

**Die exklusivsten
Urlaubsziele der Welt**

Claudia Schiffer

**SAVE THE WORLD
Solution**

**Steigenberger
Parkhotel**

Lifestyle meets Art

**SE.XO
exotic energy drink**

**die 10 teuersten
Yachten der Welt**

Falconeri

the store for kaschmir

KÖ Magazin trifft ...

...V.I.P.s in Düsseldorf

Alex Gastronomie

Der teuerste Bikini der Welt

FASHION LEGENDE

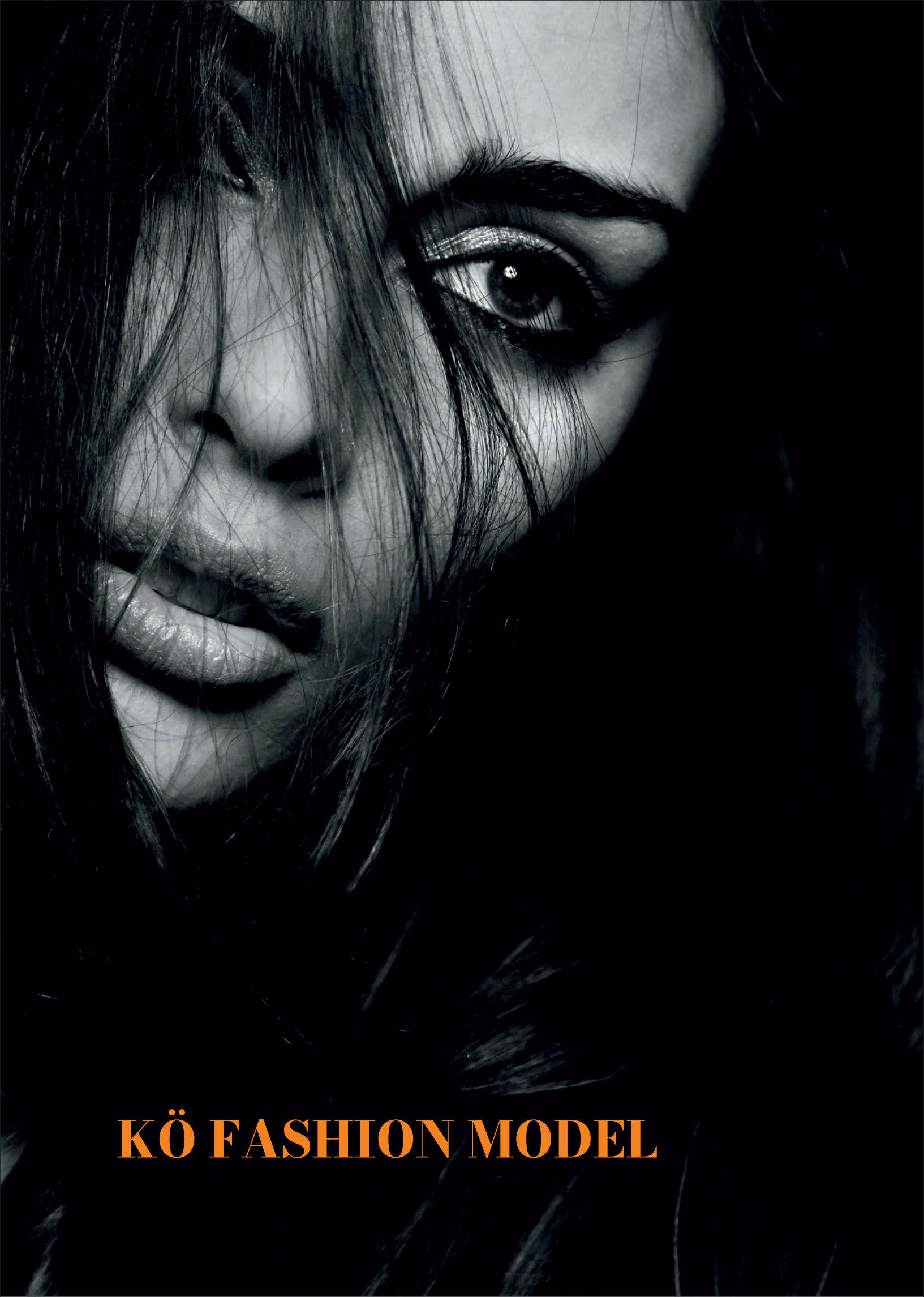
NEW STORE SEVENS KÖ



Leica



SEVENS KÖ



KÖ FASHION MODEL

CARTIER



**NEW STORE
AUF DER KÖ**

Tiffany & Co.





EDITORIAL

Dieses Mal bleibt alles beim Alten: wir sind smart, stylish und kosmopolitisch!

Im Mittelpunkt steht – ganz klar – unser weltberühmter Prachtboulevard – die Königsallee: nicht nur in den Augen unserer Redaktion „the sexiest street alive“!

Seit vielen Jahrzehnten ist die Königsallee das Wahrzeichen Düsseldorfs und überregionales Zentrum für Fashion, Shopping und luxuriösen Lifestyle. Als einer der ersten präsentiert sich das Kö Magazin als „kosmopolitisches Magazin“ mit dem Ziel, das Düsseldorfer Lebensgefühl in all seinen prächtigen Facetten auf Papier zu transportieren und gleichzeitig einen internationalen Informationspool für Interessenten aus aller Welt zu schaffen.

Neider aus weniger berühmten und attraktiven Städten behaupten gerne, dass Düsseldorf ohne die Kö nie Landeshauptstadt von Nordrhein-Westfalen geworden wäre und nie zur Bankstadt und Modemetropole aufgestiegen wäre. Ja sogar, dass Düsseldorf ohne Kö nur halb so viel wert wäre und das Düsseldorf... Halt! Stopp! Genug der Ausschweifungen! Kommen wir lieber zurück zu den wirklich attraktiven Gründen für das Magazin: Kö, Fashion, Finanzen, Luxus, Reisen, Shopping, Architektur und vieles mehr. Nicht umsonst titulieren wir uns selbst gerne damit, „das erste kosmopolitische Magazin in NRW“ gewesen zu sein. Aber sehen Sie selbst! Lesen Sie selbst! Entdecken Sie Neues, Interessantes und Luxuriöses!

Das Kö Magazin erscheint einmal jährlich und umfasst ca. zweihundert Seiten. Es wird mit einer Auflage von zehn- bis fünfzehntausend Stück an einen exklusiven Kundenkreis verteilt und ist in limitierter Stückzahl im ausgewählten Handel verfügbar.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß mit unserer neuen Ausgabe.

Herzlichst

Ihr Kö-Magazin-Team

Kö Shopping

HIER FINDET MAN NAMHAFTE MODEHÄUSER
MIT INTERNATIONAL BERÜHMTE DESIGNERN
JUWELIERE, KOSMETIK, SCHÖNHEITSCHIRURGIE
WELLNESS PRIVATBANKEN UND LUXUSHOTELS
WIE Z.B. DER BREIDENBACHER HOF

SHOPPEN:
MO.-SA.
10-19 UHR

SHOPPEN
MO.-SA.
10-19 UH

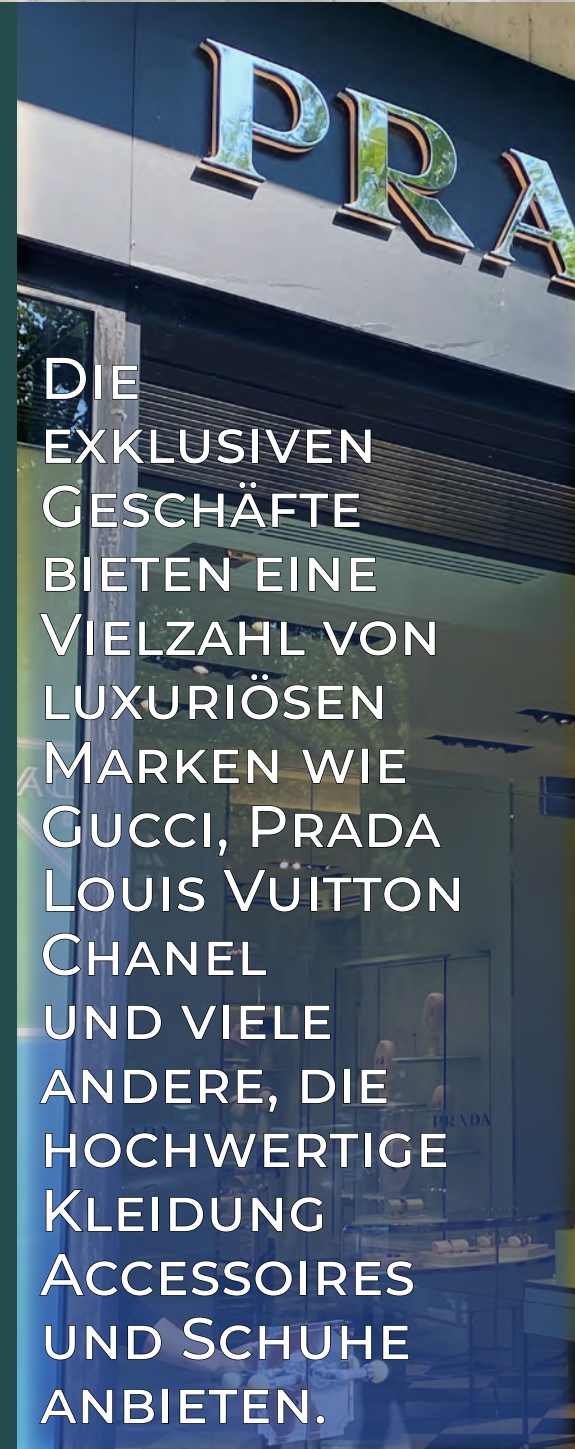
KÖ
GALERIE

KÖ
GALERIE



DIE „KÖ“ BIETET EINE VIELZAHL VON CAFÉS UND RESTAURANTS IN DENEN MAN DAMALS WIE HEUTE AUF EINER DER SCHÖNEN TERRASSEN DIE VORBEZIEHENDEN LEUTE UND DIE SCHÖNE ATMOSPHERE GENIESSEN KANN

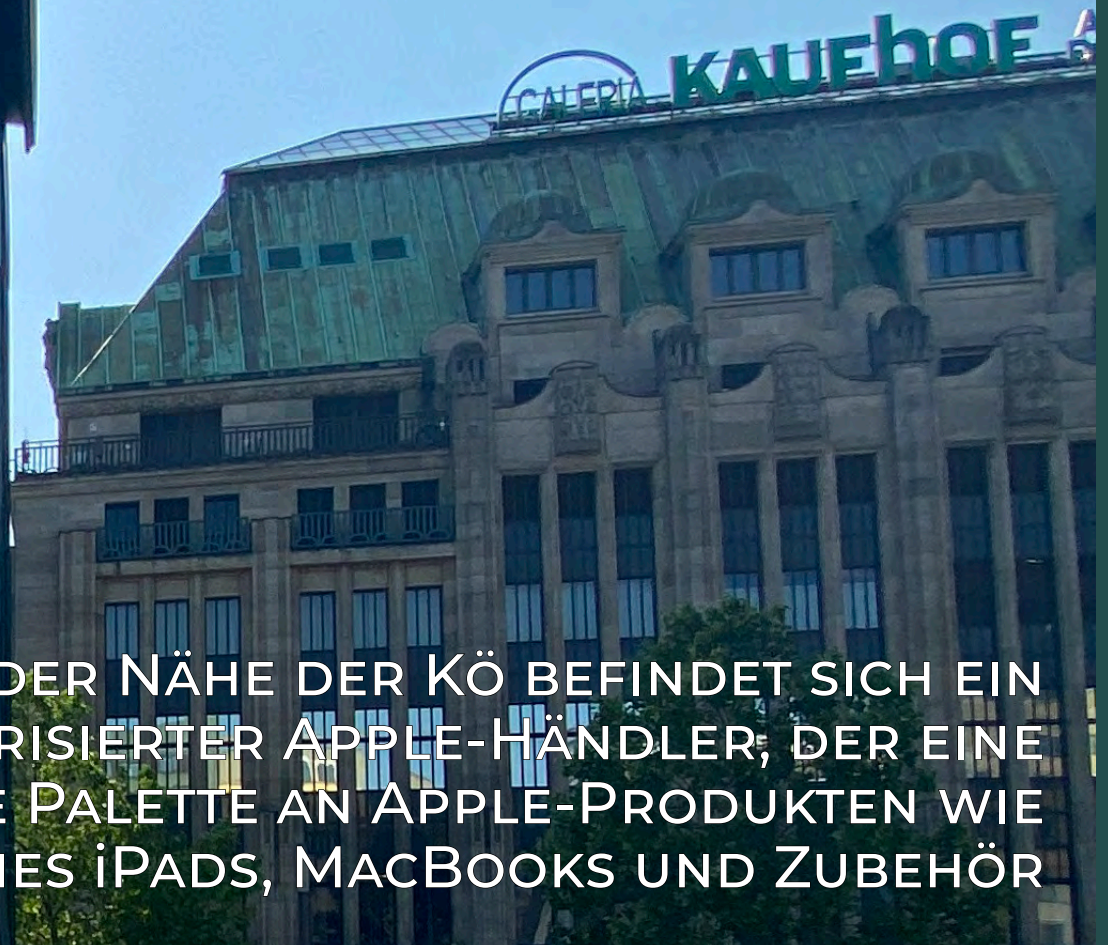






ABGESEHEN VON DEN MODEMARKEN UND
JUWELIEREN GIBT ES AUF DER KÖNIGSALLEE
AUCH EINE AUSWAHL AN GROSSEN
KAUFHÄUSERN WIE DAS BREUNINGER UND
GALERIA-KAUFHOF.





IN DER NÄHE DER KÖ BEFINDET SICH EIN
AUTORISIERTER APPLE-HÄNDLER, DER EINE
BREITE PALETTE AN APPLE-PRODUKTEN WIE
IPHONES iPADS, MACBOOKS UND ZUBEHÖR



The image shows the exterior of a Tiffany & Co. store. The name 'TIFFANY & CO.' is prominently displayed in large, white, three-dimensional serif letters on a dark, reflective surface. Below the name is a decorative window with a light-colored frame and intricate Art Deco-style patterns. The entrance features a glass door and a side panel with a classic architectural design. The overall aesthetic is elegant and sophisticated.

TIFFANY & CO.

JUWELIERE AUF DER KÖNIGSALLEE BIETEN
EINE LUXURIÖSE EINKAUFSERFAHRUNG UND
EINE BREITE AUSWAHL AN ERSTKLASSIGEN
SCHMUCKSTÜCKEN UND PREZIOSEN







DIE HOTELS AUF DER KÖNIGSALLEE
BIETEN EINE KOMBINATION AUS MODERNEM LUXUS
UND ELEGANTER ATMOSPHÄRE

DIE MEISTEN VON IHNEN BEFINDEN SICH IN
BEEINDRUCKENDEN HISTORISCHEN GEBÄUDEN

Breidenbacher Hof



Boot Messe in Düsseldorf

Nach drei Jahren Coronapause war es wieder soweit. Vom 21. Januar bis 29. Januar 2023 fand die 54. Boot Messe in Düsseldorf statt. Bereits am ersten Samstag und Sonntag kamen mehr als 60.000 Besucherinnen und erkundeten die 17 Hallen. Mehr als 1.500 Aussteller sind dieses Jahr dabei gewesen und zeigten alles, was das Herz des Wassersportlers begehrt. Auf einer Fläche von 31 Fußballfeldern wurden Boote, Ausrüstung, Neuheiten und Dienstleistungen rund um den Wassersport ausgestellt. Mit dem Trend des Elektromotors, wurde in diesem Jahr der Motorbootbereich um die Halle 9 erweitert.

Auch lagen Tauchen, Surfen, Angeln und Paddeln im Fokus der Messe. So gab es ein großes Angebot an Mitmachaktionen für die Besucher. Die Besucher konnten mittels VR-Brille an einem Motorboot-Simulator teilnehmen, das Paddel selber in die Hand nehmen und den 90 Meter langen Fluss mit dem Kanu bereisen, Stand Up Paddling durch erfahrene Instrukturen lernen und sogar unter fachkundiger Aufsicht Apnoetauchen absolvieren. Aber auch an Land konnten die Besucher einiges erfahren und ausprobieren. Unter anderem gab es Stände zum Thema Nachhaltigkeit und den Schutz unserer Ozeane, Meere und Flüsse. Im Classic Forum konnte das traditionelle Handwerk des Bootsbaus erlebt werden, Yachten besichtigen und maritime Schätze ersteigert werden.

Neben Besuchern aus ganz Deutschland, kommen Fachleute aus den Niederlanden, Belgien, Frankreich, Schweiz, Italien, Österreich, Spanien und der Türkei um sich auf der Messe über die Neuheit aus der Branche zu informieren.



Ein Paradies für die Dominikaner



Die Seniorinnen Republik



Die Dominikanische Republik

gehört zu den schönsten Reisezielen der Welt und ist mittlerweile das begehrteste Ziel für Senioren und Seniorinnen aus ganz Deutschland.

Das Kö Magazin Düsseldorf vermittelt anspruchsvollen Senioren Unterkünfte, Hotels und alle Aktivitäten auf der karibischen Insel, der Dominikanischen Republik.

Ihre Ansprechpartnerin ist ständig vor Ort und stammt aus Deutschland. Sie organisiert Ihren Aufenthalt von dem ersten Moment ihrer Ankunft am Flughafen, die bequeme Fahrt zum Hotel bzw. zur Unterkunft und natürlich auch alle weiteren Freizeitaktivitäten, sofern Sie es wünschen.

Sie ist auch Ihre direkte Kontaktperson bei Fragen der medizinischen Versorgung und bei allen anderen Fragen während Ihres Aufenthaltes.

Buchungsmöglichkeiten, sowie alle weiteren Infos erhalten Sie direkt von Frau Rosa Mundt, sie ist vom Kö Magazin Düsseldorf und berät Sie gerne - schreiben Sie uns bitte eine E-Mail an: koe-magazin@web.de



Ein Paradies für die Dominikaner



Die Dominikanische Republik



Die Dominikanische Republik

gehört zu den schönsten Reisezielen der Welt und ist mittlerweile das begehrteste Ziel für Senioren und Seniorinnen aus ganz Deutschland.

Das Kö Magazin Düsseldorf vermittelt anspruchsvollen Senioren Unterkünfte, Hotels und alle Aktivitäten auf der karibischen Insel, der Dominikanischen Republik.

Ihre Ansprechpartnerin ist ständig vor Ort und stammt aus Deutschland. Sie organisiert Ihren Aufenthalt von dem ersten Moment ihrer Ankunft am Flughafen, die bequeme Fahrt zum Hotel bzw. zur Unterkunft und natürlich auch alle weiteren Freizeitaktivitäten, sofern Sie es wünschen.

Sie ist auch Ihre direkte Kontaktperson bei Fragen der medizinischen Versorgung und bei allen anderen Fragen während Ihres Aufenthaltes. Buchungsmöglichkeiten, sowie alle weiteren Infos erhalten Sie direkt von Frau Rosa Mundt, sie ist vom Kö Magazin Düsseldorf und berät Sie gerne - schreiben Sie uns bitte eine eMail an:

koe-magazin@web.de



RAKETE STARSHIP

SOLL IM MÄRZ VON TEXAS
NACH HAWAII FLIEGEN

Elon Reeye Musk wurde am 28. Juni 1971 in Pretoria, Südafrika geboren und war im Jahr 2022 der reichste Mensch der Welt. Er ist ein vornehmlich in den vereinigten Staaten, aber auch globaler Unternehmer und Milliardär. Bekannt ist Elon Musk als Mithaber, technischer Leiter und Mitgründer von X.com - Vorgänger des Bezahlendienstes Paypals - sowie als Leiter des Elektroautoherstellers Tesla und des Raumfahrt-unternehmens SpaceX. Dazu kommt die Übernahme des Mikro-bloggingdienst Twitter im Oktober 2022.

Bereits 2002 gründete Musk das Unternehmen SpaceX, bei dem er neben der Rolle des CEOs auch Raketen-Chefdesigner ist. SpaceX steht für Space Exploration Technolo-gies Corporation und ist ein US-amerikanisches Raumfahrt- und Telekommunikations-unternehmen. Das Ziel dieses Unternehmen ist es Technologien zu entwickeln, die es ermöglichen, die Menschheit ins All zuschicken und das Leben auf anderen Planeten zu ermöglichen.

Dabei sollen auch die Kosten des Weltraum-transports so weit gesenkt werden, damit die Kolonialisierung von Planeten möglich wird.



Innerhalb von 15 Jahren wurde SpaceX zum weltweit führenden kommerziellen Anbieter von orbitalen Raketenstarts und löste 2017 damit Ariespace als weltweiten Marktführer ab. Zudem werden neben der im Jahr 2012 gestarteten Versorgung der Raumstation ISS durch das Raumschiff Dragon, seit 2020 auch bemannte Raumflüge für die NASA zur ISS von SpaceX durchgeführt.

Der erste bahnbrechende Schritt in die Richtung des Ziels von SpaceX war die Etablierung einer landbaren Raketenstufe im Jahr 2017, die zusätzlich auch noch wiederverwendbar ist. Der nächste Schritt auf diesem Weg ist die Entwicklung einer vollständigen wiederverwendbaren Starship-Rakete. Angestrebt werden Flüge für Marsiedler für unter 500.000 US-Dollar pro Person. Dies kann in Naher Zukunft möglich sein. Nach vielen Terminverschiebungen, hat Musk den ersten Start der Riesenrakete Starship im März angekündigt.

Für diesen Start sind aber noch Tests nötig. SpaceX muss einmal alle 33 Triebwerke der Riesenrakete gleichzeitig zünden und die Erlaubnis für den Start von der US-Luftfahrtaufsicht bekommen.

Mittels Satellitenaufnahmen kann man sich die Riesenrakete am SpaceX-Standort in Texas anschauen. Bereits September 2019 hat Musk mit ersten Prototypen die 120m Hohe Riesenrakete vorgestellt.

2 Jahre später schaffte SpaceX nach mehreren Testflügen von Prototypen, dass die Rakete nach einem Aufstieg in 10 Kilometer Höhe wieder heil landete. Sobald SpaceX die letzten Tests erfüllt und die Genehmigung hat, soll der erste Testflug der Rakete vom aktuellen Stand in Texas einmal um die Erde bis in den Pazifik nahe Hawaii führen.

Danach soll der japanische Milliardär Yusaku Maezawa als erster Tourist mit der Starship-Rakete zum Mond und wieder zurück gebracht werden. Maezawa finanzierte im dearMoon project für sich und 8 weitere Passagiere einen sechstägigen Flug um den Mond. Frühstens 2024 soll eine abgewandelte Mondversion der Starships im Namen des Artemis-Programms die nächsten Menschen auf den Mond bringen.



GROßE PLÄNE

FÜR DIE ZUKUNFT DER KÖ



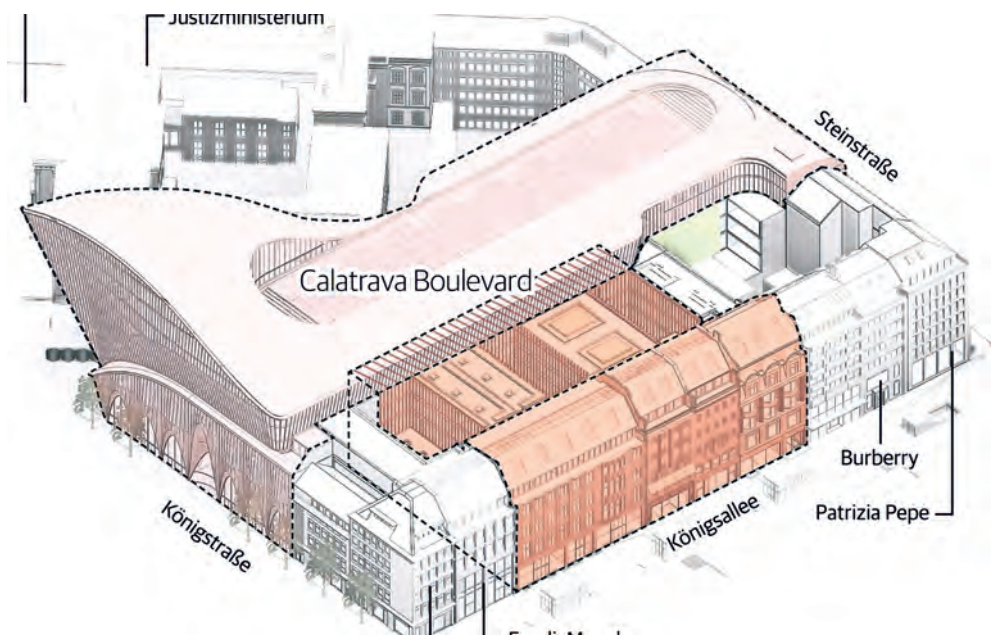
In den letzten Jahren hat sich trotz Corona auch die Kö in Düsseldorf verändert. Läden kamen und gingen, genau so wie die Besucher. Eine gravierende Veränderung, die auch als Instagram-Hotspot viel Aufmerksamkeit auf sich gezogen hat, ist das Gebäude der Commerzbank. Bis letztes Jahr residierte die Commerzbank noch in dem Gebäude auf der sogenannten „Bankseite“ der Düsseldorfer Prachtmeile. Seit Dezember 2022 steht das Gebäude jedoch in Trümmern und soll nach seinem Abriss bis Mitte 2026 wieder aufgebaut werden. Im Erdgeschoss

soll Platz für Einzelhandel geschaffen werden und darüber Platz für Büros. Im Moment zieht das leere Gebäude entlang der Kö aber die meiste Aufmerksamkeit auf sich, besonders im Dunkeln. Über vier Etagen erstreckt sich ein Herz, welches Nachts leuchtet. Da neben steht „Le Coeur“, was übersetzt „Das Herz“ bedeutet.

Dies ist eine Anspielung auf das Herz Düsseldorfs, in dem das neue Projekt gebaut werden soll. Viele Passanten bleiben stehen, schauen sich das Kunstwerk an, machen Fotos und teilen diese mit Freunden und auf Social Media Seiten. Der Bauträger Hynes möchte damit ein neues Düsseldorfer Wahrzeichen erschaffen, das die neue Adresse im „Central Business District“ werden soll. Allerdings bleibt das leuchtende Kunstwerk nicht mehr lange bestehen und macht damit den Bauarbeiten platz, die bis 2026 Platz für Einzelhandel, Büros und Gastronomie schaffen.



Bereits Anfang 2022 wurde der Abriss des Hochhauses am südlichen Ende der Königsallee geplant. Das Gebäude ist ein Teil des Bürokomplexes Königsallee 106 aus dem Jahr 1967 und bietet rund 20.000m² Nutzfläche. 2021 wurde noch überlegt, ob der Komplex umgebaut oder abgerissen werden soll. Da eine Sanierung sich nicht lohnen würde, wurde schlussendlich beschlossen den Komplex abzureißen und als Kö Tower mit rund 28.000m² Bruttogrundfläche und 20.000m² Mietfläche wieder aufgebaut werden. Der Komplex soll 74 Meter hoch werden und mit viel Grün auf dem Dach und an den Fassaden ausgestattet werden und als offener und freier Campus, ein „Ort für Kreativität und Kommunikation“, dienen. Der Kö Tower steht dabei für einen vielfältigen Lebensraum, der zudem eine Mischung aus Events, Ruhezonen, Grün-flächen und Gastro-nomie harmonisiert. Bisher wurde der Süden der Kö nicht ausgebaut. Dies soll mit dem Kö Tower im Süden, als Gegenstück zum Kö-Bogen im Norden, geändert werden.



Geplant für die Zukunft ist außer-dem ein Luxus-quartier. Unter dem Namen Calatrava-Boulevard soll dieses Gebäude mit 15.000m² Fläche für Einzelhandel und Gastronomie gebaut werden. Das Design des Projektes kommt von dem Architekten Santiago Calatrava in Zusammenarbeit mit Uwe Repegather.

Santiago Calatrava hat bereits Gebäude wie den Dubai Creek Tower und die St. Nicholas Church in New York entworfen und trägt zum Namen des Boulevards dazu. Immobilienentwick-ler und Investor Uwe Repegather, der zur Düsseldorfer Cen-trum-Gruppe gehört, investiert mit der Centrum-Gruppe über eine Milliarde Euro in das Projekt. Dieser Luxus-Komplex soll zwischen der Königsallee, der Königs- und der Steinstraße gebaut werden. Das besondere an dem Komplex ist die Gestaltung die an einen Wintergarten angelehnt ist. Ein großes Glasdach, das geöffnet werden kann, wird das Erkennungsmerkmale des Boulevards, der so auch bei schlechten Wetter ein hervorragender Aufenthaltsort ist, aber auch im Sommer. Zusätzlich werden auf dem Dach einige viele Photovoltaikanlagen angebracht, die der Stadt Düsseldorf beim Erreichen ihrer Klimaziele helfen sollen. Ziel ist es auch die bisher düsteren Hinterhöfe und kleinen Parkgaragen Richtung Osten damit aufzuwerten. Auch zum Martin-Luther-Platz hin, soll das Gebäude mit einem markant geschwungenen Dach, die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Die Fertigstellung ist für das Jahr 2023 geplant.

Des weiteren sind auch kleine Projekte wie ein Parkhaus- und Büroanbau neben dem Kaufhof an der Kö oder mehrere Quartiersentwicklungen in Planung.



Intimissimi auf der Kö

INTIMISSIMI steht für Schönheit, Design und Passform. Eine Marke, die Frauen in jeder Lebensphase begleitet und unterstützt. INTIMISSIMI ist ein Label von Frauen - für Frauen. Die Marke zelebriert die Einzigartigkeit jeder Frau in all ihren Facetten und lässt sie sich in ihrer Unterwäsche selbstbewusst, bequem und sinnlich fühlen

Genau das zeigten Heidi Klum und ihre älteste Tochter Leni bereits in den Herbst- und Winterkampagnen von Intimissimi. Nun präsentieren die beiden Markenbotschafterinnen die neue Frühjahrskollektion des Labels. Von sinnlicher weißer Spitze mit spielerischen Perlen-Details bis hin zu Blumenstickereien auf zartem Flieder: INTIMISSIMI ist eindeutig eine Marke für alle Frauen - unabhängig von Alter, Passform und Stil.

Heidi Klum ist erfolgreiches Model, Moderatorin, Produzentin, Unternehmerin und Mutter von vier Kindern. Auch ihre 18-jährige Tochter Leni erobert die Modewelt mit internationalen Magazin-Covern und Event-Teilnahmen.

Die Bilder mit Heidi und Leni sind ab dem 1. Mai 2023 deutschlandweit online und in einer großen Out-of-Home Kampagne in fast 90 Städten zu sehen sein. Wer die beiden einmal in Natura erleben will, hat bald vielleicht die Chance. Mutter-Tochter Duos, die zwischen dem 8. und 31. Mai ein Foto von sich bei Instagram posten und dabei den Account von @intimissimiofficial taggen, können mit etwas Glück 2 Tickets für ein exklusives Intimissimi-Event mit Heidi und Leni Klum gewinnen. Kurz dazu schreiben, warum man selbst genauso ein Power-Duo ist wie die beiden und unbedingt die Karten gewinnen möchte, das Hashtag #Heidi&LeniIntimissimi in der Caption nennen - und schon nimmt man an der Verlosung teil.

Seidenhemd

Langärmeliges Hemd aus reiner Seide mit Kragen und mittiger Knopfleiste. Passe mit Falte an der Rückseite für einen weich fallenden, fließenden Schnitt.

89,90€

Super Push-up BH Gioia "Pretty Flowers"

Bügelloser Super-Push-up-BH mit vorgeformten, abgestuften und stark wattierten Cups. Aus edler Spitze mit kontrastierender Blumenstickerei. Am Rücken verstellbare Träger.

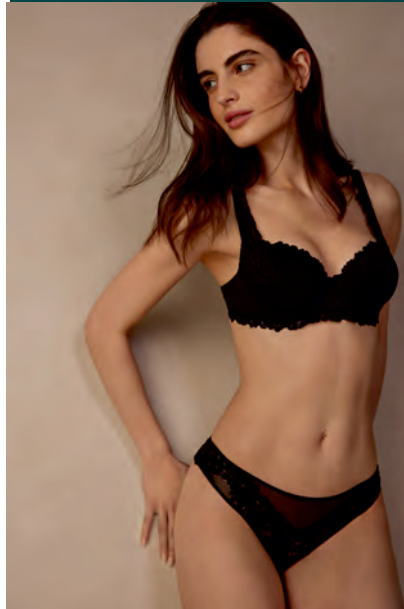
42,90€



Brazilian Slip "Pretty Flowers"

Brazilian-Slip aus Tüll, verziert mit Spitzen-einsätzen. Innenteil aus 100 % Baumwolle

69,90€



Bustier "Hot Summer Days"

Bustier mit Balconette-BH Giada mit Bügel, wattiertem Cup und Seitenstäbchen. Aus eleganter Spitze in Makramee-Optik. Abnehmbare elastische Träger, die mit farbigen Perlen verziert sind.

32,90€

Brazilian Slip „Hot Summer Days“

Brazilian-Slip im Stil der 80er-Jahre mit seitlichen Bändern. Aus eleganter Spitze in Makramee-Optik mit abnehmbarem Kettchen aus farbigen Perlen.

15,90



intimissimi

NEU IN DÜSSELDORF

MODI EXKLUSIV MÖBELDESIGN



NEU IN DÜSSELDORF

MODI EXKLUSIV MÖBELDESIGN



NEU IN DÜSSELDORF

MODI EXKLUSIV MÖBELDESIGN



NEU IN DÜSSELDORF

MODI EXKLUSIV MÖBELDESIGN

MOBI DÜSSELDORF

MOBI, ein zeitgenössischer Designmöbelhersteller aus der Türkei, hat zu seinem 40-jährigen Firmenjubiläum seinen ersten Flagship-Store in Deutschland eröffnet.

Im März 2023 wurde der erste Monobrand-Store in Düsseldorf etabliert.

MOBI ist sicherlich kein Unbekannter auf dem deutschen Markt. MOBI nahm 1994 als erstes türkisches Unternehmen an einer Kölner Messe teil, und stellte danach 15 Jahre in Folge seine Produkte einem internationalen Publikum vor.

Die hingebungsvolle Teilnahme an diesen führenden und internationalen Ausstellungen, hat das Unternehmen und die Marke MOBI über drei Jahrzehnte weltbekannt gemacht.

Preisgekrönte Designs, handverlesene Rohstoffe und die perfekte Beherrschung des Materials Holz, sind Schlüsselfaktoren für diese Leistung.

Der Düsseldorfer MOBI-Store befindet sich mit seinem Showroom fußläufig zur Königsallee – an der Ecke Berliner Allee 69/Hüttenstraße, zentral im Herzen Düsseldorfs.

Das Gebäude hat eine bemerkenswerte Möbelgeschichte. In dem modernen Nachkriegsbau mit kantiger Fassade, eröffnete das erste Möbelgeschäft Düsseldorfs direkt nach dem Zweiten Weltkrieg. Der 410 m² große Showroom erstreckt sich über 2 Etagen und umfasst eine großzügige Ausstellung mit den neuesten MOBI-Kollektionen, darunter ikonische Modelle wie diverse Schreibtische, die das Unternehmen seit Mitte der 1990er Jahre herstellt.

Mit Wohnzimmer- und Schlafzimmernmöbeln sowie einer großen Anzahl an Schränken bietet der Düsseldorfer Store ein umfangreiches Sortiment.

Dabei steht eine reichhaltige Sammlung von Mustermaterialien für Holz und Textilien im Store zur Verfügung, aus denen die Kunden auswählen können, bevor ihre Möbel bestellt werden.

Die meisten MOBI-Modelle sind individuell anpassbar, da sie handgefertigt und maßgeschneidert werden.

MOBI UNTERNEHMENS PROFIL

MOBI wurde 1983 vom Designer A. Rasit Karaaslan gegründet und gilt als Pionier für hochwertige sowie zeitgenössische Designmöbel mit Holzverarbeitung.

MOBI hat bedeutende Auszeichnungen mit renommierten internationalen Designpreisen erworben, darunter der „iF Product Design Award“.

Das Unternehmen hat seinen Sitz in der antiken Stadt Bursa, Türkei, in einem Industriezentrum. In Bursa ist MOBI in der Lage die Elemente eines reichen kulturellen Erbes zu nutzen, und durch seine Designsprache zu interpretieren. Die weltberühmten Möbel werden mit traditioneller Handwerkskunst und Spitzentechnologie hergestellt. Dabei werden Tradition, Technologie, Innovation, perfekte Qualität und optimale Anpassung vereint.

Neben der Herstellung von zeitgenössischen Designmöbeln für den Wohnbereich bietet MOBI seine exklusiven Dienstleistungen auch in der Objektindustrie an. Vom Designkonzept bis zur endgültigen Installation, MOBI ist in der Lage seinen Kunden ein vollständig integriertes Erlebnis überall auf der Welt zu liefern. Ein hoch kompetentes und flexibles Team von Architekten und Ingenieuren erarbeitet Konzepte für die besten Lösungen, und setzt die individuellen Bedürfnisse der Kunden dabei um.

Erfolgreich durchgeführte Projekte umfassen u. a. Luxushotels, Residenzen und Büros.

Parfum2Go

EINLEITUNG:

Im Allgemeinen ist „Parfum2Go“ ein Lifestylewaren-Konzept mit dem Ziel, Parfum, Eau de Toilette und Deodorants an Endverbraucher zu Einzelhandelseinkaufspreisen zu verkaufen.

Die Verkaufsware wird mit Hilfe von Standvitrienen angeboten, die je nach Größe der Vitrine 40 bis 80 Produkte lagern bzw. für den Kunden sichtbar präsentieren. Die optischen Details der Vitrinen können an die jeweilige Merkmale des Verkaufsortes angepasst werden, um die jeweilige ‚Corporate Identity‘ zu unterstützen. Im Allgemeinen sollen überall dort Verkaufsvitrinen errichtet werden, wo eine hohe Laufkundschaft besteht, wie z.B. in Tankstellen, Hotellobbies, Wellness-Bereich und im ausgesuchten Einzelhandel. Die Vertragspartner stellen ihren Standort und ihren Service bei der Abwicklung des Produkterwerbs zur Verfügung und erhalten eine Gewinnbeteiligung von 25% auf alle verkauften Waren.



PRÄSENTATIONSSTÄNDE (VITRINEN):

- Generell existieren drei Standgrößen:
S (small), M (medium), L (large)
- Fassungsvermögen:
40 Produkte für ‚S‘, 60 Flakons für ‚M‘, 80 Flakons für ‚L‘
- Optik:
 - gut sichtbares Logo des Patentinhabers
 - erkennbare Standbezeichnung als „Parfum2Go“
 - individuelle Farb- und Formgebung je nach Wunsch des Betreibers
 - mögliche Sponsoring-Grafiken



Parfum2Go

GEWINNBETEILIGUNG:

Der Standbetreiber erhält monatlich eine Gewinnbeteiligung von 25% Prozent. Allgemein wird eine jährliche Umsatzsteigerung der Warenverkäufe von 5% - 10% beim Betreiber eines Stands erwartet. Die Gewinnbeteiligungsrate steigt nach jedem Jahr nach dem Vertragsabschluss um 2,5%. Die Vertragsdauer liegt anfangs bei 2 Jahren und verlängert sich dann jährlich automatisch um eine Jahr, falls keine Kündigung vorliegt. Die maximale Gewinnbeteiligung liegt bei 33%. Diese wird nach dem fünften aufeinander folgenden Jahr gewährt.

SPONSORING:

Generell sind dem handelsüblichen Sponsoring keine Grenzen gesetzt. Sponsoring kann in Form von grafischen Darstellungen am oder auf dem Stand selbst erfolgen. Die Art und Form der grafischen Darstellung ist individuell zu gestalten und verhandelbar mit dem Standbetreiber. Gewünscht ist vor allem Sponsoring durch Vertragspartner, die Produkte zur Verfügung stellen oder von Marken und Labels, die durch die Produkte wiedergespiegelt werden.



PRODUKTE:

Die Präsentationsstände werden mit aktuellen und bekannten Parfum-, Eau de Toilette- und Deodorants-Marken aufgefüllt, sowie einigen Markenprodukte aus Italien. Die italienischen Produkte sind Restposten aus Italien von namhaften Designer-Marken, die potenziellen Kunden als exklusive und günstige Sonderangebote vorgestellt werden. Diese werden von einem Kooperationspartner des Patentinhabers nach Absprache mit dem jeweiligen Standbetreiber zur Verfügung gestellt. Generell werden die Produkte dem Endverbraucher zum attraktiven Einkaufspreis angeboten. Dieser richtet nach dem aktuellen durchschnittlichen Einzelhandelspreis des jeweiligen Produktes.



Wer schön sein will, muss nicht leiden – dafür sorgen die Super Docs und Anästhesisten Düsseldorfs und der KÖ

Die einfachste Art sein Aussehen zu verändern ist und bleibt die Schönheitschirurgie. Berühmtheiten wie die Kardashians, Jennifer Grey die „Baby“ in Dirty Dancing spielte, Arnold Schwarzenegger oder Michael Jackson haben es alle schon getan. Aber auch der normale Bürger können ihr Aussehen ganz einfach mithilfe der Schönheitschirurgie verändern. Wer nicht viel Geld hat, geht am besten nach Tschechien. Dort sind die Schönheitsop's am preiswertesten.

Denn Billig ist dieser Spaß nicht. Die Brustvergrößerung ist laut der von myBody erhobene Preisstatistik „GesamtkostenIndex Schönheitsoperationen“ (GeKIS) mit 5.680€ am teuersten. Am gefährlichsten dabei ist der sogenannte „Brazilian Butt Lift“, beidem der Po für 4.000 bis 10.000€ vergrößert und dabei voller und runder gemacht wird. Wiederum nicht so teuer und auch am beliebtesten in Deutschland im Jahr 2022 war die Lidstraffung. Rund 16,3% aller ästhetisch-plastischer Eingriffe in diesem Jahr waren die ab 1.700€ startenden Lidstraffungen. Dieser Trend ist aber nicht nur bei den jungen Leuten vertreten, sondern auch bei den 41- bis 50-Jährigen und der über 61-Jährigen, die das Durchschnittsalter der Patienten damit aufgrund 43 Jahren anhaben. Dies ist aber nichts im Vergleich zu Griechenland. In keinem anderen Land werden so viele plastische Eingriffe pro Einwohner durchgeführt wie bei den Griechen. Bei den Patienten in Thailand sind es jedoch die Touristen, die die Zahlen ansteigen lassen. Jeder zweite Patient ist ein Tourist und kommt überwiegend aus Australien, Neuseeland und Singapur.

Die beliebtesten Schönheits-OPs bei Frauen und Männern

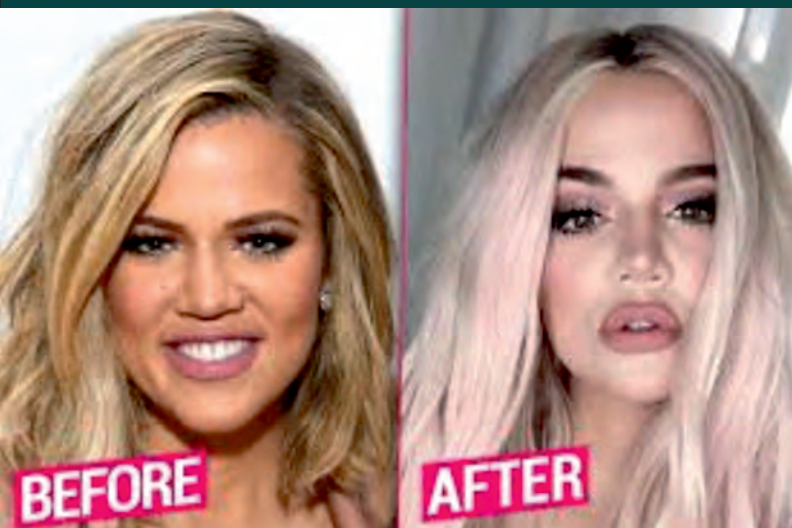
Durchgeführte ästhetisch-plastische Operationen 2017



* Nasen-Operationen
** Entfernung der vergrößerten Brust
Quelle: VDACP/DGACP

statista





Aber wo werden die meisten plastischen Eingriffe durchgeführt? Mit über vier Millionen plastischen Eingriffen liegen die Vereinigten Staaten an erster Stelle. Fast jeder fünfte Eingriff weltweit finden in den USA statt, wo es auch die meisten Schönheitsdocs gibt. An zweiter Stelle liegt Brasilien, was unter anderem auch an dem höchsten Teil der minderjährigen Patienten liegt. 34,7% der Patienten sind noch keine 18, wenn sie sich unters Messer legen. Seit wann gibt es plastische Chirurgie?

Bereits 1200 v. Chr. wurden in Indien Nasenoperationen verzeichnet. Zurückzuführen ist die auf die indische Rechtsprechung, bei der Verbrechen, Ehebruch und Kriegsgefangennahme mit der Amputation der Nase bestraft wurden. Im alten Ägypten fand man rekonstruktive Eingriffe, wie Mumienfunde mit angenähten Ohren. In Laufe der Jahre wurden die alten Funde weiter benutzt und entwickelt, so dass es bereits 1895 die erste Brustvergrößerung an einer Tumorpatientin gab. Der erste und zweite Weltkrieg sorgten für weitere Forschungen und Weiterentwicklung der plastischen Chirurgie. Die Einführung von Silikonimplantaten 1962 durch Thomas Cronin und Frank Gerow (USA) oder die erste Transplantation einer Fußzehe als Daumenersatz 1968 durch John Cobbett (UK) stellten weitere entscheidende Meilensteine dar.

Allerdings legen sich nicht nur die Frauen unters Messer. Immer mehr Männer lassen sich behandeln und haben als Top 3 Eingriffe Lidstraffung, Fettabsaugung und Hals-, Stirn, Facelift.

Dafür braucht man aber nirgendwo hinreisen. In Düsseldorf auf der Königsallee gibt es genug Möglichkeiten ohne Schmerzen schön zu werden. Egal ob etwas Großes wie Brustvergrößerung oder das Ausglätten von Falten, auf der Königsallee wird jeder fündig.



Komag Black Security

IHRE WAHL FÜR DIE SICHERHEIT AUF HÖCHSTEM NIVEAU

BLACK DOORMAN

Als Komag Black Security Sicherheitsunternehmen sind wir der richtige Partner für intelligente Lösungen für Ihre Doormen - und Ihre Personenschutz Sicherheitslösungen.

Unsere black Doorman und unser Security Fachpersonal haben absolutes Know-how durch überlangjähriger Erfahrung. Sie bieten eine wirkungsvolle Repräsentanz am Entree Ihrer Veranstaltungen und beraten Sie in wirkungsvollen Sicherheitskonzepten.

Der Black Doorman ist Türsteher, Kontrollierer, Bollwerk, er besitzt einen erfahrenen und professionellen Blick im Umgang mit Gästen. Er ist eine sichtbare Bereicherung für Ihren Enrée als Unternehmen, als Club, Ihre Events oder einer größeren privaten Feier.

Der Aufgaben eines Black Security haben ein breites Orientierungsfeld. Sie richten sich nach Einsatzort und den Anforderungen des Auftraggebers. Black Securities sind bestens für eine Vielfalt unterschiedlichster Situationen und Aufgaben ausgebildet. Stärken Sie mit unserem professionellen Schutz das Sicherheitsgefühl Ihrer Besucher und Gäste. Das führt ebenso zum Erfolg Ihrer Veranstaltung.



PERSONENSCHUTZ FÜR UNTERNEHMEN

Benötigen Sie für ihr Unternehmen Schutzmaßnahmen, für Führungskräfte, Gesellschafter oder auch schutzwürdige Gäste und Partner?

Wir begleiten Sie mit den Black Security in allen Situationen, bei denen ein persönlicher Schutz wichtig ist, auch bei Reisen im In- oder Ausland.

Falls gewünscht, stellen wir gerne Fachkräfte mit besonderen Fremdsprachenkenntnissen zur Verfügung – ein Service, der gerne von international arbeitenden Unternehmen angefragt wird.



DIE SICHERHEIT EINES EVENTS IST KEIN ZUFALL SONDERN DER EINSATZ VON BLACK SECURITIES

Booking und mehr Infos über die Konditionen und unser umfassendes Leistungsportfolio 0178 / 7933107

Die Kömag Black Security

Zuverlässig, umgänglich, vertrauensvoll und smart. Auch Personenschutz etc. absolut geeignet.

Booken für mehr Infos und Konditionen 0178 / 7933107

Ausland Gäste und Promis in guten Händen (Eddys Text)





Zum Tod unsere geliebte

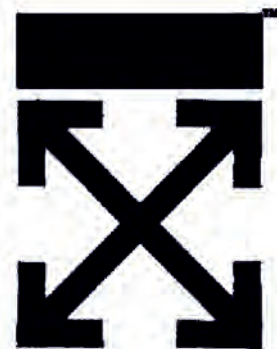
LEGENDÄRE
TINA TURNER

wünscht Ihnen das KÖ Magazin

EINE GUTE REISE

TOP MODE LABELS DER WELT

Off-White™



GUCCI



BALENCIAGA



William Navarro



MONCLER





VERSACE

F FENDI



PRADA





VALENTINO



BURBERRY



KÖ MAGAZIN PRÄSENTIERT

EXCLUSIV MODE VON
APACHE STAR
KOLLEKTION 2024



The fashion & lifestyle label Apache Star is based on the two-time World Champion powerboat Apache Star, with which extreme athlete Roger Klüh set a World Record from the USA to Cuba.



Der teuerste Bikini der Welt

Welcher Bikini ist wohl der teuerste Bikini der Welt und wie fühlt es sich an, ihn zu tragen? Die erste Frage ist weit weniger leicht zu beantworten als man denkt.

DER BIKINI MIT SWAROWSKI-KRISTALLEN

Die Suche nach dem teuersten Bikini der Welt beginnt in Selfridges, einem Kaufhaus in London. Hier gibt es, oder vielmehr gab es im Jahr 2009, einen Bikini für 2000 britische Pfund, umgerechnet ungefähr 2200 Euro. Der Preis erklärt sich mit den 5000 Swarovski-Kristallen, die den Zweiteiler zierten. Als der teuerste Bikini der Welt gefeiert, verdient er diesen Titel jedoch kaum, es sei denn, man sieht ihn als teuerstes, nicht einzeln gefertigtes Sonderstück.



Der Rosen-Steinmetz Bikini ist der teuerste Bikini der Welt

Hört man das Wort Steinmetz, denkt man sicher an groben, unbehauenen Stein oder eine noch nicht fertige Statue, aber sicher nicht an einen Bikini. Hört man das Wort Rosen, denkt man schnell an die Blumen, deren Schönheit und deren Status als Liebesgeschenk für die Dame. Wie kann man die beiden nun kombinieren? Ganz einfach: Susan Rosen und Steimetz Diamonds. Zusammen entwarfen sie einen Bikini, der wohl wirklich der teuerste Bikini der Welt sein dürfte.

Er kostet schlappe 30 Millionen US Dollar und hebt sich in mehr als einer Weise von seinen Konkurrenten ab. Zum einen wäre da der Preis, der rund das Zehnfache des nächsten Konkurrenten mit gerade mal 2,8 Millionen Euro darstellt. Zum anderen wäre da der Stil. Während der pinke Bikini durchaus noch etwas verdeckt, verhüllt der Steinmetz Bikini fast nichts mehr. Damit nicht genug, der pinke Bikini benutzt einen klassischen Bikinilook, d.h., er besitzt Stoff, auf den die Diamanten angebracht sind. Der Rosen Steinmetz Bikini ist Diamant-pur. Es gibt keine Stoffunterlage mehr.

DAS TRAGEGEFÜHL

Wie fühlt es sich nun an, den teuersten Bikini der Welt zu tragen? Leider ließen sich keine Käuferinnen dieser Bikinis finden, aber die Models, welche sie trugen, waren doch zu dem einen oder anderen Kommentar bereit. Sophie Anderton, die den pinken Bikini auf der Londoner Fashion Week trug, beschrieb vor allem ihre Angst, dass jemand einen der Diamanten abreißen könnte. Diese Angst mag jedoch übertrieben sein, denn wer immer einen der Diamanten abreißen will, braucht eine gehörige Portion an Fingerspitzengefühl angesichts der geringen Größe. Und die Trägerin des teuersten Bikinis der Welt? Sie fühlte sich vor allem unbedeckt, denn der gesamte Bikini verhüllt fast nichts, aber auch sie fürchtete den Verlust einzelner Diamanten.



Der pinke Bikini

VON SCOTT HENSHALL



Er ist pink, er ist teuer und er ist ein Bikini. Der Modemacher Scott Henshall entwarf das gute Stück und besetzte es über und über mit winzigen Diamanten. 2004 präsentierte das Supermodel Sophie Anderton diesen Bikini anlässlich der London Fashion Week. Dank seiner Diamanten brachte es dieser Bikini auf sage und schreibe 2,8 Millionen Euro. Damit schlägt der pinke Bikini den Bikini mit den Swarovski-Kristallen um Längen, aber er ist noch nicht der Gewinner des Titels der teuerste Bikini der Welt. Schauen wir einfach auf den nächsten Kandidaten.



25 der besten Bikinis

Gibt es etwas Schöneres, als die Suche nach einem (oder drei) neuen Bikini(s) für erholsame, ausgelassene Tage am Strand oder am Pool. Wichtig ist die Wahl der richtigen Zweiteiler für eine stylische Urlaubsgarderobe. Unser Tipp? Wagen Sie Experimente! Von schicken Designs über sportlich-minimalistische Klassiker und schmeichelhafte Modelle mit hoher Taille bis hin zu aufsehenerregenden Animal-Prints und femininen Rüschen, wir haben die besten Bikinis für jeden Stil und jede Figur zusammengestellt. Fehlt nur noch eine Extraportion Sonnenschein und Ihrem Urlaub steht nichts mehr im Weg...



Bikinitop und Höschen von Peony.

Ideal für poolnixen

In diesen extravaganten Key Pieces mit Wow-Effekt ziehen Sie am Pool garantiert alle Blicke auf sich. Theoretisch sind diese Bikinis auch zum Schwimmen gedacht, aber eigentlich wäre es doch schade, diese einzigartig schönen Designs unter Wasser zu verstecken. Entdecken Sie Designs in leuchtenden Nuancen, mit Rüschedetails, Schleifen und Bändern, mit denen Sie sowohl am Pool als auch in Ihrem Instagram-Feed für Aufsehen sorgen werden. Packen Sie eine Auswahl an coolen Styles ein, um jeden Tag ein neues modisches Statement zu setzen und um Bikinistreifen zu vermeiden.



FaithfullTheBrand
Lucy Bandeau-Bikini mit Blumenprint und Gürtel



Adriana Degreas
+ Cult Gaia bedruckter Neckholder-Bikini mit Ringdetails

NICHOLAS
Bikini-Oberteil mit Blumendruck und Twist-Detail



NICHOLAS
Bikini-Höschen mit Blumendruck und Twist-Detail



Ideal, um kurven zu zaubern

Hand aufs Herz, wir wollen doch alle in unserem Traumbikini atemberaubend gut aussehen und uns wohlfühlen. Diese angesagten Designs machen es möglich: schlichte Formen in leuchtenden Farben und auffällige Prints verbreiten in Ihrem nächsten Urlaub fröhliche Sommervibes. Bloß nicht zurückhaltend sein, gönnen Sie sich gleich mehrere der schicken Modelle, die Sie ganz nach Lust und Laune wechseln können.



FaithfullTheBrand
Aira Triangel-Bikini mit Blumenprint



Lisa Marie Fernandez
Poppy Bikini aus Frottee aus einer Baumwollmischung mit Knoten



Zimmermann
Verity Triangel-Bikini mit Blumenprint

Ideal für Sportskanonen

Verbringen Sie den Urlaub lieber mit Paddeln und Surfen anstelle von Sonnenbaden? Sportlich Aktive greifen am besten zu Bikinis, die Funktionalität und Style miteinander vereinen und die beim Auspowern nicht ständig verrutschen. Lassen Sie die Finger von winzigen Triangel-Silhouetten und Oberteilen mit störenden Bügeln und entscheiden Sie sich für Modelle von Labels wie Hunza G und Les Girls Les Boys: Die stretchigen, verkürzten Oberteile verleihen auch beim Sport verführerisches Flair.



Bikinitop und Höschen von Fisch.



Medina Swimwear
Surfer Bikini mit Mesh-Einsätzen und Cut-out

Hunza G
Gigi Bikini aus Seersucker



Matteau
Bikini-Oberteil mit asymmetrischer Schulterpartie
The HighWaist Bikini-Höschen



Ideal bei üppiger Oberweite

Für Frauen, die etwas mehr Unterstützung benötigen, eignen sich Oberteile mit haltgebenden Bügeln hervorragend. Marken wie Heidi Klein und Melissa Odabash sind wahre Meister in Sachen Bikini-BHs, die sowohl formstabilen Halt garantieren als auch modisch en vogue sind und Ihnen ein rundum gutes Tragegefühl geben. Kombinieren Sie dazu Bikinihöschen mit hohem Beinausschnitt für eine schlanke, elegante Linie.



Peony
+ NET SUSTAIN Triangel-Bikini-Oberteil mit Picot-Besätzen



Melissa Odabash
San Juan gestreiftes Bikini-Oberteil mit Knoten



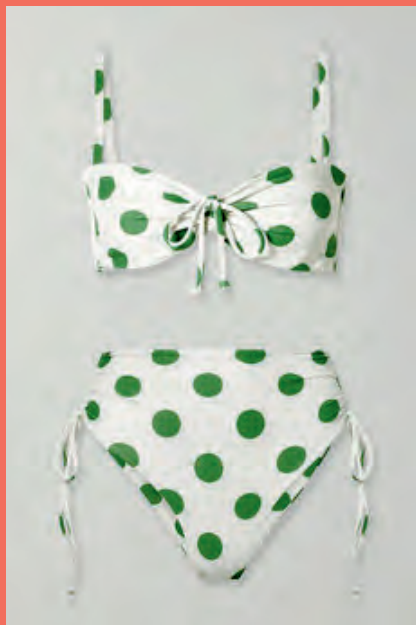
Norma Kamali
Bikini-Oberteil mit Bügeln und Leopardenprint

Ideal bei Birnenform

Bikinihöschen mit hoher Taille gehören zu den absoluten Figurschmeichlern und eignen sich nicht nur für diejenigen mit üppigerem Po und weniger definiertem Bauch, sondern auch für alle, die nicht zu viel nackte Haut zeigen möchten. Modelle, die knapp unter den Bauchnabel reichen betonen Ihre Taille und enthüllen so die schmalste Stelle Ihrer Körpermitte. Und keine Sorge, diese bedeckenden Bikinis sind alles andere als langweilig: Mit den femininen Designs von Faithfull The Brand und Agua by Agua Bendita machen Sie den ganzen Sommer lang eine stylische Figur.



Haight
Bügel-Bikini mit Leopardenprint



Faithfull The Brand
Tessa and Helena Bikini mit Polka-Dots



Haight
Bügel-Bikini mit Leopardenprint



Lisa Marie Fernandez
Magdalena Bikini aus Seersucker mit Gürtel



Leslie Amon
Thea Bandeau-Bikini mit Zebra-Print
und Raffungen

Die schönsten Bikinis & Badeanzüge der Saison

Der Sommer naht! Höchste Zeit, den Kleiderschrank mit den neuesten Trends, den heißesten Modellen und schönsten Prints zu bestücken. Wir zeigen dir schon jetzt, welche Bikinis und Badeanzüge 2019 besonders angesagt waren.

TREND 1: BADEANZÜGE MIT KALEIDOSKOP-MUSTER

Entdeckt haben wir diesen traumhaft schönen Trend bei Bloggerin Leonie Hanne. Ihr Kaleidoskop-Badeanzug fügt sich wunderbar in das orientalische Flair ihrer Indien-Reise, kann sich aber genauso an der Ostsee blicken lassen. Der Einteiler von Dior kostet übrigens schlappe 550 Euro. Zum Glück finden wir in Online-Shops günstigere Bikinis und Badeanzüge mit dem angesagten Muster.



TREND 2: RETRO

Besonders beliebt: Retro-Pieces mit einer hohen Taille. Inspiriert von den Bademoden-Trends der 60er und 70er Jahren wirkt der Stil dank Rüschen und Wellenform wunderbar zart und feminin. Und die hohe Taille zaubert zusätzlich ellenlange Modelbeine. Die Modelle reichen von Triangel-Bikinis über Bandeau-Tops bis hin zu Blumen-Prints. Uns gefällt's, denn die Frauen zeigten ihre Weiblichkeit und sehen dabei auch noch unbeschwert und super sexy aus!

Tipp: Das nachhaltige Bademode-Label Maaji aus Kolumbien produziert Bikinis und Badeanzüge, die sich allesamt wenden lassen und somit verschiedene coole Design-Kombis ermöglichen.

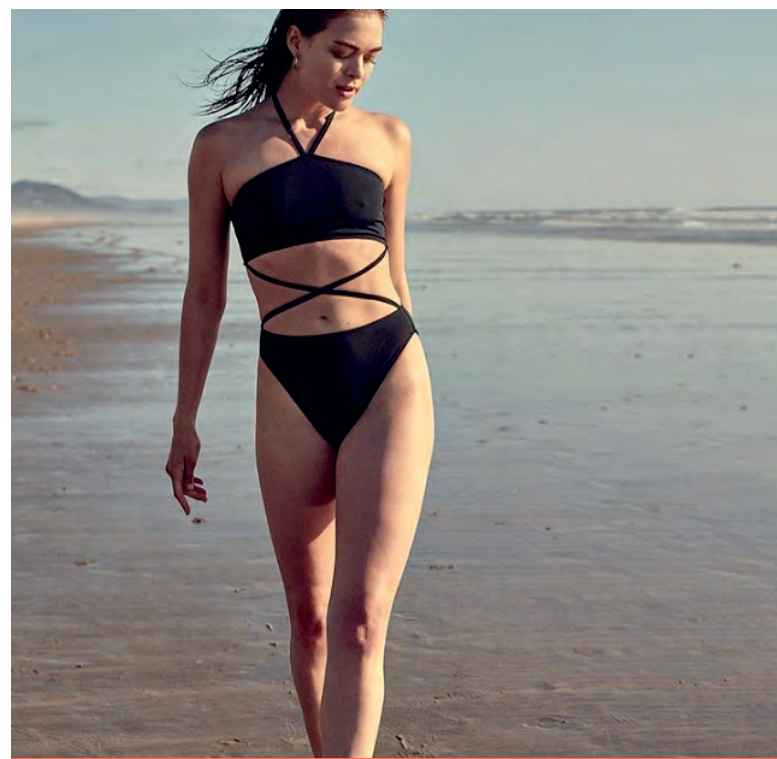
TREND 3: BADEANZÜGE MIT LOGOS

Logo-Prints mausern sich immer mehr zum Sommertrend. Immerhin haben die Suchanfragen nach Badeanzügen mit Logos und Monogrammen im Vergleich zum Vorjahr um 40 Prozent zugenommen, wie die Trend-Prognose von Stylight zeigt. Am Beach funktioniert der Look sowohl hochwertig und elegant, etwa mit einem Einteiler von Gucci, Dior oder Chanel, als auch sportlich mit einem Modell von Calvin Klein oder Adidas. Bei der Logo Mania kommt es übrigens auf die Größe an. Greift also gerne zu möglichst großen Aufdrucken.



TREND 4: ONE-SHOULDER

Der MEGA-Trend in diesem Jahr sind asymmetrische Badeanzüge und Bikinis. Dabei sind One-Shoulder Pieces der absolute Renner, denn die schönen Teile erinnern uns direkt an die 80er. Besonders Plus neben einem Bräunungsstreifen weniger ist die Raffinesse, die diese Modelle ausstrahlen. Denn nach 08/15 sieht diese Bademode nie aus.



TREND 5: RAFFINIERTER DETAILS

Bademode kann ja manchmal recht schlicht sein und bietet außer Ketten, Tüchern und Co. nicht viele Möglichkeiten für Accessoires. Umso schöner ist es, wenn raffinierte Details bereits mit den Bikinis und Badeanzügen kommen. Dieses Jahr sind die schönsten Teile daher geschnürt, gebunden oder auch geknotet. Auch Cut-Outs, Ringe und Gürtel geben dem sonst eher schlichten Outfit ein gewisses Etwas!