

ELLE

Luxury is ...

... sometimes very simple and yet so precious. Designers, artists and managers explain what in their view really is precious today.

With excerpts from the Centurion Luxury Report Ti 22 from American Express: For years, American Express has studied how luxury and society soon change. The current “Centurion Luxury Report Ti 22” brings together the assessments of 22 German-speaking experts, trendsetters and visionaries.

Media type:

**Leading Women's
Magazine**

App.: 09/2010

Circ.: 288.568

EAV: 50.000,- €

LUXUS

IST ...

... manchmal sehr einfach und gerade deshalb kostbar. Designer, Künstler, Manager erklären, was aus ihrer Sicht wirklich wertvoll ist



"Immer mehr Menschen legen Wert auf Zurückgezogenheit und scheuen das Getöse der Öffentlichkeit. Für die Mode ist dies ein gutes Zeichen: Sie wird weniger oberflächlich, weniger offensichtlich, dafür nachhaltiger und werthaltiger."

ADRIAN RUNHOF/TALBOT RUNHOF/DESIGNER

"Qualität, zeitloses Design und Handarbeit gepaart mit moderner Technik rücken immer mehr in den Fokus. 'British Understatement' eben, mit dem sich viele heute identifizieren können."

MICHAEL MAYER/REGIONALDIREKTOR BENTLEY MOTORS

"Für unsere Kunden bedeutet Luxus Qualität und Individualität."

UNRATH & STRANO/DESIGNER

"Für mich bedeutet wahrer Luxus in erster Linie, Raum zu haben. Ruhe ist Luxus. Natur ist Luxus. Schöne Dinge, die beständig sind. Ich hasse es, wenn Menschen Luxus lediglich als teuer und nutzlos betrachten."

DIANE VON FURSTENBERG/DESIGNERIN

"Luxus ist für mich ein Potpourri aus Selbstverwirklichung, Zeit und speziellen Momenten mit Familie und Freunden. Immaterielles also, das einem viel mehr gibt als jeder Kaufrausch."

LEYLA PIEDAYESH/DESIGNERIN LALA BERLIN

"Luxus ist für mich, dass ich mich in meinem Beruf selbst verwirklichen kann und unabhängig bin, denn das ist mir persönlich besonders wichtig."

ANNETTE GÖRTZ/DESIGNERIN

"Heute suchen Menschen nach Individualität und einem persönlichen Service, der keinen Trends folgt, sondern ganz persönlichen Wünschen entspricht. Es wird weniger Show-off geben – dafür mehr Freude an einem bleibenden, zeitlosen Luxus."

SÉBASTIEN KNOP/GENERAL MANAGER EUROPA VACHERON CONSTANTIN

"Ich vertrete die 'klassische' Betrachtungsweise des Luxus: Qualität und Konzentration auf das Wesentliche – keine demonstrative Verschwendung."

MATTHIAS HORX/ZUKUNFTSFORSCHER

"Luxus ist für mich das kleine Detail und das ganz Große, was wir uns leisten können. Die Annehmlichkeit, das genießen zu können, was man durch harte Arbeit erreicht hat."

TIM RAUE/SPITZENKOCH

"Das Verständnis von Luxus wird sich in Zukunft deutlich mehr an Werten orientieren. Dies läuft insbesondere auf ein 'Weniger ist mehr' hinaus."

ALEXANDER MARGUIER/AUTOR

"Ich glaube, dass das Prädikat Luxus nicht allein durch den Preis definiert wird, sondern anhand von Qualität, Echtheit, einem Grad von Exklusivität und Zeitlosigkeit festzumachen ist."

GIORGIO ARMANI/DESIGNER

"Ich erfahre Luxus als Moment des Innehaltens, des Verlangsamens und Fokussierens. Das kann beispielsweise bei der Betrachtung eines Kunstwerks geschehen. In der physischen Erfahrbarkeit eines Werkes entsteht ein alternatives Zeit- und Realitätsempfinden, das sich wohltuend von der Geschwindigkeit unserer virtuellen Welt abgrenzt."

MAX HOLLEIN/DIREKTOR SCHIRN KUNSTHALLE

"Für mich persönlich bedeutet Luxus vor allem die geistige Durchdringung des Minimalismus und deren aktuelle Umsetzung. Zum Beispiel: leere Räume von absoluter Qualität mit minimaler Möblierung."

HERBERT SCHULTES/DESIGNER BULTHAUP

Mit Auszügen aus dem CENTURION LUXURY REPORT T122 von American Express: Seit Jahren untersucht American Express, wie Luxus und Gesellschaft sich in naher Zukunft verändern. Der aktuelle "Centurion Luxury Report T122" versammelt die Einschätzungen von 22 deutschsprachigen Experten, Trendsettern und Visionären.