGEN FINDEN SICH AUF DER TAGESKARTE, DIE REZEPTE SIND – EINMALIG IN WIESBADEN – AUF DER KARTE ANGEGEBEN. VORNEHMILICH AUS DER TOSKANA UND APULIEN KOMMEN AUSGEWÄHLTE SCHINKEN, SALAMI, KÄSE UND ANDERE DELIKATESSEN, DIE MAN IN DER VITRINE ENTDECKEN UND AUCH FÜR ZU HAUSE KAUFEN KANN. DIE WEINE – AUSGEWÄHLTE TROPFEN AUS ITALIENISCHEN ANBAUGEBIETEN – KOMMEN AUS DEM KELLER DES STAMMRESTAURANTS „ROSSINI“ IN BISCHOFSHHEIM.  
VIA VENETO – ITALIENISCHER LEBENSSTIL AUF DER WILHELMSTRASSE!



RESTAURANT VIA VENETO • WILHELMSTR. 52A • 65183 WIESBADEN • TEL. 0 611 – 50 59 665  
GEÖFFNET DIENSTAG BIS SONNTAG AB 11.30 UHR BIS 23.30 UHR • MONTAG RUHETAG

VIA VENETO

# Die zehn häufigsten Fragen beim Friseur und Ihre Antworten

Khalil Davary steht Rede und Antwort über das, was Sie schon immer wissen wollten oder sich nicht getraut haben zu fragen.

**01** Ab wann spricht man von „echtem“ Haarausfall?

Vom richtigen Haarausfall spricht man, wenn man über den Tag hinweg mehr als 80 Haare verliert. Menschen haben hin und wieder Haarausfall, alle sieben Jahre wechselt das Haar Kleid. Da die Haare ein unterschiedliches Alter haben, passiert das nicht über Nacht, sondern innerhalb eines bestimmten Zeitraums, aber keine Sorge, die Haare wachsen in voller Pracht nach.

**02** Kann sich die Haarstruktur und die Menge im Laufe eines Lebens verändern?

Alle sieben Jahre, wenn die Haare sich erneuern, können sich Struktur, Farbe, Beschaffenheit und Menge ändern.

**03** Können die Haare auch während der Schwangerschaft und Stillzeit gefärbt werden?

Pflanzenhaarfarbe ist möglich, Strähnen sind unbedenklich, weil diese nicht mit der Kopfhaut in Berührung kommen.

**04** Schadet das Färben meinen Haaren?

Das Färben ist heutzutage nicht mehr so schädlich, weil die Industrie seine Färbeprodukte mit zusätzlichen Pflegemitteln ausstattet.

**05** Wie kann ich mein beanspruchtes Haar mit einfachen Naturprodukten, Honig, Öl, Ei etc. pflegen?

Mit solchen einfachen Mittel kann das Haar nicht gepflegt werden, weil es nur in Verbindung mehrerer Produkte wirksam wäre. Das ist aber, wenn man es richtig macht, fasst unmöglich. Die Pflegeprodukte enthalten alles, was nötig ist, um die Haare optimal zu pflegen, somit ist es völlig unnötig, sich einer solch aufwendigen Prozedur zu unterziehen.

**06** Kann Öl das Haar pflegen?

Nein, auch Öl kann nicht die Bestandteile, die dem Haar fehlen könnten, zurückgeben. Im Gegenteil, Öl macht das Haar fettig und zu weich, was zu dem trügerischen Schluss führen kann, das Haar wäre nun gepflegt. Das Öl indes liegt nur auf dem Haar auf und dringt nicht in die Spitzen ein.

**07** Wie schnell wachsen Haare eigentlich nach?

Das Haar wächst in der Regel, zwischen 1 bis und 1,5 cm pro Monat.

**08** Wachsen die Haare schneller wenn man Sie schneiden lässt?

Haare zu schneiden hat mit dem Wachstum nichts zu tun, denn das Haar wächst an der Wurzel, geschnitten wird es jedoch an der Spitze, schneiden wirkt also nicht anregend auf den Wachstum des Haares.

**09** Wachsen die Haare im Sommer schneller als im Herbst und Winter?

Nein, auch hier hat die Jahreszeit kein Einfluss auf das Wachstum.

**10** Verliert man im Herbst und Frühjahr mehr Haare als im übrigen Jahr?

Unterschiedlich, es kommt durchaus vor, dass manche Menschen in diesen Jahreszeiten mehr Haare verlieren als andere Personen. *Claudia Blum*



Sabrina Klotzber (Wiesbaden)



Julia Pfalzgraf (Heidelberg)



Annika Glass (Budenheim)



Sabine Jonas



Stefanie Rotsch (Taunusstein)



# Was bestimmt die Kaufentscheidung?

Ein Artikel von **Axel Mattenklott**  
 Professor für Psychologie mit dem  
 Schwerpunkt Wirtschaftspsychologie an der  
 Johannes-Gutenberg-Universität Mainz

„Deutschland ist ein Preisland“. Diese Meinung kann man häufig von Experten aus Marketing und Werbung hören. Und tatsächlich herrschen in vielen Märkten Werbeschlachten, in denen die einzige Waffe der Preis ist. Man denke nur an den Markt der Internet- und Telefonanbieter oder an die Flyer und Prospekte von Aldi, Lidl, Hornbach, Rewe oder Tegelmann, die aus der Samstagszeitung fallen.

Aus diesem Bild Mitunter entsteht der Eindruck, dass der Preis Maßstab unserer Kaufentscheidungen ist und wir Konsumenten den Überblick über die Preise behalten, um stets das günstigste Angebot auszuwählen. Allerdings gewinnt man als Wirtschaftspsychologe einen anderen Eindruck: Den Preis als bedeutsamstes Moment der Kaufentscheidung zu bezeichnen ist nur die halbe Wahrheit. Diesen Eindruck legen die Ergebnisse zahlreicher Studien nahe. Um nur einige zu zitieren: Konsumenten können sich schlecht an präzise Preise erinnern. Sie haben Vorstellungen von Referenzpreisen („so viel kostet eine Pizza“) und von fairen und unfairen Preisen, insbesondere wenn sie erfahren, wie die Preise bestimmt worden sind. Das ergaben Studien, die kurz nach der Einführung des Euros durchgeführt wurden. Die Teilnehmer dieser Studien sahen sich zuerst eine Speisekarte mit DM-Preisen an und anschließend eine Speisekarte mit den gleichen Gerichten, die in Euro ausgezeichnet waren. Es gab jeweils drei

Gruppen von Teilnehmern. Die Ergebnisse der Studien waren eindeutig: Die Unterschiede zwischen Euro- und DM-Preisen wurden in Richtung höherer Euro-Preise überschätzt. Um ein Beispiel her auszugreifen: Waren die DM- und Euro-Preise auf den Speisekarten im Mittel gleich, wurden die Euro-Preise immer höher eingeschätzt, zwischen 7 und 15%. Wenn Sie das lesen, werden Sie denken: „Aber mit der Einführung des Euros sind doch die Preise gestiegen“. Das ist richtig, aber der Anstieg der Preise wurde deutlich überschätzt. An den Ergebnissen der Studien kann man sehen, wie die Erwartung („Mit Einführung des Euros steigen die Preise“) die Wahrnehmung bestimmt.

Die Wirkung der Erwartung zeigt sich auch darin, dass Qualität und Preis in der Wahrnehmung von Konsumenten eng zusammenhängen. Der Preis wird als Indikator für Qualität gesehen – wie auch die Dauer der Garantie. In Kaufentscheidungen hat die vermutete Qualität ein größeres Gewicht als der Preis, denn man zahlt mehr für gute Qualität, aber schlechte Qualität wird durch einen niedrigen Preis nicht aufgewogen.

Neben Erwartungen sind es vor allem Motive, die bei Kaufentscheidungen eine bedeutsame Rolle spielen. In der psychologischen Forschung zu Konsumentenentscheidungen konnten vier solcher Motive identifiziert werden.

Da ist erstens das Motiv, korrekte Entscheidungen zu treffen. Jeder möchte das Risiko einer Fehlentscheidung ausschließen oder doch zumindest klein halten. Zweitens möchte man sich bei Kaufentscheidungen gedanklich möglichst wenig anstrengen. Dieses zweite Motiv lässt sich mit dem ersten Motiv nur schlecht vereinbaren, denn eine korrekte Entscheidung zu treffen, kann mühselig sein. Das kann man sich am Beispiel eines bevorstehenden Wohnungskaufs oder einer Wohnungsmiete gut vorstellen. Um eine korrekte Entscheidung zu treffen, muss man alle Merkmale der in Frage kommenden Wohnungen kennen und bewerten. Das ist nicht immer ganz einfach, zum Beispiel die Isolierung der Wände und die Qualität der Heizung zu bewerten. Und wenn einem bewusst wird, dass die Kenntnisse fehlen, um solche Merkmale zu bewerten, entstehen leicht unangenehme Gefühle. Sie zu vermeiden, ist das dritte Motiv von Kaufentscheidungen.

Unangenehme Gefühle können auch dann entstehen, wenn einem bewusst wird, was einem entgeht, wenn man sich für eine aus mehreren Optionen entscheiden muss, zum Beispiel für ein Auto, denn die nicht gewählten Autos sind ja nicht in allen Merkmalen schlechter als dasjenige, für das man sich entschieden hat. Deshalb schicken manche Autohändler den Käufern Argumente für die Richtigkeit ihrer Entscheidungen. Auch in Verpackungen findet man solche Argumente, die häufig mit der Formulierung „Sie haben gut gewählt“ anfangen.

Das vierte Motiv für Kaufentscheidungen ist deren soziale Anerkennung. Mit seinen Entscheidungen möchte man vor anderen und vor sich selbst als kompetent wirken. Vielleicht haben Sie die beiden folgenden Situationen schon einmal erlebt.

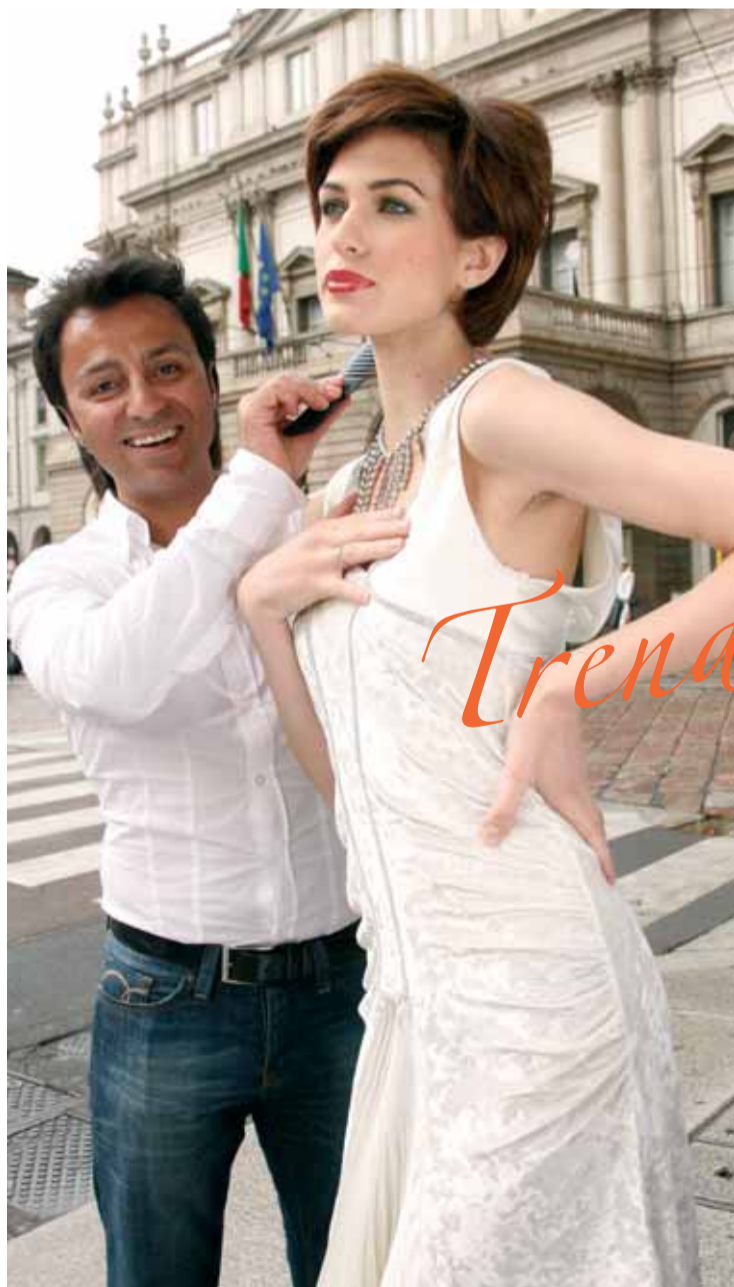
Die erste: Auf einem Flohmarkt entdecken Sie ein Gemälde mit einer Landschaftsdarstellung, die Ihnen gefällt. Der Verkäufer merkt das und fragt Sie, wie viel Sie dafür bezahlen würden. Nach einiger Überlegung sagen Sie: „Für 40 Euro würde ich es nehmen“. „Okay“, sagt der Verkäufer, und das Bild gehört Ihnen. Die zweite Situation: Auf dem Flohmarkt entdecken Sie das besagte Gemälde. Sie fragen den Verkäufer, was er dafür verlangt. „60 Euro“ ist die Antwort. „Höchstens 20“, sagen Sie. Nun wird gefeilscht und Sie einigen sich schließlich mit dem Verkäufer auf einen Preis von 40 Euro. Mit welcher der beiden Situationen werden Sie zufriedener sein? Ziemlich sicher mit der zweiten Situation, weil Sie nach dem Kauf etwas stolz sein werden, dass Sie so „smart“ waren und einen guten Preis ausgehandelt haben.

Motive und Gefühle hängen eng zusammen. Das lassen die Beschreibungen der vier Motive erkennen. Man entscheidet sich für Produkte und Dienstleistungen nicht allein wegen ihrer funktionalen Merkmale, sondern auch, weil durch ihre Nutzung unangenehme Gefühle vermieden werden, zum Beispiel Ärger mit dem Internet-Provider oder weil angenehme Gefühle entstehen, etwa wenn man seine Haare nach der Wäsche mit dem neuen Shampoo schöner findet als vorher.

Gefühle spielen bei Kaufentscheidungen dann eine bedeutsame Rolle, wenn entweder das Risiko einer Fehlentscheidung groß ist (es ist ärgerlich, wenn man den „falschen“ PC gekauft hat) oder wenn die funktionalen Merkmale der Produkte keine große Bedeutung haben. Zum Beispiel kauft man eine Schokolade, weil man sie genießen will und weniger, weil man damit seinen Hunger stillen möchte. Man kauft modische Kleidung seltener, weil sie vor Kälte schützt, sondern, weil man damit seinen Selbstwert stärken will.

Wie ist nun die Rolle des Preises einzuschätzen? Er ist dann bedeutsam, wenn man ein Produkt wegen seiner funktionalen Merkmale kauft und nicht wegen der angenehmen Gefühle bei seiner Nutzung, wenn das Risiko einer Fehlentscheidung gering ist (den Kauf eines Joghurts, der nicht schmeckt, kann man leicht verschmerzen) und wenn das Produkt sich zur Stärkung des Selbstwerts wenig eignet. Daher werden auf der einen Seite Produkte mit niedrigen Preisen und auf der anderen Seite Premiumprodukte gut verkauft. Oder würden Sie zu einem Friseur gehen, nur weil er besonders billig ist?

„Sie haben gut gewählt.“



## Trendsetter

Von Wiesbaden nach Mailand – von Mailand nach Wiesbaden

Im Mai 2008 lud die Global Hair and Fashion Group aus den USA Top-Stylisten aus aller Welt nach Mailand ein. Dort wurden die aktuellen Frisurentrends festgelegt und für ein weltweit erscheinendes Frisurenbuch von Top-Fotografen aus England, Irland, Kanada, den USA und Deutschland fotografiert.

Im nächsten Jahr wird das Treffen in Wiesbaden stattfinden!

Das Bild zeigt Khalil Dayary mit seinem Model vor dem Mailänder Dom.

# Ein maßgeschneidertes Baukonzept für Excellent HAIR

Um das ca. 150 Jahre alte Haus in der Prälat-Werthmann-Straße 4, Geisenheim, restaurieren zu können, bedurfte es einer hohen Fachkompetenz. Der Architekt und Diplomingenieur, **Manfred Kempenich**, verfügt über die nötige Erfahrung und Kompetenz, denkmalgeschützte Fachwerkhäuser sanieren zu können.

Manfred Kempenich ist ein ausgewiesener Spezialist für Umbau und Modernisierung insbesondere in der Denkmalpflege und Bauwerkserhaltung im Rheingau. Die neuen Räumlichkeiten der Filiale Excellent HAIR in Geisenheim, stellten Bauherr und Architekt vor eine große Herausforderung.

Das gesamte Gebäude musste innen komplett umgebaut werden. Ein Ladenkonzept mit Wohneinheiten sollte geschaffen werden. Es mussten Bodenhöhen verändert und Wände abgerissen, sowie neue Eingänge zum Geschäft und den Wohnungen und ein neuer Treppenzugang zum Keller gewölbe geschaffen werden.

Der Zugang für die Geschäftskunden sollte ebenerdig und nicht, wie früher über 2 Stufen, von der Fußgängerzone aus erreichbar sein. Es sollten neue Verbindungen zu den einzelnen Etagen und Stockwerken geplant und realisiert werden. Bei der Fassadengestaltung war es wichtig, den Anforderungen der Sanierungssatzung und des Ensemble-schutzes gerecht zu werden.

Besonderen Wert legt der gebürtige Geisenheimer darauf, mit so genannten „gesunden“ Baumaterialien zu arbeiten, hier besitzt Architekt Kempenich, ein ausgesprochen hohes Fachwissen im Umgang mit natürlichen und den Umweltanforderungen gerechten Baumaterialien. Dies hat für die Eigentümer besonders gesundheitliche Vorteile und es schafft ein deutlich gesünderes

Wohnumfeld für die Bewohner.

Alle Baumaßnahmen mussten bis ins Detail und wegen der schwierigen Situation der Statik, exakt geplant werden. Der Architekt und die beteiligten Handwerksbetriebe waren genau die Richtigen für diese Herausforderung. Nur durch sehr viel Liebe zum Detail, Sorgsamkeit und Leidenschaft zum Bauwerk konnte so ein schwieriges Unterfangen auch letztendlich gelingen. Äußerst sorgfältig, verantwortungsvoll und zuverlässig, gestaltete sich die Zusammenarbeit mit den Handwerkern, die eigens von Herrn Kempenich für diese sehr anspruchsvolle Arbeit persönlich selektiert wurden. Denn auch hier waren langjährige Erfahrung und Fachkompetenz im Umgang mit den Bausubstanzen des alten Bauwerks gefragt.

Das verputzte Fachwerk wurde freigelegt, was nun den besonderen Charme des Hauses hervorhebt. Durch eine professionelle und engagierte Arbeitsweise wurde das alte Haus zum wahren Prunkstück und zu einem Vorzeigeobjekt in der Geisenheimer Innenstadt. Man kann dem Gebäude heute ansehen, dass hier ein Architekt und viele Handwerker mit hohem fachlichen Know-how und Leidenschaft zu ihren Berufen am Werk waren.

*Claudia Blum*



Kontakt:

Manfred Kempenich  
Architekt und Dipl. Ing. (FH)  
Behlstraße 31  
65366 Geisenheim

Telefon: (06722) 980097

Fax: (06722) 980099

Mobil: 0171 / 38 60 241

E-mail:

Architekturbuero@t-online.de



Massom Davary und Lisa Bund

Im Januar 2008 war es endlich soweit: Nach aufwendigen Umbauarbeiten wurde in der historischen Altstadt, Prälat-Werthmann-Straße 4, die Eröffnung des neuen Salons von Excellent HAIR mit einer großartigen Party gefeiert.

Zeitweise mussten zahlreiche Gäste draußen anstehen, da ein Hineinkommen gar nicht möglich war. Das trübte aber keineswegs die fröhliche Stimmung, denn eingeweiht wurden die Räume von Lisa Bund, die erste Fisur in diesen Räumen bekam. Lisa war sehr beeindruckt und hochzufrieden mit dem neuen Look.

**Lisa Bund war offizieller Ehrengast bei der Neueröffnung des Salon Excellent HAIR in Geisenheim**

**ROBERT LEYDECKER**  
BAUUNTERNEHMEN  
Bauwerkserhaltung  
65385 Rüdeshelm / am Rhein • Tel. 0 67 22/26 56 • Fax 0 67 22/47 5 79

**HISO**  
Fenster & Türen  
Glaserl & Fensterbau  
Ihr Meisterbetrieb  
seit über 80 Jahren  
Karl Heinz Hillnauer  
Industriestraße 16  
65366 Geisenheim  
Telefon: 06722 / 8350  
Telefax: 06722 / 8325  
Internet: www.hiso-fenster.de  
e-mail: hiso-fenster@t-online.de



# Eine Erfolgsstory, gar nicht so schwer und doch einzigartig



## Wissenswertes über Khalil Davary

Nach seiner klassischen und soliden Ausbildung in der Nähe von Düsseldorf suchte er schon früh die besondere Herausforderung. So war er unter anderem bei einem bekannten Haarkünstler tätig, der Shows für ein spezielles Fachpublikum einer internationalen Haar-Pflegeserie ausrichtete. Er selbst nahm aktiv an zahlreichen Shows und Wettbewerben wie der Landesmeisterschaft der Friseure in Nordrhein-Westfalen und den bundesweiten deutschen Meisterschaften teil. Als er 1994 seine Meister-Prüfung bestand, war für Davary klar, dass er baldmöglichst in die Selbständigkeit gehen wollte, um mit der Freiheit eines eigenen Friseur-Salons alle Facetten seines Berufs ausschöpfen zu können.

Excellent HÁIR befindet sich nun im 10ten Jahr in der Wilhelmstraße in Wiesbaden und hat sich mit einem exzellenten Ruf fest etabliert. Aus den ehemals zwei Angestellten ist innerhalb von kurzer Zeit ein Team von fünfzehn gut ausgebildeten Friseurinnen und Frisuren entstanden, die sich alle mit Enthusiasmus und Hingabe ihrem Beruf widmen, denn nur so sind die Medienprojekte für Khalil Davary zu verwirklichen. Außerdem ist er anerkannter Ausbildungsbetrieb in Wiesbaden und sorgt so für den Nachwuchs, ein weiterer Salon wurde 2008 in Geisenheim eröffnet.

Angela Preijs

Excellent HÁIR ist ein Unternehmen mit Erfolg und stetigem Wachstum. Nicht vielen Geschäften ist es gelungen, sich so lange und erfolgreich in der Wilhelmstraße zu halten.

Das Konzept für den Erfolg von Khalil Davary, Gründer und Inhaber des renommierten Friseursalons, ist gar nicht so schwer und doch einzigartig.

**Herr Davary, wie schafft man es, sich so lange in einer so „teuren“ Einkaufsmeile zu etablieren?**

**Khalil Davary:** Immer am Zahn der Zeit bleiben. Wir sind sehr innovativ, machen viel für unsere Kunden, und sind selbst maßgeblich an der Entwicklung der internationalen Frisurentrends beteiligt. Es gibt kaum, wenn überhaupt, einen Friseur, der so viel für seine Kunden entwickelt und umsetzt, wie wir das machen. Nehmen wir z.B. die goldene Haarnadel: die Meinung unserer Kunden ist uns wichtig, und daher haben wir diesen Publikumspreis ins Leben gerufen, der auch von der Presse mit großem Interesse wahrgenommen wurde, um nur eins einer unserer vielen Serviceleistungen zu nennen. Eigenes Frisurenjournal mit unseren selbstkreierten, weltweit anerkannten Frisuren, das hat bisher noch kein Friseur seinen Kunden anbieten können, usw., usw. So ist es nun mal, dass wir durch unsere ständige Weiterentwicklung in aller Munde bleiben und einen hohen Bekanntheitsgrad bei unserer Zielgruppe genießen.

**Was unterscheidet Sie Ihres Erachtens noch nach von Ihren Mitbewerbern?**

**Khalil Davary:** Definitiv unsere Qualität zum Wohle der Kunden, immer gleich bleibend, keine Hektik. Der Kunde soll die Möglichkeit haben, sich bei uns richtig zu entspannen und wohl zu fühlen.



Khalil Davary (links) und das Excellent-HÁIR-Team

Frisurenguide  
Sommertrend:

lang und bewegt



Maren Renninghoff (Tausenstein)



Kristina Focke (Bad Schwalbach)



Sabrina Klotzber (Wiesbaden)



Sina Eichhoff (Wiesbaden)

Davary



Khalil Davary mit Model in New York

Das geht nur, wenn wir es schaffen, den Kunden diese benötigte Ruhe während des Aufenthaltes zu verschaffen. Kopfmassagen, Getränke aller Art, auch Sekt, sind eingeschlossen und wenn gewünscht, wird vom Italiener nebenan auch ein Menü besorgt. Bei uns fühlt der Kunde, was er für uns wirklich ist, nämlich der Mittelpunkt, um den sich alles dreht.

**Sie haben Kunden, die schon über viele Jahre bis hin zum Gründungsbeginn Ihnen die Treue halten, wie machen Sie das?**

**Khalil Davary:** Wie bereits erwähnt, bei uns steht der Kunde ganz individuell und einzigartig im Mittelpunkt. Jeder Kunde hat eine andere Gesichtsform, Haarstruktur, Bedürfnisse und das Auftreten sind verschieden. Der eine ist eher flippig, der andere klassisch chic, es ist wichtig, darauf einzugehen, aber gleichzeitig verändern sich Menschen auch stetig, entwickeln sich weiter. Deshalb stellt jeder Kunde für mein Team und mich immer wieder aufs Neue eine Herausforderung dar, egal wie oft er schon bei uns war oder ob er Erstkunde ist, denn es gibt beim Frisieren keine Routine. Ich denke, das merken unsere Kunden, dass wir uns wirklich mit Ihnen beschäftigen und auseinander setzen. Unsere Kunden kennen wir natürlich beim Namen und so sollte es sein.

**Wenn Sie auf die letzten zehn Jahre zurück blicken, was ist Ihr Resümee?**

**Khalil Davary (lacht):** Na da haben Sie sich ja eine Frage ausgedacht, wie viel Zeit und Platz haben Sie denn? (lacht herzlich) Als erstes bin ich unendlich meinen Kunden dankbar, wo wäre ich, wenn es diese nicht gäben würde. Sicher ist auch unser Qualitätsstandard maßgeblich am Erfolg beteiligt, es nützt aber alles nichts, wenn es der Kunde nicht sieht, bei uns ist das Dank unserer Kundschaft aber so.

Ich habe das große Glück, meine Leidenschaft zum Beruf gemacht zu haben, das können nicht viele von sich behaupten. Es war am Anfang schwierig, sich einer wirklich so großen Herausforderung zu stellen und ein Ladengeschäft in der Wilhelmstraße in Wiesbaden zu eröffnen. Aber es ist uns mit viel Elan und Fleiß, einem tollen Team, einigen oder auch vielen schlaflosen Nächten (lacht herzlich) gelungen, das Vertrauen und die Treue unserer Zielgruppe zu gewinnen und – ganz wichtig – es auch zu erhalten. Ja, man könnte sagen, ich bin wirklich glücklich und stolz über das erreichte Ziel. Wir werden auch in Zukunft alles geben und uns nicht auf den Lorbeeren ausrufen.

„Ich habe das große Glück meine Leidenschaft zum Beruf gemacht zu haben“

**Immer wieder hört man von Ihnen in der Presse. Jeder kennt Sie! Wie schafft man es als ein Unternehmen dieser Größenordnung, so viel Aufmerksamkeit zu erregen?**

**Khalil Davary:** Wir haben von Beginn unserer Gründung an immer dafür gesorgt, uns durch außergewöhnliche Dienstleistungen im Sinne unserer Kunden von meinen unseren Kollegen abzuheben. Da wäre z.B., wie bereits erwähnt, unser selbst produziertes Frisurenjournal mit eigens entworfenen Trendfrisuren, die inzwischen in der gesamten weltweiten Fachpresse veröffentlicht werden. Der Kunde kann, wenn er möchte, sich aus diesem Journal eine Frisur herausuchen und beim Stylisten, der diesen Look kreierte, gleich einen Termin machen.

Wir haben für das Publikum die „Goldene Haarnadel“ erfunden, hier bestimmt der Leser, welcher Stylist aus meinem Team die beste Kreation kreierte hat. Wir haben einen Modelcontest für die nächste Ausgabe des Journals ins Leben gerufen – übrigens ist in der Vergangenheit das ein oder andere Model dadurch in zwischen professionell in diesem Business tätig. All diese Aktionen und noch viele mehr, machen ausschließlich nur wir, und die Presse ist stark daran interessiert. RTL, ZDF, hr3, RPR1, Rhein-Main-TV, WDR, Wiesbadener

Kurier, Frankfurter Rundschau, Bildzeitung, usw. waren schon bei uns, nur um über uns zu berichten. Das ist doch was, finden Sie nicht? Das können nicht viele aus Wiesbaden von sich behaupten. Daher habe ich auch langjährige Kunden, die in regelmäßigen Abständen aus anderen Teilen der Welt anreisen.

**Ihrer Kreativität sind ja wirklich keine Grenzen gesteckt, demnächst planen Sie ein Late-Night-Styling mit Livemusik und Sekt, soviel man möchte.**

**Khalil Davary:** Ja, das ist unser neuestes Projekt, was für ein Service für unsere Kunden. Viele Kunden haben uns gefragt: „kann ich auch etwas später kommen, ich möchte heute Abend noch ausgehen“ oder „die Kinder liegen dann im Bett und ich habe die nötige Ruhe“. So kam ich auf die Idee, diesen Service anzubieten. Das ist echtes Wohlfühlen, warum sollte der Weg zum Friseur nicht auch Spaß machen? (lacht) Es wird eine Liveband die Kundschaft beim Stylen begleiten, dass ist doch ein außergewöhnlicher Anfang für eine lange Nacht! (Anmerkung Redaktion: Siehe auch Seite: 15)

**Herr Davary, wie sehen Ihre Zukunftspläne aus?**

**Khalil Davary:** Oh ich habe noch viel vor, ich bin noch lange nicht am Ziel angekommen. Aber eins verrate ich Ihnen, von uns wird man nach wie vor noch viel hören (lacht).

Das Gespräch führte Claudia Blum.



Maren Rennighoff (Tausnusstein)



Malict (Ingelheim)



Julia Pfalzgraf (Heidelberg)



Madeleine (Mainz)



Sabrina Klotzber (Wiesbaden)

„Touch of Eden“:  
Paradiesisches  
Wohlbefinden  
mit dem BABOR  
Trend-Make-up in  
der Saison  
Frühjahr/ Sommer  
2008



Interview mit Frau Rietsch,  
Babor Kosmetik, Wilhelmstraße, Wiesbaden

# Touch of Eden

Die Bewunderung des technischen Fortschritts und die Sehnsucht nach Natürlichkeit bestimmen den aktuellen Zeitgeist. Entsprechend wird das kommende Frühjahr eine Saison voller Widersprüche. Neue Trend-Outfits sind lässig und edel zugleich – sportlich, aber elegant. Weiße Töne und natürliche Farben symbolisieren das Umweltbewusstsein, Kombinationen aus hellen und kräftigen Farbtönen den Kontrast. In Büro und Freizeit dominiert Leichtigkeit die Mode. Sie steht für Entspannung und gelebte Weiblichkeit. Diese wird durch den trendigen Look mit leichten Hängern, mehrlagigen Chiffon-Roben und verspielten Accessoires unterstützt.

BABOR setzt diese Trends farblich effektiv in Szene. Raffinierte Produkte verleihen einen hellen und porzellanartigen Teint, der das Gesicht weich und feminin wirken lässt. Besonderes Highlight: perfekt inszenierte rote Lippen und Nägel.

## Lippen

Die topaktuellen Nuancen von BABOR FILLING LIP COLOUR sind fancy, ein satter Beerenton mit funkelnem Pearl-Effekt, und brick, ein warmes, feuriges Ziegelrot. Dank integrierter Hyaluronic Filling Spheres® werden Lippenfältchen von innen aufgepolstert. Das Ergebnis sind volle Lippen und eine klare Lippenkontur. Außerdem bringt BABOR DOUBLE LIP GLOSS die Lippen auf Hochglanz. Dieser 2-in-1-Stift hat auf der einen Seite farbigen, auf der anderen Seite einen glänzenden, farblosen Gloss und kann so unterschiedliche Effekte erzielen: Ob farblos dezent für den täglichen Gebrauch, oder funkelnende Farbbrillanz für den großen Auftritt. Das Lipgloss-Duo gibt es in dem fruchtigen Rotton grantia sowie im sommerlichen Orange orange juice.

## Nägel

BABOR erweitert mit den MINI NAIL COLOURS die Farbpalette durch zwei verführerisch changierende Nuancen: mit plum, einem edlen Rot-Violett und metallic red, einem warmen Rot-Orange. Beide Farben sind in der praktischen Mini-Flasche mit 4,5 ml erhältlich. Unentbehrlich für den makellosen Lack-Look ist BABOR NAIL COLOUR CORRECTOR. Der Korrekturstift entfernt kleine Lackierpannen blitzschnell und ist dabei sanft zu Nagel und Haut. Wenn einmal keine Zeit für ein aufwändiges Lackieren bleibt, verleiht BABOR NAIL CARE GLOSS in Sekundenschnelle unlackierten Nägeln einen natürlich wirkenden Glanz. Doch der Nagelglanzstift nicht nur optisch ein Glanzstück: Vitamin F und Proteine versorgen die Nägel gleichzeitig auch mit pflegenden Wirkstoffen und lassen sie perfekt manikürt aussehen. Der praktische Stift passt in jede Handtasche und ist somit auch unterwegs immer einsatzbereit.

## Teint

Lebendigkeit und rosige Frische – BABOR PERFECT TEINT besticht durch seinen besonderen Illuminating-Effekt. Der feine Puder verleiht dem Gesicht einen lebendigen, rosigen Teint und liegt damit voll im Trend. Er absorbiert überflüssigen Talg und eignet sich ideal zum Auffrischen des Make-Ups. Vielfältig einsetzbar und für jeden Typ geeignet – BABOR PERFECT ROUGE ist Highlighter (für die Augenpartie unter der Braue) und schattierender Bronze-Ton (für Nase, Stirn und Kinn) zugleich. Sein Licht-Schatten-Effekt zaubert perfekte Wangenknochen und verleiht dem Gesicht einen attraktiv getönten Schimmer. In einer handlichen Schachtel verpackt sind beide Produkte perfekte Begleiter für unterwegs. Ganz im Sinne des Bio- und Ökotrends verzichtet BABOR auf die Kunststoffdose und verwendet ausschließlich umweltschonende Bestandteile. Der zugehörige Pinsel besteht aus Naturhaar und einem unbehandeltem Holzgriff.

**Kommen Sie näher.**

Genießen Sie im BABOR City SPA am Kurhaus

- erwöhnende Gesichtsbearbeitungen
- Ganzheitliche Körperanwendungen
- Exklusive Beautyverwöhntage wie z.B. den Wiesbadener Kaiserstadt-Tag
- Trendgerechtes Make-up und Maniküre

**Besuchen Sie uns im Herzen von Wiesbaden!**

**BABOR City SPA am Kurhaus** · Wilhelmstraße 49 · 65183 Wiesbaden  
Tel. 0611/3600668 · Fax 0611/3600685 · [www.babor-cityspa.de](http://www.babor-cityspa.de)  
**ÖFFNUNGSZEITEN** · Mo-Fr 10.00 bis 18.30 Uhr · Sa 10.00 bis 16.00 Uhr  
Wellnessbehandlungen bis 20.00 Uhr

# Ein Bärenherz für kranke, pflegebedürftige Kinder mit geringer Lebenserwartung...

Bericht: Claudia Blum

...sollte jeder von uns haben, denn niemand ist dagegen gefeit, dass ihn ein ebenso schweres Schicksal selbst treffen kann. Das Kinderhospiz Bärenherz ist nicht nur Zufluchtsort für todkranke Kinder, sondern auch ganz besonders für deren Angehörige. Wussten Sie, dass es bis 2002 nur ein einziges Hospiz für Kinder in ganz Deutschland gab? Traurige Tatsache, aber wahr.



Dann eröffnete das zweite, speziell auf die Bedürfnisse von Kindern ausgerichtete Hospiz mit dem liebevollen und aussagekräftigen Namen „Bärenherz“, das ursprünglich eigentlich den Namen des berühmten Romans von Astrid Lindgren „Die Brüder Löwenherz“ bekommen sollte. In dem Roman sterben ebenfalls viel zu früh zwei junge Brüder. Dieser Name war jedoch bereits an ein anderes Hospiz vergeben. So entschieden sich die Gründer kurzer Hand, das Hospiz in „Bärenherz“ umzubenennen.

Es bedarf von allen Beteiligten eines großen Kraftakts, sich um pflegebedürftige und kranke Kinder zu kümmern, die nur noch eine begrenzte Zeit zu leben haben. Die benötigte und aufopfernde Pflege der Kinder und die damit verbundene psychische Belastung für die ganze Familie nimmt einem Menschen doch jede Kraft. Stark sein und die eigenen Bedürfnisse trotz schwindender eigener Reserven in den Hintergrund stellen - Eltern und Familie müssen in dieser Situation immer „funktionieren“, auch wenn Geschwisterkinder bei einer solchen familiären Belastung oft zu kurz kommen. Das alles tun

Eltern und Familienangehörige aus unermesslicher Liebe ihrem kranken Kind gegenüber.

Es gibt Menschen, die diese Schicksale nicht unberührt lassen, die nicht nur mit Worten glänzen, sondern mit Taten handeln. Für diese selbstlosen „Engel“ steht nicht ihr eigenes Selbstwertgefühl im Vordergrund, sondern tiefe und echt empfundene Hilfsbereitschaft ihren Mitmenschen gegenüber.

Die Angestellten und die ehrenamtlichen Mitarbeiter des Kinderhospizes Bärenherz sind solche „Engel“, die sich dieser schweren Belastung stellen. In unserer Gesellschaft ist ein derart uneigennütziges Handeln alles andere als selbstverständlich.

Diese Menschen haben es sich zum Ziel gesetzt, die betroffenen Familien zu entlasten, ihnen ihre Wünsche von den Augen abzulesen, den Eltern die Kraft zurück zu geben, die sehr oft auf der Strecke geblieben ist.

Wer nun glaubt, die Kinder und Jugendlichen im Alter von 0 bis 18 Jahren gingen hauptsächlich zum Sterben ins Hospiz, irrt.

Oftmals halten sich die Kinder nur für eine begrenzte Zeit in der fürsorglichen Einrichtung auf, damit ihre Familien entlastet, aber auch unterstützt werden können. Kinderkrankenschwestern, Musiktherapeuten, Pädagogen und ehrenamtliche Mitarbeiter stehen den Eltern in kind- und seit kurzem auch jugendgerechten, liebevoll gestalteten Räumen zur Seite und führen sie mit viel Fingerspitzengefühl durch diese schwere Zeit.

Hier werden den Kindern wichtige, uns selbstverständlich scheinende Wünsche erfüllt, wie z.B. der Besuch eines Weihnachtsmarktes, Plätzchen backen oder einfach nur der Wunsch eines Kindes, in einem Supermarkt einkaufen zu gehen. Oftmals trauen sich die Eltern aus Sorge um ihr Kind nicht selbst zu solchen Unternehmungen. Bei Bärenherz finden sie dafür die nötige Beratung, Unterstützung und Zuwendung.

Manchmal brauchen aber die betroffenen Familien und die Geschwisterkinder einfach ein wenig Zeit für sich selbst, etwa durch einen Kurzurlaub, um die dringend benötigten Reserven wieder auffüllen zu können, um



## Kontakt:

Bärenherz Stiftung  
Gabriele Orth  
Ehrengartstraße 15  
D-65201 Wiesbaden  
Tel: (0611) 182 83 84  
Fax: (0611) 182 83 65

Spendenkonto:  
Wiesbadener Volksbank  
Konto: 70 700  
BLZ: 510 900 00

Nassauische Sparkasse  
Konto: 222 000 300  
BLZ: 510 500 15

das durchzustehen, was unumgänglich auf sie zukommen wird: der Tod ihres geliebten Kindes.

Es sollte selbstverständlich sein, dass keiner von uns die Augen verschließt, auch nicht vor den unangenehmen Dingen des Lebens, sondern dass mancher vielleicht sogar selbst die Initiative ergreift und nach bestem Wissen und Können anderen Menschen hilft. Dass jeder von uns einmal die eigenen Bedürfnisse zum Wohle der anderen in den Hintergrund stellt, so wie es die Gründer, Helfer und Angestellten von Bärenherz tun, die mit bestem Beispiel vorangehen. Denn es gibt immer noch zu wenig Engel auf unserer Erde. Was würden wir tun, wenn es diese Menschen nicht gäbe!

Wenn Sie auch ein „Bärenherz“ besitzen und noch mehr Informationen über die Bärenherz-Stiftung sowie das Kinderhospiz Bärenherz wünschen, steht Ihnen Frau Gabriele Orth von der Geschäftsleitung gerne zur Verfügung. Oder spenden Sie unter der angegebenen Bankverbindung (siehe Kasten), denn das Kinderhospiz wird zu zwei Dritteln über Spenden finanziert.

Frisurenguide  
Sommertrend:

shorts!



Excellent HAIR New York



Excellent HAIR Miami



Charlotte Zepp (Mainz)



Christina Awizio (Wiesbaden)

# Seit 10 Jahren am Puls der Haartrends

Excellent HÁIR bestimmt seit 7 Jahren die internationalen Frisurentrends und feierte 2007 sein 10 jähriges Bestehen



Seine internationale Karriere als Frisuren-Trendsetter geht stetig voran, und Khalil Davary ist mittlerweile ein festes Mitglied der Global Hair and Fashion Group. Seine Arbeiten wurden in weit über 300 Frisuren- und Lifestyle Magazinen der USA, Kanada und Europa veröffentlicht. Über 1000 Bildmotive wurden allein in den USA unter dem Namen seines Salons „Excellent HÁIR/Wiesbaden“ veröffentlicht. Er erhält den Medien-Award 2007 der Global Hair&Fashion Group für die Leistung, mit seinen Frisuren einer der zehn meistgenannten Salons weltweit zu sein.

Durch den Frisuren-Creator, Khalil Davary, Inhaber des Wiesbadener Salons Excellent HÁIR, wird Wiesbaden mit der internationalen Modewelt von heute verbunden. Seit Jahren wird er als einer von insgesamt drei deutschen Friseurmeistern, die von der internationalen Modegruppe Global Hair & Fashion Group immer wieder zu den Foto-Shootings in das legendäre Fotografenhotel „Riz Plaza“ in Florida oder nach New York in die Fotos-Studios der 5th Avenue, Mailand und London eingeladen, um die aktuellen Damen- und Herrenfrisuren in einem weltweit aufgelegten Trendfrisuren-Buch darzustellen.

Was für viele Hairstylisten ein Traum bleibt, nämlich professionelle Anerkennung und internationale Zusammenarbeit, ist für Khalil Davary in Erfüllung gegangen. Dort entwickelt er mit weiteren internationalen Kollegen aus den USA und England typ- und trendgerechte Frisuren für die kommende Saison. Das Buch erscheint in jedem Jahr im Herbst und wird weltweit vertrieben. Es ist ausschlaggebend für die internationalen Haartrends der Damen - und Herrenfrisuren.

Seine eigenen Projekte in Wiesbaden sind einzigartig in der Frisurenbranche. So sind im Jahr 2005 zwei Pockethefte entstanden und im April 2006 ist das IV. Stylingjournal 2006/07 im Hochglanzformat mit 64 Seiten veröffentlicht worden, und das ideenreiche Jubiläumsmagazin ist pünktlich zum 10jährigen veröffentlicht worden. So werden Möglichkeiten eröffnet, die weit über das Berufsbild des Friseurs hinausgehen und eine ungeheure Kraftanstrengung auch finanzieller Art bedeuten, da das kreative Stylingjournal kostenfrei erhältlich ist.

Davarys Anspruch ist es, nicht nur kreativ tätig zu sein, sondern auch typbedingte Frisuren bezüglich der Farbe und des Schnittes zu kreieren. Schönheit ist für ihn eine Herzensangelegenheit. Phantasie und fachliches Können gehören dazu, um eine Frisur zu entwickeln, die seinen Kunden auch Möglichkeiten der Veränderungen einräumt. Damit wird er dem Anspruch der Kunden gerecht, bei einer Abendgesellschaft anders auszusehen als im Business-Alltag. Die Art seines Selbstverständnisses und die Neugier, etwas Neues auszuprobieren, haben ihn über die Grenzen Wiesbadens hinaus bekannt gemacht. *Angela Preijs*



Frisurenguide  
Sommertrend:

*sinnlich*



Excellent HÁIR Miami



Excellent HÁIR Miami



Isabelle Schlegel (Wiesbaden)

# Lisa Bund überreichte die goldene Haarnadel 2007



Zum zweiten Mal lud im Oktober 2007 Khalil Davary, in seinen Salon alle Teilnehmer und Gewinner zur Vergabe des einzigen Publikumspreises für Frisuren in Deutschland die „Goldene Haarnadel“ ein.

Alle waren gespannt, wie das Publikum entschieden hat, denn letzten Endes bestimmt die Trägerin, was tatsächlich attraktiv ist. Die Gäste und Preisträger wurden mit einer hinreißend, natürlichen Lisa Bund als Glücksfee überrascht, die unermüdlich Autogramme gab und die Preise überreichte. Steffen Popp, bekannteste Radiostimme Hessens und den meisten als FFH- und Frankfurt Galaxy Moderator bekannt, moderierte mit viel Fröhlichkeit und Humor. Die Musik von der Band „New Note“ sorgte für stimmungsvolle Momente, besonders auch bei der Vergabe der 15 äußerst attraktiven Publikumspreise. Die Gewinner konnten sich über ein Gourmet-Wochenende in der Villa Toscana Taunstein-

Wehen, über Essen bei Kerzenlicht oder über einen Kosmetiknachmittag im Hotel Nassauer Hof in Wiesbaden freuen.

„The winner is...“, verkündete Steffen Popp: „Masoom Davary“. Seine kreierte Frisur war der eindeutige Favorit des Publikums. Einfach eine coole jugendliche Frisur. Sie bekam 1436 Punkte. Die Frisur ist für jedes Alter attraktiv. Der natürliche Look umspielt mit geslicten Spitzen die Gesichtskonturen.

Sie leuchtet in verschiedenen, eingearbeiteten Blond-Nuancen, vom strahlenden Perlmutter über Bernstein bis hin zum glänzend braunen Topas-Ton. Der zweite Platz ging an die Stylistin Valentina Ertugul mit 1356 Punkten und der dritte an Stylistin Rita Saleh mit 1100 Punkten, die auch alle mit einer Urkunde ausgezeichnet wurden. Masoom als Bruder von Inhaber Khalil Davary konnte seine Gefühle kaum verbergen und sprach gerührt: „Mit einem Publikumspreis geehrt zu werden, ist wirklich die höchste Auszeichnung“.

Über die Entscheidung des Publikums kann man sagen, dass die Frisuren, die den natürlichen Typ der Trägerin unterstreichen, die meisten Punkte bekamen. Top

Friseur Khalil Davary fasst zusammen: „Frisuren mit gekämmten Seitenscheitel und mit leicht angedeutetem Pony sind die Favoriten. Die Bewegung im Haar sollte verhalten sein, denn die eingearbeiteten Farb-Highlights bringen genug Bewegung in den gesamten Look. Die Haare also eher glatt und kopfbetont, und wenn Locken, dann sollten diese natürlich fallen. Die Farbe also nicht zu künstlich, gut sichtbar eingearbeitete Farbakzente von strahlend hell bis ins glänzend Dunkle dürfen es aber gerne sein.“

Angela Preijs

Das Publikum hat entschieden. Hier die Ergebnisse der Best of Hairstyles 2007!

- 1. Platz: Stylist Masoom Davary 1.436 Punkte
- 2. Platz: Stylistin Valentina Ertugul 1.356 Punkte
- 3. Platz: Stylistin Rita Saleh 1.100 Punkte

Excellent Hair verleiht Die Goldene Haarnadel 2007



*Eine gute Küche ist das Fundament allen Glücks*

G. A. Escoffier (1846-1935)

Meinungsumfragen bestätigen, dass Gesundheit als wichtigste Quelle des Glücks angesehen wird.

50% der heutigen Erkrankungen wie Diabetes mellitus, Bluthochdruck, Herz- Kreislauferkrankungen oder Fettstoffwechselstörungen sind weitgehend auf falsche und schlechte Ernährung zurückzuführen. Schon die traditionelle Chinesische Medizin kannte den Stellenwert der Ernährung bei der Vorbeugung oder Behandlung von Krankheiten.

Die Anti-Aging- oder besser: Better-Aging-Bewegung hat dazu beigetragen, dass wir uns heute gesundheitsbewußter ernähren. So war es konsequent, dass beim Zusammentreffen von Medizin und Kreativer Kochkunst eine Speisekarte entstand auf der Basis von Produkten, die nicht nur köstlich schmecken und verlockend präsentiert werden sondern auch einen Beitrag leisten zu Gesundheit und Wohlbefinden.



„Gesundheit kann man essen“ so lautet der Leitsatz von Dr. Hannelore Neumaier, HNO-Ärztin und Psychotherapeutin, der Inhaberin des renommierten Lokales „Le petit Tartin“ gelegen an Wiesbadens schönstem Innenstadtplatz im Historischen Fünfeck, gegenüber von Theater und Kurhaus, mit Blick auf den „Nassauer Hof“ – im Sommer von einer gepflegten Terrasse mit Springbrunnen als Hintergrundmusik, im Winter aus einem elegant-natürlich eingerichteten Lokal mit dem unverwechselbarem Charme von Naturholzmöbeln und farblich abgestimmten Stuhl- und Kissenbezügen.

(Dr. Neumaier: Jeder von uns hat sich schon die Frage gestellt, wie das Leben gelaufen wäre wenn... Nur die wenigsten trauen sich, Alternativen konkret auszuleben. Ich nutze diese Chance mit Übernahme des Restaurants.)

Mit Alexander Thiel, der in Häusern wie Riz Carlton Berlin oder Möwenpick Dubai seine Spuren verdient hat, steht ein innovativer, fantasievoller Mann in der Küche, der aus guten, frischen Produkten Gerichte komponiert, mit denen er immer wieder seine Gäste überrascht und verwöhnt.

Neben Stammgästen stellen vor allem Theater- und Konzertbesucher eine geschätzte Klientel des Restaurants dar, die auch nach langen Opernaufführungen immer noch warme und kalte Gerichte bei gepflegten Weinen oder einem guten Bier genießen können. (Nicht zu vergessen, die Sänger und Schauspieler, die gerne auf einen „Absacker“ reinschauen.) Wegen der begrenzten Anzahl der Tische ist eine Reservierung unbedingt angeraten.

**Le petit Tartin**  
Wilhelmstraße 52  
65183 Wiesbaden  
Tel.: 0611 . 58 06 997



Excellent HAIR Miami



Excellent HAIR Miami



Isabel Hahner (Langen)



Sandra Ogriseck (Wiesbaden)

**„Mein Rückengott“** – so lautet die Aussage eines seiner Schützlinge.  
**„Ganz oder gar nicht“** lautet der erste Einstiegssatz von Zoran Mujkic, Personaltrainer



Würden auch Sie gerne etwas an sich verändern, fehlt Ihnen aber einfach die Kraft und die nötige Motivation dazu, oder aber schlichtweg die nötige Zeit, um nach einem anstrengenden Arbeitstag ins Fitnessstudio zu fahren?

Wie wäre es, wenn es eine Person gäbe, die zu Ihnen nach Hause kommt und Sie mit vollem Einsatz unterstützt, Ihnen die Richtung mit sehr viel Disziplin weist, für Sie den Energie gleich mit bringt und es schafft, Sie bis zum Erreichen Ihre Ziele zu motivieren?

Schon in kürzester Zeit bringt er Sie an Ihre Grenzen - aber auch an Ihre Ziele. Immer mit Blick auf Ihre Gesundheit und Ihr Wohlbefinden. Vor jedem Trainingsbeginn, wird eine ausführliche Anamnese erstellt, die neben einem persönlichen Gespräch Gewichts-, Blutdruck- und Fettmessung beinhaltet.

Zoran Mujkic ist passioniert als Personaltrainer, bringt von Haus aus Disziplin und den festen Willen, mit Ihnen gemeinsam Ihr Ziel zu erreichen, mit. Er verfügt über die nötige Fachkompetenz u.a. durch seine umfangreiche Ausbildung als Großmeister in der Kampfsportart Muay Thaiboxen und ein fundiertes Fachwissen der menschlichen Anatomie durch seine Ausbildung als Diplommasseur von verschiedener Massagetechniken wie z.B. Ayurveda. Seine Führungs- und Motivationsqualitäten konnte er durch seine Trainertätigkeit von Selbstverteidigungskursen unter Beweis stellen.

**Zoran Mujkic – eine Entscheidung für Ihren persönlichen Erfolg!**



**Zoran Mujkic**  
 Personaltrainer &  
 Therapeutische Massagen

0178 . 65 90 823  
 ZM-Personaltrainer@web.de



# The Excellent HAIR next top model 2008

Viele Frauen aus Wiesbaden und Umgebung hatten sich beworben, um im neuen Stylingmagazin von Excellent HAIR gemeinsam mit professionellen Models in den nationalen, sowie internationalen Fachzeitschriften, die in Wiesbaden kreierte, aktuelle Haarmode 2009 als Model präsentieren zu dürfen, aber nur für einige wird der Traum vom Modeln Realität werden.

30 attraktive Finalisten kamen zum Casting in den Salon Excellent HAIR in Wiesbaden.

Wer jetzt nur junge Damen erwartete, wurde eines besseren belehrt. Die Frauen waren zwischen 15 und 57 Jahren alt, und die meisten sind Newcomer im Modelbusiness. Deshalb waren Trendsetter Khalil Davary, Inhaber vom Salon Excellent HAIR und sein ganzes Team im Einsatz, um die Teilnehmerinnen gut darauf vorzubereiten, wie ein echter Modeltag aussehen wird.

Die Friseure arbeiteten unter Hochdruck und es wurden Haare gesliced, geglättet, gestylt, zwei professionelle Make-up-Artisten waren unermüdlich beschäftigt, und der Fotograf hielt das Endergebnis unbestechlich fest. Diese Fotos sind Grundlage für Khalil Davary und sein Jury-Team, um zu entscheiden, welche Teilnehmerinnen die Frisurenmode 2009 präsentieren dürfen.

Der Tag war für alle Newcomer aufregend. Daniela Dieter (31), MTA aus Wiesbaden, war begeistert vom disziplinierten und organisierten Arbeiten und Adrienne Becht (18), Schülerin aus Wiesbaden, die sich mit einer Freundin beworben hatte, kommentiert gut gelaunt:

**„Selbst wenn wir bei dem eigentlichen Fotoshooting nicht dabei sein dürfen, es ist eine tolle Erfahrung und wir haben echt coole Mädels kennen gelernt.“**

Angela Preijs



## Cinque Due trattoria

- Pasta & Pizza hausgemacht
- saisonale Küche
- wechselndes Mittagsmenü
- Live Musik
- großes Weinsortiment

Wir freuen uns, für unsere Trattoria »Cinque Due« – ehemals Wilhelmstraße 52 – ein neues Zuhause im Herzen der Stadt gefunden zu haben.  
 Kommen Sie uns bald besuchen!

Domenico Tajja und das Team »Cinque Due«

**Neueröffnung am 25. April 2008**  
**Wiesbaden, Goldgasse 17**



Cinque Due – trattoria [www.cinquedue.de](http://www.cinquedue.de)  
 Goldgasse 17, 65183 Wiesbaden, Tel. 0611. 360 92 72  
 Öffnungszeiten: täglich von 11 bis 24 Uhr (kein Ruhetag)

### Impressum

fashion affairs 1. Ausgabe, Frühjahr/Sommer 2008

Titel Stylist: Khalil Davary Foto: Tom Carsen, USA

Herausgeber Khalil Davary  
 Anschrift Excellent HAIR, Wilhelmstr. 52,  
 65183 Wiesbaden, Fon 0611. 30 32 75  
[www.excellent-hair.de](http://www.excellent-hair.de)

Fotos Reinhard Berg  
 Make-up Jo Maria Dittrich, Aleksandra Dimitrijevic,  
 Melek Dilmac, Sabrina Greifenstein  
 Models [www.birdcage-people.de](http://www.birdcage-people.de)



Konzept, Redaktion  
 Blum Concept, Claudia Blum, Fon 0611. 56 40 147,  
[blum@scene.de](mailto:blum@scene.de)  
 Gestaltung Beate Marx, bea@beatemarx.de  
 Anzeigen Claudia Blum, mobil 0173. 654 32 12  
 Dankeschön Ein Dankeschön an alle Models und Beteiligten, die bei dieser Ausgabe mitgewirkt haben.  
 Ein ganz besonderer Dank gilt auch meinen Mitarbeitern für ihren unermüdlichen Einsatz. Khalil Davary

Auflage 100.000 Exemplare  
 Druck Druckerei Nejedly, Friedrichsdorf  
 © Mai 2008 Excellent HAIR, Wiesbaden. Alle Rechte vorbehalten. Verwendung nur mit Genehmigung.

Neu ab dem 6. Juni 2008:

# Late Night Styling

Bis 24.00 Uhr



Isabel Reis (Mannheim)

Für einen  
glamourösen  
Auftritt  
am Abend

Excellent HÁIR läutet zum wiederholten Male eine neue Ära des Kundenservice im Friseurhandwerk ein.

Die ersten Lichter der Stadt gehen an, Sie planen einen schönen Abend in den anspruchsvollen Locations der Landeshauptstadt Wiesbaden - oder wäre Ihnen aus zeitlichen Gründen ein Friseurbesuch am Abend lieber?

Beginnen Sie den Abend in der Wilhelmstraße 52, um sich unter musikalischer Begleitung einer Liveband neu stylen zu lassen. Mit Prosecco wird der Friseurtermin zu einem einmaligen und außergewöhnlichen Erlebnis.



Sina Eichhoff (Wiesbaden)

Ab dem  
6. Juni 2008

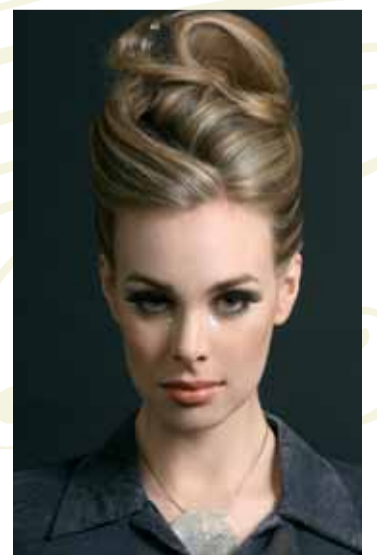
An jedem ersten Freitag im Monat wird dieser besondere Service für alle Nachtschwärmer und die, die es werden wollen, von Excellent HÁIR angeboten.

Selbstverständlich ist dieser Service zu unseren gewohnten Preisen erhältlich.

Excellent HÁIR ist Tag und Nacht für Sie da und behandeln nicht nur Notfälle.



Natascha Lasser (Wiesbaden)



Julia Pfalzgraf (Heidelberg)

# Höchster Komfort für höchste Ansprüche



Jedes DUX-Bett ist ein Meisterwerk aus Schweden, eine Liebeserklärung an das Edle und der Höhepunkt eines gesunden und schmerzfreien Liegens. DUX ist ein Lebensstil für all jene, welche das Beste vom Guten zu unterscheiden wissen.

[www.duxiana.de](http://www.duxiana.de)



DAS DUX<sup>®</sup> BETT

EXKLUSIV IN  
**DUXIANA**<sup>®</sup>  
FACHGESCHÄFTEN

0800/101 50 05

**DUXIANA** · Wilhelmstraße 52  
65183 Wiesbaden  
Tel 0611/360 25 05 · Fax 0611/360 25 03  
wiesbaden@duxiana.de

**DUXIANA** · Friedensstraße 9  
60311 Frankfurt  
Tel 069/27 227 890 · Fax 069/27 227 891  
frankfurt@duxiana.de

BERLIN · DÜSSELDORF · FRANKFURT · HAMBURG · KÖLN · LEMGO · MANNHEIM · MÜNCHEN · STUTTGART · WIESBADEN