

MR LIFESTYLE

BILL CLINTON, JEAN PAUL GAULTIER, LADY GAGA, JAMES BLUNT, CHOPARD 03



VICTORIA'S SECRET



RELOJERIA ALEMANA

DESDE 1879

relojeriaalemana.com

COLON, 14
07001 PALMA (MALLORCA)
971 712917

JAIME III, 26
07012 PALMA (MALLORCA)
971 716712

EL CORTE INGLÉS AV.
07002 PALMA (MALLORCA)
971 771252

PUERTO PORTALS
07181 CALVIÀ (MALLORCA)
971 684002

SES MORERES, 18
07703 MAÓ (MENORCA)
971 361642

LUXURY SUMMER LIFESTYLE!

Con mucho gusto les presento la edición de verano de mi revista MR LIFESTYLE, que les ofrece interesantes entrevistas y fascinantes imágenes, además de las más exclusivas propiedades en Mallorca, Alemania y el sur de Francia. Entre otras cosas podrá conocer más sobre Victoria's Secret, una compañía global en plena expansión; Martin L. Bullard, el interiorista de Hollywood que nos desvela los deseos de las estrellas; o Carolina Gruosi-Scheufele, quien nos relata la historia del éxito de su imperio de alta joyería Chopard. Además podrán leer sobre Totilas, el caballo más caro del mundo, y el nuevo Lancia Stratos, una leyenda de los rallies convertida en una máquina de lujo. Mi más sincero agradecimiento por el inestimable apoyo que me brindan mis clientes, mi equipo, mi familia y mis amigos.

Y ahora, que disfruten del verano y de la lectura del nuevo MR LIFESTYLE.

It is with great pleasure that I present to you the summer issue of my magazine, MR LIFESTYLE, which offers interesting interviews and fascinating images, as well as the most exclusive properties in Mallorca, Germany and the South of France.

Amongst other things, the magazine will allow you to discover more about Victoria's Secret, a globally expanding company; Martin L. Bullard, the Hollywood interior designer who reveals to us the wishes of the stars; or Carolina Gruosi-Scheufele, who tells us the story of the success of her high jewellery empire, Chopard. And you will also be able to read about Totilas, the most expensive horse in the world, and the new Lancia Stratos, a rally legend transformed into a luxury car.

My sincerest gratitude to my clients, my team, my family and my friends for the inestimable support they offer me.

And now, enjoy the summer and reading the new MR LIFESTYLE!

Ich freue mich Ihnen die Sommerausgabe meines Magazins MR LIFESTYLE mit spannenden Interviews, interessanten Portraits sowie den schönsten Luxusimmobilien auf Mallorca, in Deutschland und in Süd-Frankreich präsentieren zu dürfen.

Victoria's Secret - ein Weltunternehmen auf Expansionskurs, der Hollywood Inneneinrichter Martyn L. Bullard verrät die Wünsche der Stars und Caroline Gruosi-Schäufele spricht über Ihr Schmuckimperium Chopard.

Außerdem stelle ich Ihnen das teuerste Pferd der Welt vor sowie den Lancia Stratos, eine Rallye Legende in Luxusausführung.

Mein herzlicher Dank für eine grandiose Unterstützung geht an meine Kunden, mein Team, meine Familie und meine Freunde.

Genießen Sie den Sommer und viel Spaß beim Lesen!



EDITA:

ellofteditorial
DISEÑO & COMUNICACIÓN
www.ellofteditorial.com
Depósito legal: PM 1841-2009

Marcel Remus

Marcel Remus

Camino de Génova 4, local 4 · 07014 Palma de Mallorca
(+34) 627 143 051 · (+34) 971 450 019
mr@marcelremusrealestate.com · www.marcelremusrealestate.com



VICTORIA'S SECRET

EL GLAMOUR MÁS SEXY DEL PLANETA
THE SEXIEST GLAMOUR ON EARTH
MEGASCHARFER SEXY GLAMOUR

Victoria's Secret es al mundo de la lencería lo que Ferrari al mundo de los automóviles: puro glamour. El mito de las ligeras prendas de la marca estadounidense, al igual que sucede con los deportivos del *cavallino rampante*, trascienden el puro objeto en sí para convertirse en los mayores mitos de su especie. En competición, si un piloto quiere pasar a la historia debe sentarse al menos una vez en la vida al volante de un Ferrari. Y si una modelo quiere el reconocimiento total sobre una pasarela, debe al menos una vez en la vida posar con las prendas de Victoria's Secret en alguno de los paradisíacos escenarios elegidos por la marca.

Para los desfiles anuales de la firma de lencería femenina más sexy del mundo han posado, desde 1994, todas las *top* mundiales, a su vez convertidas en embajadoras de la marca. Gisele Bündchen, Tyra Banks, Naomi Campbell, Claudia Schiffer, Heidi Klum, Valeria Mazza y muchas otras cuyas medidas de infarto y capacidad innata de seducción atraen hasta el hipnotismo a la cámara y a los espectadores en las divertidas y excitantes pasarelas. Cuerpos perfectos y cuidadosamente adornados con mini conjuntos de ropa interior convierten a este grupo de elegidas en los míticos "Ángeles de Victoria's Secret".

La exitosa compañía fue fundada a finales de la década de los 70 en San Francisco (Estados Unidos). En la actualidad la empresa pertenece a Limited Brands, una compañía minorista líder especializada en lencería, productos de belleza y de cuidado personal femenino. Durante el año 2005 la marca alcanzó una popularidad jamás conocida hasta entonces obteniendo unas ganancias de más de 2.400 millones de dólares a tra-

Victoria's Secret is to the world of lingerie what Ferrari is to the world of automobiles: pure glamour. As with the 'prancing horse' sneakers, the legend of the light, airy garments from this US brand transcend the mere object in itself, becoming the greatest myths of their kind. In racing, if a pilot wants to go down in history he must sit at the wheel of a Ferrari at least once in his life. And if a model aspires to total recognition on a catwalk, she must pose wearing Victoria's Secret garments in one of the heavenly settings chosen by the brand at least once in her life.

All of the world's greatest top models have posed in the lingerie firm's annual fashion shows since 1994, becoming ambassadors for the brand. Gisele Bündchen, Tyra Banks, Naomi Campbell, Claudia Schiffer, Heidi Klum, Valeria Mazza and many more whose stunning measurements and innate capacity for seduction entrance the camera and the spectators at these exciting, entertaining shows. Perfect bodies carefully adorned with skimpy lingerie outfits turn this group of the chosen few into the mythical 'Victoria's Secret Angels'.

This successful company was established in the late 1970s in San Francisco (USA). Currently the company belongs to Limited Brands, a leading retailer specializing in lingerie, beauty and personal care products. In 2005 the brand attained a hitherto unheard-of pitch of popularity, making profits of over 2,400 million dollars through the more than 1,000 shops it has distributed around the United States and Canada. One of its most powerful marketing strategies, aside from its image, is Victoria's Secret Direct, the on-line

Victoria's Secret ist in der Welt erlesener Damenunterwäsche das, was Ferrari in der Automobilbranche ist – Glamour pur. Gleich dem sich aufbäumenden Pferdchen, dem Logo der Ferrari-Sportwagen, gründet sich der Ruhm der luftigen Damendessous des amerikanischen Labels auf dem Produkt, das nicht nur Ware ist, sondern selbst zum Mythos wird. Will heißen: wer im Motorsport bestehen will, muss wenigstens einmal im Leben einen Ferrari steuern, wer sich als Model auf dem Laufsteg behaupten möchte, muss für Victoria's Secret an einem der paradisiatischen Fleckchen, die das Label für die Fotosessions auswählt, posieren.

Seit 1994 haben die berühmtesten Topmodels die sexy Kreationen auf den jährlichen Modenschauen präsentiert. Gleichzeitig agieren die Topgirls als Botschafterinnen des Unternehmens. Bei den aufregenden Défilés hypnotisieren Gisele Bündchen, Tyra Banks, Naomi Campbell, Claudia Schiffer, Heidi Klum, Valeria Mazza und andere verführerische Schönheiten mit umwerfenden Traummaßen förmlich das Publikum, wenn sie ihre perfekten Körper und die knappen aufreizenden Dessous zur Schau stellen. So heißt die Riege der Auserwählten auch treffend „Die Engel von Victoria's Secret“.

Das erfolgreiche Unternehmen wurde Ende der siebziger Jahre in San Francisco gegründet. Heute gehört die Firma zum Einzelhandelskonzern Limited Brands, der sich auf Damenwäsche sowie Kosmetika und Pflegeprodukte spezialisiert hat. Mit mehr als tausend Geschäften in den USA und Kanada und einem Gewinn von 2,4 Milliarden Dollar erlangte das Label 2005 weltweite Popularität. Außer einer ausgefeilten Marketingstrategie setzt das Unternehmen auf





vés de las más de 1.000 tiendas que tiene repartidas en Estados Unidos y Canadá. Una de sus potentes estrategias de marketing, además de su imagen, es Victoria's Secret Direct, la venta por catálogos on-line con la que logra llegar a más de 390 millones de clientes anuales. Otra de sus armas para vender las prendas es la publicidad que muestra a través de sus videos, realizados por cineastas de Hollywood.

En los últimos años Victoria's Secret ha crecido a raíz de comercializar no sólo sexys prendas de ropa interior, sino también trajes de baño, pijamas, medias y varios productos de belleza, fragancias, cremas y maquillaje. Un auténtico universo del glamour más íntimo dedicado a la mujer del siglo XXI. www.victoriasecret.com.

mail order catalogue through which it manages to reach over 390 million customers a year. Another of the tricks it uses to sell its garments is through the advertising shown on its videos, created by Hollywood directors.

Over recent years Victoria's Secret has grown by commercialising not only sexy underwear garments, but also bathing costumes, pyjamas, tights and a variety of beauty products, fragrances, creams and make-up. An authentic universe of the most intimate glamour dedicated to the 21st-century woman. www.victoriasecret.com

seinen Online-Katalogverkauf Victoria's Secret Direct, den pro Jahr mehr als 390 Millionen Kunden nutzen. Ein weiterer Trumpf sind die Promotionvideos, die von Hollywoods Kino- größten gedreht werden.

In den vergangenen Jahren hat Victoria's Secret die Produktpalette erweitert und bietet neben Damenunterwäsche auch Bademode, Nachtwäsche und Strumpfwaren sowie Parfüms und Kosmetika an - ein wahres Glamour-Eldorado für feminine Individualität und die Frau von heute. www.victoriasecret.com



MARTYN LAWRENCE BULLARD

LA ESTRELLA DE CHER, CHRISTINA AGUILERA, ELTON JOHN & CO.

THE STAR OF CHER, CHRISTINA AGUILERA, ELTON JOHN & CO.

DER STAR VON CHER, CHRISTINA AGUILERA, ELTON JOHN & CO.

¿Cómo describiría su estilo personal de diseño interior?

Mi estilo es muy ecléctico. Vivo según las palabras del gran Oscar Wilde, que dijo: “todas las cosas bellas pertenecen a la misma época”. Yo entiendo que eso quiere decir que se deben mezclar las cosas que te encantan, sea cual sea la época o el valor, y si para ti todos los objetos son bellos, su naturaleza ecléctica se volverá armoniosa y perfecta.

Usted es el diseñador de estrellas como Cher, Elton John y Christina Aguilera. ¿Cómo es que trabaja con los nombres más grandes de Hollywood?

He tenido muchísima suerte ya que, a partir de mi primer empleo, cuando trabajé para la supermodelo americana Cheryl Tiegs, he trabajado de forma continuada para algunas de las personas más famosas del mundo. Mi fama como diseñador de interiores inusuales e innovadores se ha extendido, y también mi discreción y habilidad de acoger cualquier tipo de petición especial o estilo. Cuando un personaje famoso te recomienda a otro, corre la voz. Mi negocio ha crecido únicamente a través de esta clase de recomendación personal.

¿Por qué se hizo diseñador de interiores?

En un principio siempre creí que sería actor, pero de alguna manera caí dentro del mundo del diseño y me intoxicó. La idea de crear espacios preciosos que las personas disfrutaran a diario me apasiona. La pasión por el diseño la llevo en la sangre y me considero extremadamente afortunado de poder crear diariamente. Es un trabajo maravilloso y gratificante.

¿Cuál es el lugar más exótico donde ha realizado un proyecto?

Trabajo por todo el mundo y de momento estoy trabajando en cinco países. He trabajado en México, Malibú, París, Londres, Roma, Nueva York, Los Ángeles y en varias islas privadas. ¡Si el lugar no es exótico, mis diseños lo compensarán!

¿Y cómo vive usted personalmente?

Vivo en las colinas de Hollywood en una “villa” de estilo italiano construido en el año 1922 por Rodolfo Valentino. Posteriormente fue el hogar de Gloria Swanson y todavía conserva un aire maravilloso de teatralidad. La casa no es grande, pero sí muy cómoda, y responde a todas mis necesidades, incluyendo un gimnasio privado con spa y varias habitaciones de invitados.

¿Cuál será su próximo proyecto de diseño?

Tengo un nuevo proyecto con la estrella de televisión Ellen Pompeo, estoy acabando la casa de la estrella de cine Eva Mendes, estoy a punto de comenzar otro proyecto con Sir Elton John y un castillo en Umbría, Italia, para el magnate de los medios de comunicación Evgeny Lebedev. También estoy lanzando unas nuevas colecciones de telas para Schumacher, un sistema ecológico de limpieza de casas que se llama 'Bullard's Best' y alfombras para The Rug Company.

Ha ganado numerosos galardones y fue nombrado uno de los 100 diseñadores de interiores más destacados del mundo por Architectural Digest. ¿Qué más le gustaría lograr durante los próximos cinco años?

Mis objetivos principales son ampliar mi negocio al mercado asiático y tal vez a Oriente Medio. Estoy trabajando para hacer que mis productos estén disponibles internacionalmente y ampliar mis colecciones de perfumes de hogar y líneas de telas y muebles. Me gustaría hacer más hoteles boutique también, ya que me encanta ese proceso. Mi programa de televisión "Million Dollar decorator" será lanzado en Bravo, Estados Unidos, el 7 de Abril y antes del verano se emitirá en todo el mundo. Así que si tiene éxito, me encantaría ampliar mi trayectoria televisiva.

En cuanto al diseño interior, ¿qué desean sus clientes VIP?

Mis clientes requieren lujo, espacios personales adaptados exclusivamente para ellos y atención a todos los detalles. Yo ofrezco servicios completos de diseño y hasta abastezco sus frigoríficos y sus bodegas si se me pide. Mi empresa cubre todos los aspectos de vivir un estilo de vida chic, lujoso y confortable.

¿De dónde saca la inspiración para las ideas especiales?

Saco inspiración a diario de lo que veo a mi alrededor. Pero en especial cuando viajo aprovecho todas las oportunidades de visitar lugares de inspiración tanto nuevos como antiguos, edificios, tiendas, ... El mundo me inspira y los colores de la naturaleza son mi verdadera paleta.

¿Quién es su diseñador de moda preferido?

Me encanta la ropa para hombres clásicamente moderna de Tom Ford. También los giros tan peculiares que Paul Smith aplica a la sastrería y el estilo fácil y cómodo de John Varvatos.

También le gustan los diseños ultra-ecológicos; cuéntenos por favor sobre este proyecto y las técnicas respetuosas para la tierra que está empleando.

Soy muy consciente del poder del estilo de vida ecológico e intento hacer una contribución a él a en todos mis proyectos. Se puede ser respetuoso con el medioambiente y también mantener un confort y un lujo absolutos en el hogar moderno. Es muy importante usar aparatos que ahorren agua y que reduzcan el consumo energético en los electrodomésticos. Además es de vital importancia instalar sistemas de aguas grises para regar jardines y wáteres de bajo flujo para producir menos aguas residuales. Hace poco presenté mi propia línea de productos ecológicos, biodegradables y no-tóxicos para cuidar los muebles y el hogar, en un intento de ofrecer productos chic que ayuden a salvar el planeta.

¿Qué es lo que más le gusta de su trabajo?

Me encanta el hecho de que pueda ser creativo cada día. Que sea libre de viajar por todo el mundo y sacar inspiración, comprar y experimentar diferentes formas de vivir. Soy verdaderamente afortunado.

How would you describe your personal interior design style?

My personal style is very eclectic. I live by the words of the great Oscar Wilde who said 'all beautiful things belong to the same age'. I take that to mean one is to mix things you love together, no matter what period or value and if all the items are beautiful to you their eclectic nature will become harmonious and perfect.

You are the designer to the stars such as Cher, Elton John and Christina Aguilera. How come that you work with the biggest names in Hollywood?

I have been very lucky that from my very first job, for iconic American Super Model Cheryl Tiegs, I have worked consistently for some of the world's most famous people. My reputation for unusual and

innovative interiors has become well known, as well as my discretion and ability to accommodate any type of special request or style. When one celebrity recommends you to another suddenly the word spreads. My business has solely grown through this type of personal recommendation.

Why did you become an interior designer?

I originally thought I would always be an actor, but somehow I fell into the design world and became intoxicated. The idea of making beautiful spaces for people to enjoy daily thrills me. A passion for design is in my blood and I consider myself extremely lucky to be able to be creative daily. It's a wonderful and fulfilling job.

What's the most exotic location where you've done a project?

I work all over the world and currently I am working in 5 countries. I have worked in Mexico, Malibu, Paris, London, Rome, New York, LA and several private Islands. If the location is not exotic then my designs will compensate for that!

How do you live yourself?

I live the hills of Hollywood in an Italian style villa that was built in 1922 by Rudolph Valentino. It later became the home of Gloria Swanson and still retains a wonderful air of theatricality. The home is not grand but extremely comfortable and caters to my every need incorporating a private Gym and spa and several guest rooms for my many friends who come to visit from around the world.

What will be your next project in design?

I have a new project with TV star Ellen Pompeo, I'm finishing the home of Movie Star Eva Mendes, I am about to embark on a new project with Sir Elton John and a castle in Umbria, Italy for media magnet Evgeny Lebedev. I am also launching new fabric collections for Schumacher, an eco cleaning system for the home called 'Bullard's Best' and Rugs for the rug company.

You are the winner of multiple very important awards and you were named one of the world's top 100 interior designers by Architectural Digest. What else would you like to achieve in the next five years?

My main goals are to expand my business into the Asian market and possibly the Middle East. I am working on making my products available internationally and expanding upon my home fragrance collections and fabric and furniture lines. I would like to do more boutique hotels as well as I love that process. My TV show 'Million Dollar decorator' launches on Bravo in the USA on April 7th and will go worldwide by the summer. So if that's a success I would love to expand my TV career as well.

With regards to interior design, what do your VIP clients desire?

My clients require luxury, personal spaces customized exclusively for them and attention to every detail. I provide full design services and will even fill their fridges and wine cellars if thus required. My company covers every angle of living a chic, luxurious and comfortable lifestyle.

Where do you get your inspiration for the special ideas from?

I am inspired daily by what I see all around me. Especially however when I travel I take every opportunity to visit new and ancient inspirational places, architecture and shops. The world inspires me and the colors of nature are my true palette.

Who's your favorite fashion designer?

I love the classically modern menswear of Tom Ford. The quirky twists on tailoring of Paul Smith and the easy comfortable style of John Varvatos.

You are also into ultra-eco friendly designs, please tell us about this project and what earth-friendly techniques you are using.

I am very aware of the power of eco living and try to make my contribution in all my jobs. You can be environmentally friendly and still maintain absolute comfort and luxury in the modern home. Using water saving appliances and energy reducing home and kitchen appliances is very important. Also to install grey water systems to irrigate gardens and low flow toilets to stop water waste is also vitally important. I have introduced my own line of eco friendly, bio degradable, non toxic cleaning products for the home and fur-



niture care recently in an effort to provide chic products that help save the planet.

What do you most love about your job?

I love my job. I love that I can be creative every day. That I am free to travel the world and be inspired, shop and experience every form of life. I am truly blessed.

Wie würden Sie Ihren persönlichen Interieur-Stil beschreiben?

Ich favorisiere den eklektischen Stil und lebe nach Oscar Wildes Worten: „Alle schönen Dinge gehören demselben Zeitalter an“. Ich interpretiere das so, dass man die Dinge, die einem gefallen, miteinander mischen kann, egal aus welcher Epoche sie stammen oder welchen Wert sie haben. Ihr eklektisches Naturell wird sich erneut zu harmonischer Perfektion wenden.

Sie sind der Designer von Stars wie Cher, Elton John oder Christina Aguilera. Wie kamen Sie dazu, für Hollywoods Größen zu arbeiten?

Ich hatte enormes Glück. Seit meinem ersten Design für das amerikanische Supermodel Cheryl Tiegs habe ich kontinuierlich für einige der berühmtesten Menschen der Welt gearbeitet. Der Ruhm meines ungewöhnlichen avantgardistischen Stils, meiner Diskretion und meines Könnens, die ausgefallendsten Dinge zu meistern, ist stets gewachsen. Ein Star empfiehlt dich dem anderen, das spricht sich herum. Mein Business ist nur durch Mund-zu-Mund-Propaganda groß geworden.

Warum sind Sie Innenarchitekt geworden?

Früher dachte ich, ich würde Schauspieler werden, bin dann aber irgendwie in der Designerwelt hängengeblieben. Mich begeistert die Idee, schöne Räume zu schaffen, an denen sich die Menschen dann täglich freuen. Mir liegt die Leidenschaft für Design im Blut und ich schätze mich sehr glücklich, jeden Tag etwas kreieren zu können. Es ist ein wunderbarer, erfüllender Job.

Welches war der exotischste Ort für ein Projekt?

Ich arbeite überall auf der Welt, derzeit in fünf Ländern. Ich war in Mexiko, Malibu, Paris, London, Rom, New York, Los Angeles und auf einigen Privatinseln. Und wenn der Ort nicht exotisch ist, wird er es durch mein Design werden!

Wie leben Sie privat?

Ich wohne auf den Hügeln von Hollywood, in einer Villa im italienischen Stil, die Rudolf Valentin 1922 baute. Später lebte Gloria Swanson hier, noch immer ist dieser Hauch von Theatralik zu spüren. Die Villa ist nicht groß, aber sehr gemütlich und deckt all meine Bedürfnisse. Es gibt einen Fitnessraum mit Spa und mehrere Gästezimmer für die Freunde, die mich aus aller Welt besuchen kommen.

Welches Projekt steht als nächstes an?

Ich mache ein Projekt für TV-Star Ellen Pompeo und schließe gerade das Design für Eva Mendes' Haus ab. Ein anderes Vorhaben für Sir Elton John steht in den Startlöchern und dann gibt es noch den Auftrag für ein Schloss in Umbrien für Medienzar Jewgeni Lebedev. Außerdem kreierte ich Stoffkollektionen für Schumacher und Teppiche für The Rug Company. Und dann Bullard's Best, ein ökologisches Reinigungssystem für Häuser.

Sie haben zahlreiche Preise bekommen, wurden von Architectural Digest zu einem der 100 bedeutendsten Innenarchitekten gekürt. Was wollen Sie in den kommenden fünf Jahren noch erreichen?

Das wichtigste Ziel ist die Expansion meines Unternehmens nach Asien und vielleicht den Mittleren Osten. Ich bin dabei, ein internationales Vertriebsnetz aufzubauen und die Kollektionen für Raumdufte, Stoffe und Möbel zu erweitern. Ich würde gern mehr Boutique-Hotels haben, mir gefällt dieses Verfahren. Mein TV-Programm „Millionen-Dollar-Dekorateur“ startet am 7. April bei Bravo in den USA, bis zum Sommer wird es international ausgestrahlt. Wenn die Sendung erfolgreich läuft, würde ich auch gern meine Fernsehkarriere vorantreiben.

Welche Wünsche haben Ihre VIP-Kunden beim Innendesign?

Meine Kunden wollen Luxus, individuell und exklusiv auf sie zugeschnittene Räume und absolute Detailtreue. Ich biete ein komplettes Designpaket an und wenn sie es wünschen, liefere ich auch den Kühlschrank oder fülle den Weinkeller. Wir decken alle Wünsche ab für einen schicken, luxuriösen und komfortablen Lebensstil.

Woher nehmen Sie Ihre ausgefallenen Ideen?

Als Inspiration dient mir das, was ich täglich in meiner Umgebung sehe. Vor allem auf Reisen nutze ich die Gelegenheit, um alte und neue Orte zu besuchen, die mich inspirieren, Architektur, Läden. Die Welt an sich ist mein Quell der Inspiration, die Natur meine wahrhafte Farbpalette.

Wer ist Ihr Lieblingsmodedesigner?

Mir gefällt Tom Fords klassisch-moderne Herrenlinie, aber auch Paul Smith, dessen Mode das gewisse Etwas hat, oder der klare und bequeme Stil von John Varvatos.

Sie sind auch ein Verfechter ultra-ökologischer Designs. Welche umweltverträglichen Technologien kommen bei Ihrer Arbeit zum Einsatz?

Ich bin mir der Tragweite eines ökologischen Lebensstils voll bewusst und möchte möglichst in jedem meiner Projekte dazu beitragen. In einem modernen Haushalt können Sie umweltbewusst agieren und trotzdem bequem im Luxus leben. Wasser- und energiesparende Apparate und Haushaltgeräte sind ein wichtiger Punkt. Dusch- und Nutzwasser sollte zur Bewässerung des Gartens oder für die Toilettenspülung aufbereitet werden, um weniger Abwasser zu produzieren. Erst kürzlich habe ich meine neue Linie ökologischer Haushaltprodukte vorgestellt, sie sind biologisch abbaubar und ungiftig. Ich will schicke Produkte anbieten, die dabei helfen, unsere Erde zu erhalten.

Was gefällt Ihnen bei Ihrem Job am meisten?

Meine Arbeit ist einfach toll, ich finde es herrlich, jeden Tag kreativ zu sein. Dass ich in die ganze Welt reisen kann, um mich inspirieren zu lassen, einkaufen, verschiedene Lebensweisen erleben. Ich bin wirklich ein Glückskind!

STEVE JOBS

EL DUEÑO DE LA MANZANA
THE OWNER OF THE APPLE
DER ERFINDER DES APFELS

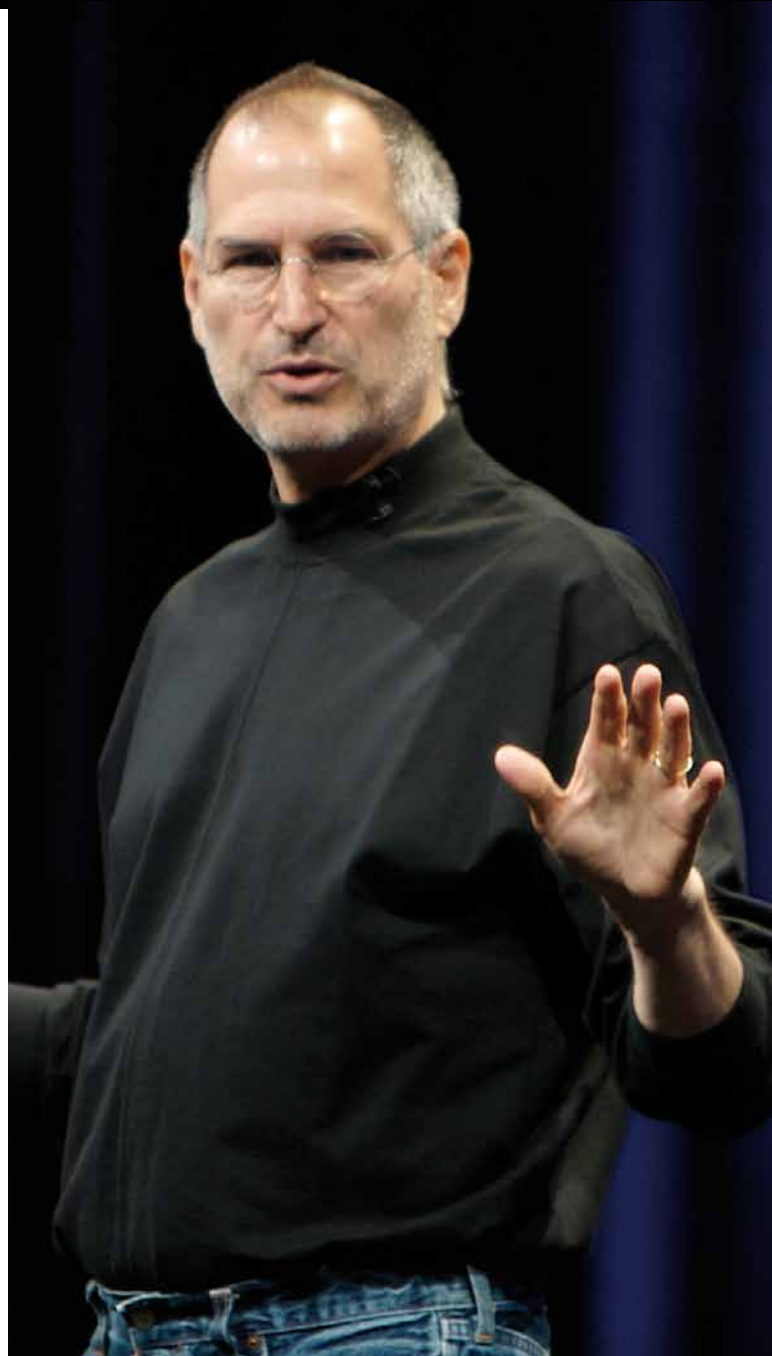
Cuando de aquí muchos siglos la Tierra sea un lugar muy diferente al que conocemos hoy, seguro que Steve Jobs, el fundador de Apple y una de las mentes más brillantes que haya dado la historia de la humanidad, seguirá siendo recordado como uno de los grandes hombres de todos los tiempos. La historia de cómo Jobs (San Francisco, EE. UU., 1955) forjó su leyenda es conocida hasta el último confín. A los 21 años creó junto con el ingeniero Steve Wozniak el primer ordenador personal de la historia, el Apple I. Desde entonces su fama creció como la espuma hasta llegar a la cima superando en ventas (y carisma) a su competidor natural y magnate de Microsoft, Bill Gates. Jobs ejerce actualmente de director ejecutivo de Apple, después de una baja de 11 años en los que se dedicó a dirigir la empresa de animación digital Pixar, con la que se convirtió en el máximo accionista de The Walt Disney Company.

El caso de cómo Jobs, una leyenda viviente, logró el crecimiento más rápido de una empresa en los Estados Unidos, es estudiado en universidades de los cinco continentes. Uno de sus grandes momentos se fraguó cuando en 1981 IBM sacó el PC y, de paso, "picó" a Jobs, que junto con el ex presidente de Pepsi Cola, John Sculley, y con un equipo de ingenieros informáticos trabajaron durante 90 horas semanales para crear lo que hoy en día es el ordenador de los diseñadores por antonomasia: el Macintosh, o Mac, una máquina que rezuma libertad, independencia y juventud. Los recientes iBook, iPad o iPhone, entre otras "inventos" de Apple, sitúan a Jobs como máximo gurú de la tecnología. A pesar de que su estado de salud no es el mejor en estos momentos, las presentaciones de sus productos en las que aparece con camiseta negra, vaqueros azules y unas viejas deportivas New Balance han marcado un antes y un después en la manera de entender el marketing.

When the Earth is a very different place to the one we are familiar with, many centuries from now, Steve Jobs - the founder of Apple and one of the most brilliant minds the history of mankind has turned out - will almost certainly still be remembered as one of the greatest men of all time. The story of how Jobs (San Francisco, USA, 1955) forged his legend is common knowledge in even the remotest corner of the planet. At the age of 21 he and engineer Steve Wozniak created the first personal computer in history, the Apple I. Since then his fame mushroomed, until reaching the pinnacle and beating his natural competitor Microsoft magnate Bill Gates in sales (and charisma). Jobs currently holds the post of CEO of Apple after a spell of 11 years in which he devoted himself to directing the digital animation company Pixar, through which he became the largest individual shareholder of The Walt Disney Company.

The case of Jobs - a living legend - and how he achieved the fastest growth of a company in the US, is studied in universities on all five continents. One of his great moments was when in 1981 IBM brought out the PC, "stinging" Jobs in the process. Along with the former vice-president of Pepsi Cola, John Sculley, and a team of computer engineers Jobs spent 90 hours a week working to create what is now the designer computer par excellence, the Macintosh, or Mac, a machine that exudes freedom, independence and youth. The recent Apple "inventions" of the iBook, iPad and iPhone, among others, position Jobs as the maximum guru of technology. In spite of his health not being at its best at the moment, the presentations of his products in which he appears dressed in a black T-shirt, blue jeans and a pair of old New Balance sneakers represent a milestone in the way we understand marketing.

Obwohl unsere Erde in einigen Jahrhunderten wohl ganz anders aussehen wird, als wir sie heute kennen, wird man sich an Steve Jobs (San Francisco, 1955), den Gründer des Apple-Imperiums, wohl noch immer als eines der brilliantesten Genies der Menschheitsges-



chichte erinnern. Die Legende von Jobs Erfolgsgeschichte kennt jedes Kind. Mit 21 Jahren erfand er, zusammen mit dem Ingenieur Steve Wozniak, den ersten Personalcomputer der Geschichte, den Apple I. Seitdem ist sein Ruhm stetig gewachsen. Seinen Erzkonkurrenten, den Microsoft-Magnaten Bill Gates, hat er sowohl bei den Verkaufszahlen als auch in Sachen Charisma längst übertroffen. Momentan agiert Steve Jobs wieder als Vorstandsvorsitzender an der Spitze von Apple, nachdem er elf Jahre lang als Geschäftsführer der Pixar Animation Studios tätig war und nach deren Fusion er zum größten Einzelaktionär der Walt Disney Company avancierte.

Jobs ist eine lebende Legende. An den Universitäten der ganzen Welt wird seine Business-Story analysiert. Eine seiner Sternstunden bahnte sich 1981 an, als IBM den PC auf den Markt brachte und Jobs unter Vertrag nahm. Zusammen mit dem ehemaligen Pepsi-Cola-Boss John Sculley und einem Informatiker-Team tüftelte Jobs in 90-Stunden-Wochen an dem, was heute als der Designer-Computer per excellence gilt: der Macintosh, oder Mac, Sinnbild für Freiheit, Unabhängigkeit und Jugend. Die folgenden Apple-Hits iBook, iPad und iPhone erhoben Jobs endgültig zum Guru der IT-Welt. Trotz seines derzeit angeschlagenen Gesundheitszustandes sind seine Produktpräsentationen, zu denen er im schwarzen T-Shirt, Bluejeans und abgewetzten New-Balance-Tretern erscheint, nach wie vor das Non Plus Ultra des Marketing.



CAROLINE GRUOSI-SCHEUEFELE

LADY CHOPARD

Cuéntenos sobre la historia de su empresa.

Chopard tiene una larga y rica historia. El año pasado celebramos nuestro 150 aniversario. La empresa fue constituida en el año 1860 por Louis-Ulysse Chopard en Sonvillier, y rápidamente se convirtió en un referente en el campo de los relojes de precisión. Unos cien años después, en 1963, mi padre Karl Scheufele compró Chopard y lo modernizó. La empresa creció de una plantilla de 5 empleados cuando él asumió el mando, a una de 1.750 en menos de 50 años. Hoy en día fabricamos mayoritariamente joyería fina y relojería. Nuestra división de relojería hace hincapié en la investigación y desarrollo en el área de calibres de la casa, mientras que nuestros joyeros crean sueños hechos a mano, piezas únicas o inusuales que añaden un toque mágico a la vida cotidiana.

Usted dirige Chopard junto con su hermano. ¿Cómo comparten las responsabilidades?

Nos reunimos periódicamente para hablar de todo tipo de asuntos corporativos, desde la estrategia global hasta los nuevos diseños. Debo confesar que a veces aprovechamos las reuniones familiares

para tomar decisiones. Mi hermano Karl-Friedrich es el responsable de toda la división de relojes de caballeros y de todos los aspectos de gestión empresarial. Yo tengo a mi cargo todas las colecciones de señoras, desde el diseño a la creación. En particular estoy involucrada con nuestro departamento de alta joyería. También me encargo de las divisiones de perfumes y complementos y superviso nuestra red de tiendas.

Chopard es un socio importante de famosos festivales de cine y crea joyería para las mujeres más bellas. ¿Cómo afecta esto a su negocio?

Efectivamente, somos un socio del Festival de Cine de Cannes desde 1998. En Cannes, y también en los Óscar, por ejemplo, vestimos a las actrices con joyas Chopard. Con los años son muchas las actrices famosas que han "dado vida" a nuestras creaciones. Las piezas de alta joyería no deberían estar almacenadas en cajas fuertes. Necesitan ser lucidas, necesitan "cobrar vida". Las alfombras rojas son el escenario ideal para que esta magia tenga lugar. Obviamente esta excelente visibilidad ayudó, aumentando mucho la conciencia de marca de Chopard.

¿Qué es lo que caracteriza a su joyería?

Una creación Chopard simboliza audacia, calidad y excelencia. Por ejemplo la Colección "Animal World" que creamos para nuestro 150 aniversario. Nos atrevimos a crear unas piezas tan inesperadas como una pulsera de sardinas o un collar que representa un cerdo. Estas piezas deslumbrantes y únicas sólo fueron posibles gracias al talento y a la meticulosa destreza de nuestros mejores artesanos.

¿De qué se siente más orgullosa?

Estoy muy orgullosa de la Colección "Animal World". La idea me vino de repente en una noche de insomnio. Miraba mis dos peluches preferidos, un mono y un conejo, cuando se me ocurrió de golpe. Me encantan los animales y forman parte de mi vida, así que decidí homenajearlos de una manera muy personal y especial. Para nuestro 150 aniversario di con la idea de crear una colección de 150 piezas de Alta Joyería, cada una de las cuales representa un animal. Nos llevó más de un año completar la colección entera, y ahora que se ha terminado el proyecto, mi único sueño es reunir todas estas piezas otra vez para una exposición sin precedentes.

¿De dónde saca la inspiración para su trabajo?

La mayor inspiración la obtengo de viajar, descubrir lugares y conocer gente interesante. Por ejemplo, la Colección de Relojes de Elton John es el resultado de una amistad duradera y refleja la personalidad vibrante de este gran artista, mientras la idea de la Colección Pushkin procedió de un viaje a Rusia. De manera parecida, el colorido de la Colección Copacabana se inspiró en los paisajes exuberantes del Brasil, así que decidimos nombrarla por esta famosa playa de Rio de Janeiro.

Please tell us about the history of your company.

Chopard has a long and rich history. Last year, we celebrated our 150th anniversary. The Company was founded in 1860 by Louis-Ulysse Chopard in Sonvillier and quickly became a benchmark in the field of precision watches. About a hundred years later, in 1963, my father, Karl Scheufele bought and modernized Chopard. From 5 employees when he took over, the company grew to about 1'750 in less than 50 years. Today, we mostly produce fine jewelry and watches. Our watch division emphasizes research and development on in-house calibers while our jewelers create hand crafted dreams, unique or unusual pieces that bring magic to everyday life.

Today, you are managing Chopard together with your brother. How do you share the responsibilities?

We meet regularly to discuss all kind of corporate matters, from global strategy to new designs. I must confess that sometimes we take advantage of family reunion to take decisions. My brother Karl-Friedrich is in charge of the whole men's watch division and of all business management aspects. I am overlooking all the ladies' collections, from design to creation. I am particularly involved in our High-Jewelry department. I also take care of our fragrance and accessories divisions and overlook our boutique network.



Chopard is an important partner of famous film festivals and creates jewelry for the most beautiful women. What is the effect on your business?

We are indeed a partner of the Cannes Film Festival since 1998. In Cannes but also at the Oscars for example, we dress the actresses with Chopard jewelry. Over the years, many famous actresses "gave life" to our creations. High Jewelry pieces are not meant to be stored in safes. They need to be worn, to "come to life". Red carpets are the ideal sets for this magic to happen. Obviously, this prime visibility helped raising Chopard's brand awareness greatly.

What characterizes your jewelry?

A Chopard creation stands for audacity, quality and excellence. Take the Animal World Collection created for our 150th anniversary for example. We dared to create such unexpected pieces as a Sardines bracelet or a Pig necklace. These stunning unique pieces were made possible only thanks to the talent and meticulous dexterity of our finest craftsmen.

What are you proud of?

I am very proud of the Animal World Collection. The idea came to me at once one sleepless night. I was looking at my two favorite stuffed animals, a monkey and a rabbit, when it struck me. I love animals and they are part of my life so I decided to honor them in my very own special way. For our 150th anniversary, I came up with the idea of creating a 150 High Jewelry pieces collection, each representing an animal. It took us the whole year to complete the entire collection and now that this project is over I am only dreaming of getting all these pieces back together for an unprecedented exhibition.

Where do you get inspiration from for your work?

I get most of my inspiration from travelling, discovering places and meeting interesting people. For example, the Elton John Watch Collection is the result of a long lasting friendship and reflects the vibrant personality of this great artist while the idea behind the Pushkin Collection came from a trip in Russia. Similarly, the multiple colors of the Copacabana Collection are inspired by Brazil's lush landscapes so we decided to name it after the famous beach of Rio de Janeiro.

Erzählen Sie uns aus der Firmengeschichte.

Chopard hat eine lange, traditionsreiche Geschichte. Im vergangenen Jahr feierten wir unseren 150. Jahrestag. Die Firma wurde 1860 von Louis-Ulysse Chopard in Sonvillier gegründet und machte sich schnell einen Namen im Bereich der Präzisionsuhren. Hundert Jahre später, 1963, kaufte mein Vater Karl Scheufele die Firma und modernisierte sie. Unter seiner Leitung wuchs das Unternehmen, in weniger als 50 Jahren ist der Personalbestand von fünf auf 1750 Angestellte gestiegen. Heute stellen wir größtenteils hochwertigen Schmuck und Uhren her. Unsere Uhrenmanufaktur konzentriert sich auf die Forschung und Entwicklung klassischer Produkte, unsere Designer fertigen in Handarbeit traumhafte, einmalige Schmuckstücke, die dem Leben einen Hauch von Magie verleihen.

Sie führen das Unternehmen mit Ihrem Bruder. Wie sind die Aufgaben verteilt?

Wir treffen uns regelmäßig und beraten über alle Firmenbelange, dabei geht es von der globalen Strategie bis zum Design. Zugegeben, manchmal fallen wir Entscheidungen auch auf Familientreffen. Mein Bruder Karl-Friedrich ist für die Bereiche Herrenuhren und Unternehmensführung zuständig, ich für sämtliche Damenkollektionen, vom Design bis zur Kreation, dabei vor allem im Bereich der Joaillerie. Außerdem kümmere ich mich um die Parfüms und Accessoires und überwache unser Vertriebsnetz.

Chopard ist ein bedeutender Partner berühmter Filmfestivals und kreiert Juwelen für die schönsten Frauen. Wie wirkt sich das aufs Geschäft aus?

Seit 1998 sind wir Partner der Filmfestspiele Cannes. Dort wie auch bei den Oscarverleihungen tragen die Schauspielerinnen Chopard. Mittlerweile haben viele Berühmtheiten unseren Kreationen „Leben eingehaucht“. Edler Schmuck ist nichts für Tresore, die Stücke müssen getragen werden, „lebendig“ sein. Der Rote Teppich ist der ideale Ort für diese magischen Momente. Natürlich hat dieses exklusive Ambiente Chopard ins Rampenlicht gerückt.

Was macht Ihre Schmuckstücke aus?

Eine Chopard-Kreation steht für Kühnheit, Qualität und Auserlesenheit, wie man am Beispiel der Kollektion „Animal World“ anlässlich unseres 150. Jahrestages sieht. Wir überraschten mit völlig ausgefallenen Stücken, ein Armband aus Sardinen oder das Collier „Schwein“. Diese hinreißenden, einmaligen Kreationen haben wir dem Talent und dem ausgefeilten Geschick unserer besten Handwerker zu verdanken.

Worauf sind Sie stolz?

Auf die „Animal World“-Kollektion! Die Idee kam mir in einer schlaflosen Nacht. Während ich meine Lieblingsplüschtiere, einen Affen und ein Kaninchen, ansah, kam mir plötzlich die Erleuchtung. Ich liebe Tiere, sie sind Teil meines Lebens und ich wollte ihnen eine sehr persönliche Hommage widmen. Zum 150. Jahrestag wollte ich 150 exklusive Schmuckstücke kreieren; jedes sollte ein Tier darstellen. Wir brauchten über ein Jahr für die Kollektion und nun, da wir das Vorhaben umgesetzt haben, möchte ich die Stücke noch einmal zu einer einzigartigen Ausstellung vereinen. Das ist mein Traum.

Woher nehmen Sie die Inspiration für Ihre Arbeit?

Vor allem lasse ich mich beim Reisen inspirieren, durch das Kennenlernen neuer Orte und interessanter Leute. So ist die Elton John-Uhrenkollektion der langjährigen Freundschaft zwischen uns geschuldet und spiegelt die mitreißende Persönlichkeit dieses großartigen Künstlers wider. Bei einer Reise nach Russland entstand die Idee zur Puschkin-Kollektion. Die Farbenpracht der Copacabana-Kollektion wiederum illustriert die üppigen Landschaften Brasiliens, Namensgeber war der berühmte Strand von Rio de Janeiro.



© UNIVERSAL MUSIC ESPAÑA

LADY GAGA

LA NUEVA REINA DEL POP
THE NEW QUEEN OF POP
DIE NEUE POPKÖNIGIN

Es una de los iconos más fascinantes del universo musical. Con Lady Gaga (Nueva York, 1986) nadie se queda indiferente y ya son millones los fans en todo el mundo que la veneran como una imagen sagrada. La cantante y compositora estadounidense, de estilo y vestuario inclasificable, fue elegida por la revista Time como una de las personas más influyentes del mundo, y muy poco después la revista Forbes la nombró como la cuarta celebridad más poderosa del planeta. Nominaciones recibidas después de vender más de 15 millones de copias de su último álbum y 40 millones de sencillos a nivel mundial.

She is one of the most fascinating icons of the music world. Nobody is left indifferent by Lady Gaga (New York, 1986) and millions of fans the world over worship her like a sacred image. This US singer and composer, who has an unclassifiable wardrobe and style, was chosen as one of the most influential people in the world by Time magazine, and shortly afterwards Forbes magazine named her the fourth most powerful celebrity on the planet. She received these nominations after selling over 15 million copies of her last album and 40 million singles throughout the world.

Sie ist eine der faszinierendsten Ikonen der Musikwelt und das nicht nur wegen ihres schrillen Kleidungsstils. Die amerikanische Sängerin und Songwriterin Lady Gaga (New York, 1986) lässt niemanden kalt, Millionen Fans in aller Herren Länder verehren sie wie eine Heilige. Die Zeitschrift Time zählt Lady Gaga zu den einflussreichsten Menschen der Welt; für das Magazin Forbes rangiert sie auf der Liste der mächtigsten Promis an vierter Stelle. Von ihrem letzten Album wurden 15 Millionen Exemplare verkauft, dazu 40 Millionen Single-Scheiben.



JAMES BLUNT

MADERA DE ESTRELLA
A STAR IN THE MAKING
DER SUPERSTAR

El inglés James Blunt (Wiltshire, 1974), ha logrado conseguir en muy poco tiempo lo que algunos no han logrado en años: dos discos con 18 millones de ejemplares vendidos, disco de oro en la primera semana del lanzamiento de su segundo disco, dos giras mundiales con un éxito rotundo y nominado cinco veces a los premios Grammy. Unos datos impresionantes que corroboran el brillante presente y futuro de Blunt, una de las estrellas del momento. En su caso el talento se lleva en la sangre, ya que con tan solo 14 años Blunt ya componía un sinfín de canciones con un estilo al que sigue siendo fiel, una excelente mezcla entre pop, rock y folk.

In a short space of time Englishman James Blunt (Wiltshire, 1974) has managed to achieve more than some do in years: two discs with 18 million copies sold, gold disc certification for his second album in the first week after its launch, two world tours that were a resounding success and five Grammy nominations. Impressive facts that corroborate Blunt's brilliant present and future as one of the stars of the moment. In his case the talent is in his blood, as at the age of just 14 he was already composing a host of songs in a style to which he is still faithful, an excellent blend of pop, rock and folk.

Zwei Platten, 18 Millionen verkaufte Scheiben, die Goldene Platte für seine zweite CD schon in der ersten Woche nach Markteinführung, zwei äußerst erfolgreiche Welttourneen und fünf Grammy-Nominierungen – der Brite James Blunt (Wiltshire, 1974) hat in kurzer Zeit das erreicht, was andere in Jahren nicht schaffen. Und der Erfolg verheißt dem Superstar Blunt eine glänzende Zukunft, hat er das Talent doch wahrlich im Blut. Bereits mit 14 Jahren komponierte Blunt Dutzende Lieder, in denen er Pop, Rock und Folk mischte, einem Stil, dem er bis heute treu ist.



JEAN PAUL GAULTIER

L'ENFANT TERRIBLE DE LA MODA 'L'ENFANT TERRIBLE' OF FASHION DAS ENFANT TERRIBLE DER MODE

Jean Paul Gaultier (Francia, 1952), conocido en los años 80 como l'enfant terrible de la moda por creaciones tan atrevidas como hombres con falda o el sostén-cono que lució Madonna en su gira mundial, sigue siendo uno de los grandes referentes mundiales a punto de cumplir 59 años. Gaultier comenzó su fulgurante carrera a los 18 años diseñando bocetos en el taller de Pierre Cardin, quien se quedó impresionado con el talento del joven genio. Con tan solo 22 años, el joven Gaultier presentó su propia colección de moda femenina.

Presente año tras año en las colecciones de los desfiles de alta costura en París, Milán o Nueva York, sus clientes habituales son Madonna, Nicole Kidman, Catherine Deneuve, Marion Cotillard o Liliane Bettencourt, entre otras. Desde el año 2004 hasta 2011 Jean Paul Gaultier había sido el diseñador oficial para la línea de mujer de la firma francesa de alta costura Hermès. Además de sus impresionantes diseños de moda, Gaultier es conocido en el mundo entero por sus fragancias, que alcanzan cifras de ventas multimillonarias y que han sabido llegar a los corazones de un determinado perfil de hombres y mujeres jóvenes, inconformistas y sobre todo amantes de las cosas bellas.

Jean Paul Gaultier (France, 1952), known in the '80s as the 'enfant terrible' of fashion for bold creations like men in skirts or the cone-bra that Madonna wore on her world tour, is still a world leader at the age of almost 59. Gaultier began his brilliant career at the age of 18 sketching designs in Pierre Cardin's workshop. Cardin was impressed by the talent of the young genius, and at the age of just 22, the young Gaultier presented his own women's fashion collection; three years later he created his very own brand.

Present year in, year out at the haute couture fashion shows of Paris, Milan or New York, his regular clients are show business celebrities like Madonna, Nicole Kidman, Catherine Deneuve, Marion Cotillard or Liliane Bettencourt, among others. From 2004 to 2011 Jean Paul Gaultier was official designer of the women's line at the French haute couture label Hermès. As well as his impressive fashion designs, Gaultier is also famous the world over for his fragrances, the sales for which have reached multimillionaire figures. Gaultier's perfumes have hit home in the hearts of a certain profile of young, nonconformist men and women who love the beautiful above all things.

In den achtziger Jahren galt er als das enfant terrible der Mode. Seine Kreationen waren mehr als gewagt, er steckte Männer in Röcke, Madonna verpasste er für ihre Welttournee einen kegelförmigen BH. Auch mit fast 59 Jahren gilt der 1952 in Frankreich geborene Jean Paul Gaultier noch immer als einer der ganz Großen im Modegeschäft. Er begann seine steile Karriere mit 18 Jahren als Entwurfzeichner bei Pierre Cardin, der sich vom Talent des Lehrlings beeindruckt zeigte. Mit 22 präsentierte Gaultier seine eigene Damenkollektion, drei Jahre später gründete er sein eigenes Label.

Seitdem ist Jean Paul Gaultier jedes Jahr bei den Modenschauen der Haute Couture in Paris, Mailand oder New York dabei. Zu seinen Kunden gehören Stars wie Madonna, Nicole Kidman, Catherine Deneuve, Marion Cotillard oder Liliane Bettencourt. Von 2004 bis 2011 zeichnete Gaultier als Chefdesigner des renommierten französischen Unternehmens Hermès verantwortlich. Doch nicht nur seine Modekreationen haben Gaultier berühmt gemacht, bekannt ist das Genie auch wegen seiner Parfüms, die sich millionenfach verkaufen. Zielgruppe sind unangepasste junge Damen und Herren, die schöne Dinge zu schätzen wissen.





TOTILAS

EL CABALLO MÁS VALIOSO DEL MUNDO
THE MOST VALUABLE HORSE IN THE WORLD
DAS TEUERSTE PFERD DER WELT

Él solo ha cambiado el mundo del deporte de doma clásica. Así es *Totilas*, un semental que en muy poco tiempo ha batido récord tras récord hasta ser proclamado campeón mundial en tres ocasiones. En tan sólo dos años este excepcional macho ha obtenido todos los títulos disponibles. Hasta ahora, ningún caballo ha entusiasmado de tal manera la doma clásica, electrizándola con un enorme interés por parte de los espectadores. El nuevo propietario de *Totilas*, Paul Schockemoehle, leyenda viva de los jinetes de salto, guarda silencio sobre el precio de compra de este caballo del siglo, que ascendió a cerca de diez millones de euros. Desde entonces el valioso semental, de diez años de edad, es vigilado las 24 horas del día. Hasta ahora, la suma récord para un caballo de adiestramiento rondó los 2,5 millones de euros. Matthias Rath, nuevo jinete e hijastro de Ann-Kathrin Linsenhoff, se enfrenta al reto de conseguir una medalla de oro en los Juegos Olímpicos de 2012. La cubrición del semental ronda alrededor de los 9.000 euros. www.schockemoehle.com

He changed the world of the sport of classical dressage and now he will have every chance of conquering the field of the breeding of dressing horses. Moorlands Totilas, a stallion who beat record after record over a very short span of time, until being proclaimed world champion on three occasions. In just two years this exceptional horse obtained all the titles to be had. Never had a horse enthused classical dressage circles so, electrifying them with huge interest on the part of spectators. Totilas' new owner, Paul Schockemöhle, a living legend in show jumping, remains silent as to the purchase price of this horse of the century, which amounted to nearly ten million Euros. Ever since the valuable stud, aged ten, has been guarded 24 hours a day. Until then the record sum paid for a dressage horse stood at around 2.5 million Euros. Totilas is currently considered the most famous horse in the world. Matthias Rath, his new rider and stepson of Ann-Kathrin Linsenhoff, is faced with the challenge of winning a medal with the wonder stallion in the 2012 Olympic Games. The stud fee for Totilas is around 9,000 Euros. www.schockemoehle.com

Im Dressursport hat er die Welt bereits verändert, in der Dressurpferde-Zucht soll er nun alle Chancen dafür bekommen: Totilas. Ein Hengst, der in kürzester Zeit Rekord um Rekord aufstellte. Dreimal brach er den Weltrekord! In nur zwei Jahren erreichte der Ausnahmehengst alle verfügbaren Titel. Kein Pferd hat es bisher geschafft, die Dressur mit solchem Zuschauerinteresse zu elektrisieren. Über den Kaufpreis von Totilas spricht der neue Eigentümer und Springreit-Legende Paul Schockemöhle nicht. Für rund 10 Millionen Euro soll er das Jahrhundert Pferd, was nun 24 Stunden bewacht wird, erworben haben. Für ein Dressurpferd galten bisher 2,5 Millionen Euro weltweit als Rekordsumme. Der zehn Jahre alte Hengst ist derzeit das bekannteste Pferd weltweit.

Der neue Reiter, Matthias Rath, Stiefsohn von Ann-Kathrin Linsenhoff, soll mit dem Dressur-Wunderhengst Gold bei Olympia 2012 holen. Eine erfolgreiche Besamung durch diesen Rapp-Hengst kostet knapp 9.000 Euro. www.schockemoehle.com



HERMANN BÜHLBECKER

EL REY DE LAS GALLETAS
KING'S COOKIES
DER KÖNIG DER PLÄTZCHEN

La compañía Lambertz, una de las empresas líderes internacionales en el sector de los típicos dulces de Navidad alemanes, los Lebkuchen y los Printen, y las pastas de temporada, tiene a sus espaldas una impresionante historia. Cuéntenos de los comienzos y del fundador de la empresa.

El 15 de septiembre de 1688 a Henry Lambertz le fue concedida la licencia de apertura de una panadería en Aquisgrán, la cual nombró "Casa del Sol". Durante los siglos pasados, la compañía Lambertz era un considerado proveedor local, que además contribuyó en constituir la fama de Aquisgrán como ciudad de los Printen. En 1820, un descendiente de Lambertz lanzó la primera Printe de hierbas al mercado. Las primeras pastas con cobertura de chocolate también provenían de nuestra casa. Con el tiempo, la empresa ascendió como proveedor de los regentes de Prusia así como de las cercanas Casas Reales de los Países Bajos y Bélgica.

De ser un proveedor local, la empresa Lambertz se ha convertido en una compañía internacional en el sector de pastelería tradicional. ¿Cómo se ha conseguido este éxito global?

El punto crucial fue en 1978, con la entrada en el mercado de los Dominosteine. Con esta decisión se rompió la especialización exclusiva en los Printen. Las fichas de dominó fueron la clave para

ampliar el surtido de la temporada de otoño y Navidad. Con el tiempo, aumentamos la oferta a populares productos clásicos, como los corazones Lebkuchen, estrellas de canela o las galletas Spekulatius. Además, al expandir nuestra red de distribución pudimos aumentar el volumen de negocio. En aquel tiempo, en el sector de alimentación el negocio estacional se había girado hacia el comercio minorista, por ello extendimos los suministros en esta dirección.

A la vez de desarrollar el liderazgo en el mercado del negocio estacional, entramos en el mercado de productos para todo el año. El éxito lo conseguimos con los surtidos de pastelería de alta gama, luego siguieron los surtidos de un tipo y los pastelitos, los bombones y la repostería natural. Con la adaptación a escala de los productos independientes de temporada acabó la dependencia del negocio navideño, iniciándose el avance hacia la compañía de golosinas.

Desde hace años usted mantiene un compromiso activo con proyectos caritativos. ¿En qué iniciativas está colaborando Lambertz en la actualidad?

Nuestro compromiso en esta área es muy variado. La Clinton Global Initiative, la Iniciativa Global de Bill Clinton, presidente de EEUU, es uno de los proyectos más grandes que apoyamos. Cada año asisto a la cumbre. Otro proyecto es la Fundación de la Investigación del SIDA, la American Foundation for Aids Research (amfAR), de cuyo comité benéfico formo parte. Además, colaboramos con la Fundación SIDA de Elton John (Elton John Aids Foundation). Y también quiero mencionar nuestra propia iniciativa, la Lambertz Initiative Afghanistan. Facilitamos a jóvenes afganos una formación profesional como panadero aquí en Alemania. Posteriormente y con nuestro apoyo financiero tienen la posibilidad de abrir su propia panadería en Afganistán.

¿Cuáles son los productos best-seller de Lambertz?

Son los surtidos de repostería Compliments, nuestra pastelería natural y los croissants de almendras. En la rama de productos de temporada son los clásicos, entre ellos los Dominosteine, Printen und Lebkuchen.

Su compañía tiene más de 3.500 empleados en siete fábricas en Alemania y Polonia, creando un volumen de ventas superior a los 500 millones de euros al año. ¿Cómo es un día en la vida de Hermann Bühlbecker?

Suelo entrar a la oficina sobre las 8.30h. Lo primero que hago es mirar el correo y contestar los e-mails y la otra correspondencia. A lo largo del día he de tomar numerosas decisiones, asisto a reuniones y citas con clientes o estoy de visita en mis fábricas o con los proveedores. Cuando creamos nuevos productos participo en las degustaciones. De este modo, mis días están planificados de antemano para seis meses.

¿Alguna vez ha estado en Mallorca?

¡Por supuesto! En varias ocasiones y en diferentes lugares.

Lambertz, one of the leading international firms in the typical German Christmas sweets sector – Lebkuchen, Printen, and seasonal cookies – has an impressive history behind it. Tell us about the beginnings and the founder of the company.

On 15th September 1688 Henry Lambertz was granted a licence to open a bakery in Aachen, which he named "House of the Sun". Over the next few centuries, Lambertz was a well-regarded local supplier, which also contributed to building up the reputation of Aachen as the town of Printen. In 1820 a descendent of Lambertz launched the first herb Printe on the market. The first cookies with chocolate covering are from our establishment, too. In time, the company rose up as a supplier to the regents of Prussia and of the neighbouring royal households of the Netherlands and Belgium.

From being a local supplier, Lambertz has turned into an international company in the conservable bakery products sector. How did you achieve this global success?

The crucial moment was in 1978, with the entry of Dominosteine into the market. This decision ended the firm's exclusive specialisation in Printen. These dominoes were the key to broadening the range for the autumn and Christmas season. In time we increased

the range to include popular classical products like the Lebkuchen hearts, cinnamon stars or Spekulatius cookies. Moreover, on expanding our distribution network we were able to increase turnover. In those days, in the food sector seasonal business revolved around retailing, so we extended our supplies in this direction. At the same time as we developed our leadership in the seasonal market end of the business, we broke into the all-year-round products market. We achieved success with the high-end bakery products assortments, and they were followed by the one-type and cake assortments, chocolates and natural confectionary. By adapting to the scale of the non-season-dependent products, we put an end to our dependence on the Christmas business, starting to move towards the confectionary business.

For years now you have been actively committed to charity projects. What initiatives is Lambertz currently collaborating with?

Our commitment in this field is extremely varied. The Clinton Global Initiative, the charity of Bill Clinton, ex-president of the USA, is one of the biggest projects we support. I attend the summit every year. Another project is the American Foundation for Aids Research (amfAR), of whose charity committee I am a member. We also collaborate with the Elton John Aids Foundation. And I would also like to mention our own initiative, the Lambertz Initiative Afghanistan. We train young Afghans as professional bakers here in Germany. Subsequently, with our financial support, they have the chance to open their own bakery in Afghanistan.

What are Lambertz's best-selling products?

The Compliments confectionary assortment, our own natural cake assortment and the almond croissants. In the seasonal products our bestsellers are the classics, including the Dominosteine, Printen and Lebkuchen.

Your company has over 3,500 employees in seven factories in Germany and Poland, creating a turnover of more than 500 million Euros a year. Describe a day in the life of Hermann Bühlbecker for us.

I usually arrive at the office at around 8.30 am. The first thing I do is look at the mail and answer my e-mails and other correspondence. Throughout the day I have to make many decisions, I attend meetings and appointments with clients or visit my factories or suppliers. When we create new products I take part in the tasting sessions. So my days are planned out for me six months in advance.

Have you ever been to Mallorca?

Of course! On several occasions, and in different places.

Die Firma Lambertz ist weltweit führender Anbieter für Lebkuchen-, Printen- und Saisongebäck und blickt auf eine beeindruckende Historie zurück. Erzählen Sie uns von den Anfängen und dem Gründer der Firma.

Mein Vorfahre Henry Lambertz erhielt am 15. September 1688 die Konzession, in Aachen ein Backhaus zu eröffnen, welches er „Haus zur Sonne“ nannte. Über Jahrhunderte war Lambertz ein starker regionaler Anbieter, der Aachens Ruf als Stadt der Printen mitbegründete. 1820 brachte ein Lambertz Nachfahre die erste Kräuterprinte auf den Markt. Auch das erste Gebäck in Deutschland mit Schokoladenglasur, die Schokoladenprinte, kam aus unserem Hause. So gelang es dem Unternehmen, zum Hoflieferanten der Regenten von Preußen ebenso wie der nahen Königreiche der Niederlande und Belgier aufzusteigen.

Die Firmengruppe Lambertz hat sich im Bereich Dauerbackwaren vom regionalen Anbieter zum internationalen Gebäckkonzern entwickelt. Wie kam es zu diesem globalen Erfolg?

Eine wichtige strategische Entscheidung war unser Einstieg in den Markt für Dominosteine 1978, womit die Spezialisierung auf Printen durchbrochen wurde. Die Dominosteine waren der Schlüssel für die Erweiterung des Herbst-/Weihnachtssortiments. Hinzu kamen mit der Zeit so beliebte, klassische Produkte wie Lebkuchenherzen, Zimtsterne oder Spekulatius. Entscheidend für das Umsatzwachstum war aber auch die Verbreiterung der distributiven Basis. Da sich das Mengen-Saisongeschäft zu dieser Zeit auf den Lebensmittel-Einzelhandel verlagert hatte, de-

hnten wir die Belieferung dorthin aus. Parallel zum Aufbau der Marktführerschaft im Saisongeschäft stiegen wir aber auch in den Markt mit Ganzjahresprodukten ein. Der Durchbruch gelang uns mit hochwertigen gelegten Gebäckmischungen, gefolgt von Monogebäcken, Kleinkuchen bis hin zu Pralinen und Vitalgebäck. Mit der Erweiterung des Sortiments auf Ganzjahresartikel wurde die Abhängigkeit vom Weihnachtsgeschäft beendet und die Entwicklung zum Süßwarenkonzern eingeleitet.

Sie engagieren sich seit Jahren sehr aktiv im karitativen Bereich. Welche Projekte unterstützt Lambertz aktuell?

Unser karitatives Engagement ist sehr breit gefächert. Zu den größten Projekten, die wir unterstützen, gehören die Clinton Global Initiative von Ex- US Präsident Bill Clinton, an deren Jahresgipfel ich alljährlich in New York teilnehme, die American Foundation for Aids Research (amfAR), bei der ich im Benefiz-Komitee sitze, sowie die Elton John Aids Foundation und natürlich unser eigenes Projekt „Lambertz Initiative Afghanistan“, die es jungen Afghanen ermöglicht, hier in Deutschland eine Ausbildung als Bäcker zu absolvieren und mit unserer finanziellen Unterstützung eine eigene Bäckerei in Afghanistan zu eröffnen.

Welche Produkte von Lambertz zählen als Bestseller?

Unsere Bestseller sind die Compliments Gebäckmischung, unser Vital-Gebäck und die Mandelhörnchen. Bei den Saisonprodukten sind es Klassiker wie z.B. Dominosteine, Printen und Lebkuchen.

Ihr Unternehmen erwirtschaftet mit über 3.500 Mitarbeitern in 7 Fabriken in Deutschland und Polen über 500 Mio. Euro Umsatz pro Jahr! Wie muss man sich einen Tag im Leben von Hermann Bühlbecker vorstellen?

Wenn ich morgens gegen 8:30 Uhr ins Büro komme, kümmere ich mich zunächst einmal um die Post und die zu beantwortenden Emails und erledige alle aufgelaufene Korrespondenz. Im Laufe des Tages gibt es dann viele Entscheidungen zu treffen und oft bin ich in Besprechungen, Kundenterminen, Sitzungen und besuche meine Fabriken oder Zulieferer. Wenn es neue Produkte gibt, bin ich natürlich bei den Verkostungen dabei. Somit sind meine Tage meist bis zu einem halben Jahr im Voraus verplant.

Waren Sie schon einmal auf Mallorca?

Selbstverständlich mehrere Male an den verschiedensten Orten.





CAPPUCCINO SE ABRE AL MUNDO

EN LOS PRÓXIMOS SIETE AÑOS INAUGURARÁ AL MENOS 25 LOCALES EN ORIENTE MEDIO, NORTE DE ÁFRICA Y LA INDIA.

CAPPUCCINO OPENS UP TO THE WORLD. 25 NEW INAUGURATIONS IN THE MIDDLE EAST, NORTH AFRICA AND INDIA

CAPPUCCINO WELTWEIT. DIE KETTE ERÖFFNET 25 LOKALE IM MITTLEREN OSTEN, NORDAFRIKA UND INDIEN

Convertirse a medio plazo en la marca más reconocida para tomarse un café en Oriente Medio es el objetivo del ambicioso proyecto de expansión de Cappuccino, que prevé abrir un mínimo de 25 locales en 14 países de Oriente Medio, Norte de África y la India durante los próximos siete años. De esta manera, millones de personas desde Egipto hasta el Líbano, de Turquía a la India, Qatar, Dubái, Malta, Chipre, etc., podrán degustar algunas de las esencias más mediterráneas y mallorquinas dentro del estilo tan cuidado a todos los niveles que encarna el Grupo. Este plan de dimensión global pretende también que en pocos años Cappuccino sea una de las marcas más reconocidas en aquella zona del mundo. En este plan de expansión, el empresario libanés Armand Simonian, Director Ejecutivo de Irada y gran gurú de la restauración a nivel mundial, ejercerá de Project Manager. En Beirut, capital del Líbano, se instalará el centro de operaciones.

Los dos primeros establecimientos, ambos en Beirut, se inaugurarán en mayo y en septiembre de este año. El primero de estos locales estará situado en un palacete de la zona histórica de la ciudad, un edificio muy chic con un toque clásico, romántico y con muchísima clase. El segundo ocupará un gran espacio para 500 personas sentadas, en una Marina del *downtown* de Beirut al estilo Puerto Portals, en la que están los mejores hoteles occidentales y las tiendas más lujosas del diseño y la moda a nivel mundial. En este local pincharán durante todo el día dj's, creando un gran ambiente en la terraza con las mejores vistas de la ciudad. Como sucede con todos los establecimientos del Grupo, cada Cappuccino será único y estará integrado en el entorno de la ciudad y del país, si bien todos mantendrán las señas de identidad y de un estilo de vida mediterráneo que han dado fama a Cappuccino en el mundo entero. www.grupocappuccino.com

To become the most-recognised brand of cafés in the Middle East in the medium term: this is the goal behind the ambitious expansion project of Grupo Cappuccino, which intends to open up a minimum of 25 establishments in 14 countries in the Middle East and North Africa as well as India over the next seven years. In this way millions of people from Egypt to Lebanon and Turkey to India, Qatar, Dubai, Malta and Cyprus, etc., will be able to taste some of the most Mediterranean and Mallorcan essences in the style that is so meticulously cared for on all levels which characterises the group. This plan of global dimensions also envisages Cappuccino becoming one of the most-recognised brands in this region of the world within a few years. As part of this expansion programme, Lebanese entrepreneur Armand Simonian, Executive Director of Irada and a great guru of the international catering trade, will act as Project Manager. The operations centre will be in Beirut, the capital of Lebanon.

The first two establishments, both of which are in Beirut, will be inaugurated in May and September of this year. The first of the two will be located in a palatial building in the historic area of the city, a very chic construction with a classical, romantic touch and a great deal of class. The second one will occupy a huge space with capacity for 500 people sitting down in a marina in downtown Beirut, along the lines of Puerto Portals, which boasts the best western hotels and most luxurious international designer and fashion stores. DJs will perform all day in this café, creating a great atmosphere on the terrace which affords the very best views of the city. As in all the group's establishments, each Cappuccino will be unique and integrated into the surroundings of the city and the country, although they will all retain the identity and Mediterranean lifestyle that has made Cappuccino famous the world over. www.grupocappuccino.com

Die Nummer 1 der Kaffeehäuser im Mittleren Osten werden, das ist das ehrgeizige Ziel der Firmenexpansion von Cappuccino. Mindestens 25 Lokale in 14 Ländern des Mittleren Ostens, Nordafrikas und Indiens sollen in den kommenden sieben Jahren eröffnet werden. Von Ägypten bis zum Libanon, von der Türkei bis Indien, Qatar, Dubai, Malta und Zypern werden Millionen Menschen in den Genuss mediterraner und mallorquinischer Spezialitäten kommen, im ausgesuchten Design und erlesenen Ambiente, das die Cappuccino-Häuser auszeichnet. Die weltweite Expansion soll das Firmenimperium zu einer Spitzenposition im Mittleren Osten machen. Der libanesischer Unternehmer Armand Simonian, international bekannter Guru der Restaurantbranche und Geschäftsführer bei Irada, wird Projektmanager für das Gebiet Mittlerer Osten, der Firmensitz wird in der libanesischen Hauptstadt Beirut etabliert.

Die ersten beiden Kaffeehäuser werden in Beirut im Mai und September ihre Pforten öffnen. Das erste Cappuccino befindet sich in einem noblen, romantischen, klassischen Herrenhaus im alten Stadtkern, das zweite Lokal wird in der Bucht von Beirut liegen, wo sich, ähnlich wie im mallorquinischen Puerto Portals, die besten Hotels und renommiertesten Mode- und Designergeschäfte aneinanderreihen. Tagsüber sorgen DJ's für ein Superambiente auf der Terrasse, die einen umwerfenden Ausblick auf die Stadt bietet. Wie bei Cappuccino üblich, hat jedes Haus seinen ganz eigenen unverwechselbaren Stil, der sich perfekt in die jeweilige Umgebung integriert und dem jeweiligen Land anpasst, wenngleich alle Kaffeehäuser vom mediterranen Stil geprägt sind, wofür die Cappuccino's weltweit so berühmt sind. www.grupocappuccino.com

MARTELLO

LA UNIÓN HACE LA FUERZA

UNITY IS STRENGTH

PREMIUMANBIETER BÜNDELN IHRE KRÄFTE.

La compañía Marcel Remus Real Estate, prestigiosa empresa de inmobiliaria exclusiva en las Islas Baleares, y la reconocida inmobiliaria Martello Immobilienmanagement, de la ciudad de Aquisgrán, han establecido un acuerdo de cooperación estratégica. Con esta colaboración, el mercado balear dispone de un punto de contacto en Aquisgrán, una región de triple fronteras entre Alemania, Bélgica y los Países Bajos que ha cogido fama como una de las localizaciones más innovadoras de Europa, con casi dos millones de personas residentes. A su vez, la empresa Martello obtendrá acceso a uno de los más importantes mercados europeos para propiedades de lujo.

Para Marcel Remus Real Estate, el objetivo de este acuerdo es conseguir una fuerte posición en esta prometedora región de Europa, apoyándose en la reputación y los conocimientos especializados de los expertos de Martello. Por su parte, la empresa de Aquisgrán pretende establecer su Servicio Martello Residence (MARESE) en las Islas Baleares, ocupando Remus la posición del socio exclusivo. MARESE contempla un servicio de asesoramiento y atención para propiedades de lujo, así los clientes se benefician durante los doce meses del año de este paquete de servicio tan completo que engloba desde el mantenimiento de instalaciones, jardines y piscinas así como un servicio de seguridad y de limpieza de la vivienda hasta el acompañamiento en las gestiones con la administración. Con todo ello, se asegura la conservación permanente de la propiedad sin tener que estar preocupado por tales obligaciones. Todos estos servicios contribuyen a la conservación de su propiedad sin estar usted obligado a dedicar su valioso tiempo libre para tales deberes.

Ambas compañías promueven un nivel exclusivo de asesoramiento, superando la escala de meros intermediarios, dado que se trata de adquirir objetos de valor y de conservarlos y mantenerlos posteriormente. Esta filosofía unificada de servicios es el fundamento de la colaboración entre los dos socios. Por ejemplo, actualmente se está estudiando la posibilidad de establecer oficinas compartidas en la región de triple frontera de Aquisgrán. www.martello.de

The company Marcel Remus Real Estate, a prestigious, exclusive estate agency in the Balearic Islands, and the well-known estate agent's Martello Immobilienmanagement, from the town of Aachen, have established a strategic cooperation agreement. This collaboration means the Balearic market has a contact point in Aachen, a region of triple borders between Germany, Belgium and the Netherlands that has earned a reputation as one of the most innovative places in Europe, with nearly two million residents. For its part, Martello will gain access to one of the most important luxury property markets in Europe.

For Marcel Remus Real Estate the aim of this agreement is to attain a position of strength in this promising region of Europe, with the support of the reputation and the specialist knowledge of Martello's experts. Meanwhile the Aachen-based company is hoping to establish its Martello Residence Service (MARESE) in the Balearic Islands, with Remus holding the position of exclusive partner. MARESE comprises a consultancy and attention service for luxury properties, so for twelve months customers benefit from this complete package of services which encompasses everything from maintenance of installations, gardens and pools and a home security and cleaning service to support with administrative proceedings. All of this guarantees the permanent conservation of the property without the owner having to worry about these obligations. All the services contribute to the continued upkeep of your property, and you will not have to waste your free time on these tasks.



Both companies promote an exclusive level of consultancy, transcending the status of mere intermediaries, as they are dealing with the purchase of valuable objects, and their subsequent conservation and maintenance. This unified service philosophy forms the basis for the collaboration between the two partners. Moreover, they are currently studying the possibility of establishing shared offices in the triple-border region of Aachen. www.martello.de

Das auf den Balearen erfolgreiche Luxusmaklerunternehmen Marcel Remus Real Estate ist mit der renommierten Aachener Martello Immobilienmanagement eine strategische Partnerschaft eingegangen. Damit verfügt der balearische Markt künftig über ein Standbein in der Dreiländerregion Aachen. An diesem grenzübergreifenden Innovationsstandort leben insgesamt knapp zwei Millionen Menschen. Martello wiederum erhält einen Zugang zu einem der wichtigsten europäischen Märkte für Luxusferienobjekte.

Marcel Remus Real Estate will die Kooperation nutzen, um sich eine starke Position in einer wichtigen Zukunftsregion Europas aufzubauen. Hier sollen die Reputation und das Know-how der Martello-Experten helfen. Das Aachener Unternehmen wiederum will seinen Martello Residence Service (MARESE) auf den Balearen etablieren, indem Remus als exklusiver Partner fungiert. Bei MARESE handelt es sich um ein Betreuungsangebot für hochwertige Ferienimmobilien. Die Kunden profitieren von einem ganzjährigen Dienstleistungspaket rund um ihr Urlaubsdomizil. Dieses umfasst unter anderem sämtliche Instandhaltungsarbeiten, die Pool- und Gartenpflege, die Sicherheit und die Pflege der Immobilie bis hin zu Behördenangelegenheiten. All dies trägt zu einer dauerhaften Werterhaltung des Objektes bei, ohne dass man selbst kostbare Urlaubszeit dafür verschwenden muss.

Beide Unternehmen betonen ihren hohen Beratungsanspruch weit über die bloße Vermittlertätigkeit hinaus. Schliesslich habe man es mit Werten zu tun, die es zu schaffen und zu erhalten gelte. Diese einheitliche Dienstleistungsphilosophie sehen die Partner als Basis Ihrer Zusammenarbeit. So wird zum Beispiel darüber nachgedacht, in der Dreiländerregion Aachen gemeinsame Büros zu eröffnen. www.martello.de



MR LIFESTYLE

SIR ELTON JOHN, JENNIFER LOPEZ, BORIS BECKER, PHILIPP PLEIN, BUGATTI 02



ELIZABETH HURLEY

MARCEL REMUS REAL ESTATE

SPRING-SUMMER 2010



MARCEL REMUS

REAL ESTATE

LOS BUENOS CONTACTOS SON TODO EN LA VIDA
GOOD CONTACTS ARE EVERYTHING IN LIFE
GUTE KONTAKTE SIND ALLES IM LEBEN!

Marcel Remus Real Estate es una de las compañías líderes en el sector de propiedades inmobiliarias de lujo y de los lugares más selectos de Mallorca.

Marcel Remus, propietario y fundador de la empresa, cuyos puntos fuertes constituyen la discreción, seriedad y fiabilidad, dirige su empresa siguiendo el lema "Todo diferente a los demás". Fiel a ello, su oficina en Palma parece más bien una lujosa sala de estar de diseño que una anodina oficina inmobiliaria. Su portafolio exclusivamente contiene inmuebles que él mismo ha seleccionado cuidadosamente, valorando el lugar y la relación calidad-precio a fin de asegurar el más alto estándar. Marcel Remus siempre atiende en persona a cada cliente, contando con su equipo profesional así como con la colaboración de reconocidos abogados, notarios, bancos, asesores fiscales y expertos. Mediante estos prestigiosos contactos se ha creado una eficaz red con el objetivo de optimizar la oferta y demanda en el sector exclusivo de las propiedades. El pasado año y a través de esta red internacional de contactos y competentes colaboradores, Marcel Remus Real Estate pudo facilitar la venta de algunos inmuebles fuera de Mallorca, realizando negocios en el sur de Francia, Ibiza, Londres y las ciudades más importantes de Alemania.

Sea cual sea el lugar donde el cliente exige busque la propiedad de sus sueños, Marcel Remus Real Estate es su mejor asesor inmobiliario. A mediados de este año se ofrecerá la adquisición de licencias de franquicia. Además, la empresa participa con gran entusiasmo en el sector de actividades benéficas: "pienso que sobre todo cuando uno es joven debe ayudar a las personas desfavorecidas. Sólo al compartir podemos crecer como humanos", manifiesta Marcel Remus. Fiel a esta línea, el joven empresario colabora con la asociación Power Child e.V. y las fundaciones Cleven-Becker y AIDS Foundation de Elton John.

Marcel Remus ofrece una incomparable mezcla de impresionantes inmuebles, con un estilo de vida y un servicio totalmente personalizado. Con mucho gusto estará a su entera disposición para asesorarle en cualquier situación. www.marcelremusrealestate.com

Marcel Remus Real Estate is one of the leading companies in the sector of luxury real estate properties and those in the most select locations on Mallorca.

Marcel Remus, owner and founder of the company, whose fortes are discretion, responsibility and reliability, runs his firm under the maxim of "Everything differently to the rest". True to this, his office in Palma looks more like a luxury designer living room than an unremarkable estate agent's office. His portfolio contains exclusively properties he himself has carefully selected, appraising the location and value for money in order to ensure the highest of standards. Marcel Remus always attends to each client personally, although he also has his own team of professionals and can rely on the collaboration of well-known lawyers, notaries, banks, fiscal advisors and experts. An efficient network has been created using these prestigious contacts, with the aim of optimizing supply and demand in the exclusive property sector. Last year, through this international network of contacts and competent collaborators, Marcel Remus Real Estate was able to facilitate the sale of some properties outside of Mallorca, closing deals in the South of France, Ibiza, London and the most important cities in Germany.

Wherever the demanding client seeks his or her dream property, Marcel Remus Real Estate is the best real estate advisor for the job. Halfway through this year franchise licences will be offered for acquisition. Moreover, the company is enthusiastically participating in the charity activities sector: "I think that one should help underprivileged people, especially when one is young. Only by sharing can we grow as human beings", says Marcel Remus. True to this line of thought, the young entrepreneur collaborates with the association Power Child e.V., the Cleven-Becker Foundation and the Elton John AIDS Foundation.

Marcel Remus offers an incomparable blend of impressive properties, with a totally personalized service and lifestyle. He will gladly be at your entire disposal to advise you in any situation. www.marcelremusrealestate.com

Marcel Remus Real Estate gilt als Spezialist und eines der führenden Unternehmen für Luxus-Immobilien und feine Adressen in den hochwertigen Spitzenlagen Mallorcas.

Der Inhaber und Gründer, Marcel Remus, leitet sein Unternehmen, dessen Stärken Diskretion, Seriosität und Zuverlässigkeit sind, ganz nach dem Motto „Alles anders als alle anderen“. Somit gleicht seine Dependence in Palma eher einem luxuriösen Designer Wohnzimmer statt einem langweiligen Immobilienbüro. Sein Portfolio beinhaltet ausschließlich Immobilien, die er stets persönlich kritisch nach Lage, Qualität und Preisleistung sorgfältig selektiert und somit Top Klasse gewähren kann. Er kümmert sich immer selbst um jeden einzelnen Kunden und wird dabei von seinem professionellen Team an Mitarbeitern sowie exzellenten Rechtsanwälten, Notaren, Banken, Steuerberatern und Sachverständigen unterstützt. Durch wichtige Kontakte wurde ein gut funktionierendes Netzwerk geschaffen, um Angebot und Nachfrage im Bereich der hochwertigen Wohnimmobilien optimal erfüllen zu können. Im vergangenen Jahr konnte Marcel Remus Real Estate durch dieses internationale Netzwerk und kompetente Kooperationspartner in Süd-Frankreich, Ibiza, London und in den wichtigsten deutschen Großstädten bereits einige Immobilien auch außerhalb von Mallorca erfolgreich vermitteln.

Egal an welchem Hotspot der Erde der anspruchsvolle Kunde eine Traumimmobilie sucht, Marcel Remus Real Estate ist der richtige Ansprechpartner. Ab Mitte des Jahres besteht die Möglichkeit Franchise-Lizenzen zu erwerben. Das Unternehmen engagiert sich außerdem aktiv im Wohltätigkeitsbereich. „Ich finde es wichtig gerade in jungen Jahren benachteiligten Menschen zu helfen. Nur wer teilen kann, wird größer“, sagt Marcel Remus. So unterstützt er tatkräftig Power Child e.V., die Cleven-Becker-Stiftung und die Elton John AIDS Foundation.

Marcel Remus bietet eine einmalige Mischung aus beeindruckenden Immobilien, Lifestyle und persönlichem Service und steht Ihnen gerne zur professionellen Beratung zur Verfügung. www.marcelremusrealestate.com



BODYFIT

LA REVOLUCIÓN DEL ENTRENAMIENTO PERSONAL

THE PERSONAL TRAINING REVOLUTION

DIE REVOLUTION INDIVIDUELLEN FITNESSTRAININGS

Llega la revolución de BodyFit, el primer gimnasio especializado en un entrenamiento innovador y con soluciones hechas a medida de cada cliente, dependiendo de las necesidades y del tiempo de cada uno. El resultado, después de algunas sesiones, es simplemente asombroso. El secreto reside en utilizar métodos seguros y eficaces para perder peso y conseguir una figura sana y esbelta en sesiones que solamente duran 30 minutos. Para ello este gimnasio cuenta con las máquinas más novedosas del mercado, "Miha-Bodytec" de estimulación electrónica individual, y la "Vakumove" que proporciona una activación de las zonas de grasa más problemáticas.

La técnica de "Miha-Bodytec" es sencilla, su función es activar aproximadamente unos 300 músculos del cuerpo a través de impulsos eléctricos. Durante el entrenamiento todos los músculos se estimulan a

la vez convirtiéndose en un entrenamiento muy eficaz, ya que con sesiones de entre 15 y 30 minutos regulares son suficientes para obtener unos resultados sorprendentes. Al cabo de unas semanas se puede apreciar un mayor crecimiento de los músculos en hombres o una reducción de la proporción corporal en mujeres, además de aumentar el metabolismo, mejorar el sistema cardiovascular y una visible reducción de la celulitis.

La "Vakumove" es una novedosa máquina para aumentar el flujo de sangre en las capas más internas de las extremidades del cuerpo, fundamental si se quiere reducir grasa en las partes más problemáticas, como son las nalgas, muslos y abdomen. La diferencia con el entrenamiento común es que se activan las partes más profundas del músculo. Las sesiones no duran más de 30 minutos y con repetirla dos veces por semana los resultados conseguidos son extraordinarios. T. 971 406 133. www.bodyfit-mallorca.com

The BodyFit revolution is here! BodyFit, the first gym specializing in a revolutionary training method with solutions tailored to suit every client, depending on their needs and the time they have available. The result, after a few sessions, is simply astonishing. The secret lies in using safe, efficient methods to lose weight and attain a slim, healthy body in sessions that last only 30 minutes. To achieve this, the gym has the most innovative machines on the market, "Miha-Bodytec" for individual electro-stimulation and Vakumove, for metabolic activation of problem fat areas.

The "Miha-Bodytec" technique is simple: its function is to activate approximately 300 muscles in the body through electrical impulses. During the training session all the muscles are stimulated at the same time, which means training is highly efficient because regular sessions lasting 15 to 20 minutes are sufficient to obtain truly surprising results. After a few weeks men will notice increased muscle growth and women will experience a reduction in their body proportions, as well as an increase in metabolic rate, improvement of the cardiovascular system and a visible reduction in cellulite.

Vakumove is a novel machine for increasing the blood flow in the innermost layers of the extremities of the body, which is fundamental if you want to reduce fat in the most problematic areas of the body such as buttocks, thighs and abdomen. The difference with regular training is that the deepest parts of the muscle are activated. The sessions last no longer than 30 minutes and the results achieved are extraordinary with just two a week. T. 971 406 133. www.bodyfit-mallorca.com

BodyFit ist da, die erste spezialisierte Fitness-Lounge, die Ihr Personal-Training revolutionieren wird! Mit individuell maßgeschneiderten Lösungen, je nach Bedürfnissen und Zeitmanagement des Kunden. Das Ergebnis wird Sie schon nach wenigen Trainingseinheiten einfach erstaunen. Unser Geheimnis: sichere und effektive Trainingsmethoden fürs Abnehmen und Ihre gesunde Traumfigur und das in Sessions, die nur ganze 30 Minuten dauern. Die Lounge verfügt über die modernsten Geräte, die es derzeit am Markt gibt: den „Miha-Bodytec“ für das individuelle Elektrostimulationstraining und den Vakumove, der Problemzonen zu Leibe rückt.

Die Technologie des „Miha-Bodytec“ ist simpel; dabei werden durch elektrische Impulse circa 300 Muskeln im Körper aktiviert. Während des Trainings werden alle Muskeln gleichzeitig stimuliert und so hocheffektiv trainiert. Trainingseinheiten von 15 bis 30 Minuten führen bereits zu phantastischen Ergebnissen. Schon nach wenigen Wochen sind bei Männern phänomenale Fortschritte im Muskelaufbau, bei Frauen eine Verminderung des Körperumfangs sichtbar. Gleichzeitig wird der Stoffwechsel angeregt, das Herzkreislaufsystem verbessert und Cellulitis sichtbar reduziert.

Das Vakumove ist ein modernes Gerät, das die Blutzirkulation in den äußeren Fettschichten des Unterkörpers steigert, Voraussetzung für die Reduzierung von Fettgewebe gerade in den Problem-zonen Po, Beine und Bauch. Im Unterschied zu herkömmlichen Trainingsmethoden wird die Tiefenschicht der Muskeln aktiviert. Die Sessions dauern nicht länger als 30 Minuten und bei zwei Trainingseinheiten pro Woche erreichen Sie hervorragende Ergebnisse. Tel.: 971 406 133. www.bodyfit-mallorca.com



© V. YAKOBCHUK

SKY SOLAR TEC ILLES BALEARS S.L.

SU ESPECIALISTA EN DOMÓTICA YOUR DOMOTICS SPECIALIST
IHR HAUSTECHNIK-SPEZIALIST

Fundado en 2006 en Mallorca, la “Isla del Sol” de España, Sky-Solar-Tec Illes Balears S.L. le asesora respecto a todos los proyectos de obras referentes a la domótica.

Las competencias de Sky-Solar-Tec Illes Balears S.L. comprenden las secciones de la técnica solar, la técnica de aire acondicionado, ventilación y calefacción, las instalaciones de fontanería y los sistemas eléctricos. La amplia gama de nuestros servicios engloba los equipos domóticos, tanto de viviendas unifamiliares como de grandes proyectos, además de obras de reforma y saneamiento así como trabajos de pintura, estucado, albañilería, solado y embaldosado.

Con Sky-Solar-Tec S.L. disfrutará de un pleno bienestar, disponiendo de nuestro potencial de conocimientos especializados y la pasión por el oficio.

La mejor calidad, asesoramiento individual, discreción y un servicio profesional son nuestra absoluta prioridad. Sus deseos e ideas para nosotros serán un reto de habilidad y maestría. Nuestros empleados son amables, agradables, competentes y de buena presencia.

Established in 2006 in Mallorca, Spain's sunny island, Sky-Solar-Tec Illes Balears S.L. offers you advice on all domotics-related building projects.

This company's competence includes the areas of solar and air conditioning techniques, ventilation and heating, plumbing installations and electrical systems. Our wide range of services encompasses domotics equipment, both for detached homes and large projects, as well as home improvements and repairs and also painting, stucco finishes, masonry, flooring and tiling.

With Sky-Solar-Tec S.L. you will enjoy complete wellbeing, as we place all our potential in specialist knowledge and passion for the trade at your service.

The best in quality, individual consultancy, discretion and professional service are our absolute top priority. To us, your wishes and ideas will be a challenge of our ability and skill. We have friendly employees, agreeable, competent people with a smart appearance whose mission it is to help you with everything you require.

Sky-Solar-Tec Illes Balears S.L. wurde 2006 auf Mallorca, der Sonneninsel Spaniens gegründet und betreut Sie bei allen Bauvorhaben rund um die Haustechnik.

Die Kompetenz der Sky-Solar-Tec Illes Balears S.L. umfasst die Bereiche Solartechnik, Klimatechnik, Lüftungstechnik, Heizungstechnik, Sanitärinstallationen und Elektroanlagen. Das komplette Leistungsspektrum deckt haustechnische Ausrüstungen von Einfamilienhäusern bis hin zu Grossprojekten ab. Dazu auch Renovierungsarbeiten wie Maler-, Stuck-, Maurerarbeiten, Estrich- und Fliesenverlegung.

Mit Sky-Solar-Tec S.L. gelangen Sie sicher zu Ihrem Wohlfühl – Schöpfen Sie aus dem Potential der Fachkenntnisse und der Leidenschaft zur Handwerkskunst.

Beste Qualität, individuelle Beratung, Diskretion und professioneller Service stehen bei dieser Firma an erster Stelle. Wünsche und Vorstellungen werden gerne als Herausforderung angenommen und beweisen immer ihre Fertigkeiten. Die Mitarbeiter sind gepflegt, freundlich, angenehm und kompetent.

Sky-Solar-Tec Illes Balears S.L.
Gremi Passamaners 5, 2º Piso, Despacho 7
07009 Poligono Son Rossinyol
Islas Baleares/España
T. +34 971 253 938 · F. +34 971 286 542
www.sky-solartec.es



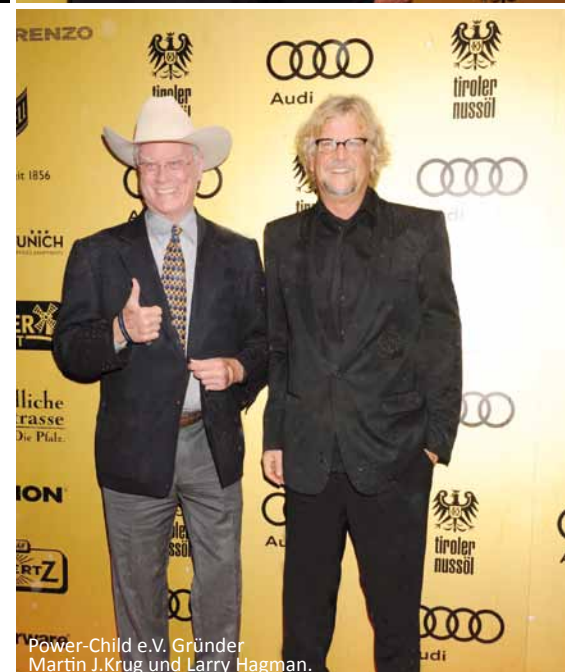
Die Auktion zugunsten der guten Sache, unterstützt von Freddy Reitz.



Jens und Conny Lehmann.



Heiner und Viktoria Lauterbach.



Power-Child e.V. Gründer Martin J. Krug und Larry Hagman.



Germany's Next Topmodel und Power-Child e.V. Botschafterin Barbara Meier.



Besonderes Highlight - Die Scheckübergabe von Tupperware an Power-Child e.V. mit Moderatorin Frauke Ludwig und Power-Child Botschafter Reiner Calmund.



William J. Clinton & Marcel Remus

WILLIAM J. CLINTON FOUNDATION

“NICE TO MEET YOU, MR. PRESIDENT”

William Jefferson Clinton nació el 19 de Agosto de 1946 en Hope, Arkansas, y fue el cuadragésimo segundo presidente de los Estados Unidos, entre 1993 y 2001. Clinton fue el primer presidente demócrata que gobernó durante dos legislaturas desde Franklin Roosevelt. En una época marcada por una política cada vez más dividida, Clinton se desplazó más hacia el centro para atraer al americano medio. A pesar de que fue sometido a un *impeachment*, siguió siendo un presidente muy popular. Económicamente los EEUU experimentaron una época de prosperidad durante la presidencia de Clinton. La bolsa subió, aumentando aún más su popularidad.

El joven agente inmobiliario Marcel Remus, de Mallorca, conoció al ex presidente en un exclusivo evento benéfico en Viena. Fue para él un gran honor hablar de proyectos benéficos con el que fue el hombre más poderoso del mundo. Después de su estancia en la Casa Blanca, Clinton puso en marcha la William J. Clinton Foundation, cuya misión es promocionar diversas causas humanitarias. La fundación trabaja para mejorar las vidas de las personas a través de varias iniciativas, entre ellas la Clinton Health Access Initiative (Iniciativa Clinton de Acceso a la Salud, antiguamente la Clinton HIV/AIDS Initiative), una organización sin ánimo de lucro que apoya a más de dos millones de personas que viven con VIH/SIDA. Otras iniciativas (que incluyen la Clinton Climate Initiative, la Clinton Hunter Development Initiative, la Clinton Giustra Sustainable Growth Initiative, y la Clinton Economic Opportunity Initiative) se esfuerzan a nivel global para luchar contra el cambio climático y apoyar el crecimiento económico de África y América Latina. www.clintonfoundation.org

William Jefferson Clinton was born on 19th of August 1946 in Hope, Arkansas and was the 42nd President of the United States from 1993 to 2001. Clinton was the first two term democratic president since Franklin Roosevelt. In a period of increasingly divided politics, Clinton moved his policies more to the centre to appeal to mainstream America. Although he was impeached, he remained a very popular President. Economically, the U.S. experienced a period of prosperity while Clinton was President. The stock market rose, which made him more popular.

Young real estate agent Marcel Remus from Mallorca met the former president at an exclusive charity event in Vienna. Speaking with the former most powerful man in the world about charitable projects was a great honour for him. After Clinton's time in the White House, he started the William J. Clinton Foundation with the mission to promote various humanitarian causes. The Foundation works to improve lives through several initiatives, including the Clinton Health Access Initiative (formerly the Clinton HIV/AIDS Initiative), a separate nonprofit organization, which is supporting more than 2 million people living with HIV/AIDS. Other initiatives — including the Clinton Climate Initiative, the Clinton Hunter Development Initiative, the Clinton Giustra Sustainable Growth Initiative, and the Clinton Economic Opportunity Initiative — are applying a worldwide effort to fight against climate change and support economic growth in Africa and Latin America. www.clintonfoundation.org

William Jefferson Clinton wurde am 19. August 1946 in Hope, Arkansas, geboren. Von 1993 bis 2001 führte er als 42. Präsident der USA die Amtsgeschäfte und war seit Franklin D. Roosevelt der erste demokratische Präsident, der zwei Legislaturperioden regierte. In einer Zeit, die von politischen Spaltungen geprägt war, war Clinton eher ein Mann des Zentrums, der die Mittelklasse erreichen wollte. Obwohl gegen ihn ein Amtsenthebungsverfahren (*impeachment*), eingeleitet wurde, ist Clinton bis heute einer der beliebtesten Präsidenten. Während seiner Amtszeit erlebte das Land einen Wirtschaftsaufschwung, die Börse hatte Hochkonjunktur, was seine Popularität steigerte.

Marcel Remus, der bekannte Immobilienmakler aus Mallorca, lernte den ehemaligen Präsidenten auf einer exklusiven Benefizveranstaltung in Wien kennen. Für den Jungunternehmer war es eine Ehre, mit dem einst mächtigsten Mann der Welt über wohltätige Projekte zu sprechen. Nach seiner Amtszeit im Weißen Haus gründete Clinton die William J. Clinton Foundation, die sich humanitären Zwecken verschrieben hat, um den Lebensstandard kranker und benachteiligter Menschen zu verbessern. So unterstützt die gemeinnützige Clinton Health Access Initiative, die aus der Clinton HIV/AIDS Initiative hervorging, mehr als zwei Millionen an Aids erkrankte Menschen. Andere Initiativen, wie die Clinton Climate Initiative, die Clinton Hunter Development Initiative, die Clinton Giustra Sustainable Growth Initiative und die Clinton Economic Opportunity Initiative setzen sich für den Klimaschutz sowie das Wirtschaftswachstum in Afrika und Lateinamerika ein. www.clintonfoundation.org



Air Partner International GmbH

Tel: +49 (0) 2204 950 50

E-Mail: germany@airpartner.com

Air Partner Österreich

Tel. +43 (0) 1 710 21 21

E-Mail: austria@airpartner.com

www.airpartner.com

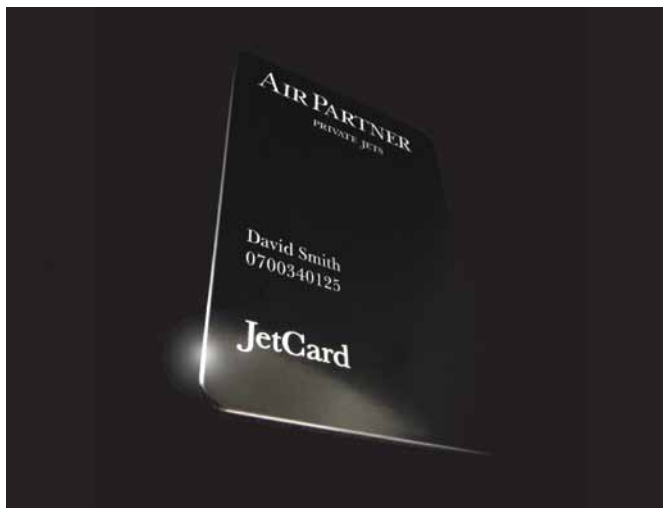
AIR PARTNER

VIAJE SIN PREOCUPACIONES, AHORRANDO TIEMPO Y SIN ESTRÉS
 TRAVEL WITH NO WORRIES OR STRESS AND SAVE TIME
 ZEIT SPAREN, NERVEN SCHONEN UND ENTSPANNT REISEN

A diez mil metros de altura, con el pulso tranquilo y la ilusión por la siguiente reunión después de embarcar, subir al avión privado que está esperándole y despegar. Air Partner, una de las compañías de vuelos charter corporativos más grandes del mundo, le ofrece fletar un avión privado sin mayores esfuerzos. Basta una llamada y su asesor personal organizará su vuelo con catering y tripulación de manera rápida y eficaz.

Thirty-three thousand feet up, your pulse is calm and you are looking forward to your next meeting after boarding the private aeroplane awaiting you and taking off. Air Partner, one of the largest corporate charter flight companies in the world, offers you the chance to hire a private jet hassle-free. Just one call will suffice, and your personal account manager will organise your flight along with catering and crew. Quickly and efficiently.

Zehntausend Meter über der Erde, entspannter Puls und Vorfreude auf das nächste Meeting nach dem Boarding: Ankunft, Einsteigen in den auf Sie wartenden Privatjet, Abflug. Air Partner, einer der weltweit größten Flugzeuganbieter, ermöglicht es ohne Aufwand einen privaten Jet zu chartern. Ein Anruf genügt und der persönliche Ansprechpartner arrangiert den Flug mit Catering und Crew schnell und einfach.



Cada vez son más los viajeros que descubren los jets, que cuentan con un equipamiento de lo más confortable, también para desplazamientos cortos al mar, a la nieve o para realizar visitas a ciudades, acompañados de amigos, familiares o socios. No es de extrañar, pues, que una vez probado ya no se quiera viajar de otra manera, ahorrando tiempo y disponiendo de un servicio individual. Además, puede elegir entre un mayor número de aeropuertos que en los vuelos convencionales, dado que puede despegar de los lugares más recónditos.

Air Partner le propone casi cualquier artefacto volador del mercado que desee, todo adaptado a sus necesidades individuales. En cualquier lugar del mundo y a un precio justo. Para los que han de volar mucho o los aficionados a viajar de forma privada, se recomienda la JetCard, un programa de fidelización con una ventaja determinante: Air Partner le garantiza la disponibilidad y el precio. Así que si dentro de poco se decide por un avión privado de Air Partner en vez de un vuelo regular, deberá tener en cuenta que en el futuro no querrá viajar de otro manera. ¿Y por qué no? www.airpartner.com

More and more travellers are discovering these jets, which are equipped extremely comfortably, and using them for short getaways to the seaside, skiing trips or city breaks, accompanied by friends, family or business partners. No wonder, then, that once they have tried it, they never want to travel by any other means; this way they save time and enjoy individual service. And you can choose from a larger number of airports than with conventional flights, since the jets can take off from the most out-of-the-way places.

Air Partner offers you almost any flying artefact on the market you could desire, all adapted to your individual needs. Anywhere in the world and at a fair price. People who fly frequently or enthusiasts of private travel are advised to take out the JetCard, a fidelity programme with one decisive advantage – Air Partner guarantees availability and price. So if you decide to take a private Air Partner jet instead of a regular flight in the near future, you should bear in mind that afterwards, you won't want to travel any other way. And why should you? www.airpartner.com

Immer mehr Reisende entdecken die bequem ausgestatteten Jets auch für Kurztrips ans Meer, in den Schnee oder Städtereisen mit Freunden, Familie oder Geschäftspartnern. Kein Wunder, ist das Reisen doch überaus zeitsparend und individuell, dass man gar nicht mehr anders reisen möchte. Die Auswahl der Flughäfen ist weitaus größer als bei „normalen“ Flügen, da zahlreiche Abflugorte genutzt werden können. Darüber hinaus können die Flugzeiten förmlich bis zur letzten Minute festgelegt oder verändert werden. Flexibler geht's nicht.

Air Partner kann nahezu jedes gewünschte Fluggerät – abgestimmt auf die jeweiligen Bedürfnisse – auf dem Markt besorgen. Und das weltweit und zu einem fairen Preis. Für Vielflieger und Fans des privaten Reisens empfiehlt sich übrigens die JetCard. Der entscheidende Vorteil: Air Partner garantiert die Verfügbarkeit und den Preis. Wer also demnächst statt normalem Linienflug lieber den Privatjet von Air Partner wählt, sollte damit rechnen, anschließend nie wieder anders fliegen zu wollen. Warum auch? www.airpartner.com



NEW LANCIA STRATOS

LA LEYENDA DE LOS RALLYES EN VERSIÓN LUJO
THE DELUXE VERSION OF THE RALLY LEGEND
RALLYE-LEGENDE IN LUXUSVERSION

Fue leyenda en la década de los setenta cautivando a millones de aficionados a los rallyes de todo el mundo, por su espectacular aerodinámica y por sus cientos de victorias en las carreras. Como un milagro, hoy aquel Lancia Stratos vuelve a la carretera transformado en uno de los coches más lujosos del mercado bajo el nombre New Lancia Stratos. El impulsor de este proyecto es Michael Stoschek, el multimillonario presidente de una importante empresa del sector del automóvil, Brose

In the 'seventies it was legend, captivating the minds of millions of rally enthusiasts the world over with its spectacular aerodynamics and its hundreds of racing victories. Like a miracle, today the Lancia Stratos is back on the road transformed into one of the most luxurious cars on the market under the name of New Lancia Stratos. The promoter of this project is Michael Stoschek, the millionaire president of an important company in the automobile sector,

In den siebziger Jahren eine Legende, die Millionen Rallyefans mit seiner spektakulären Aerodynamik begeisterte; mit hunderten Siegen eine der im Motorsport atemberaubendsten Erfolgsgeschichten – der Lancia Stratos feiert seine Auferstehung im Gewand einer der nobelsten Luxusversionen, die der Markt derzeit zu bieten hat: dem New Lancia Stratos. Den Anstoß gab Michael Stoschek, Multimillionär und Chef der Brose Group, einer der Top-100-Auto-



Group, quien decidió hacer realidad su particular sueño: reencarnar el viejo Stratos en un coche para sibaritas.

La nueva versión del Stratos ha sido creada respetando al máximo las proporciones del modelo original, empleando los componentes derivados de la competición que configuraron este extraordinario coche de carreras. Tanto la carrocería, diseñada por la espectacular firma Pininfarina, como el chasis, que deriva del que usa el Ferrari F430 Scuderia, están íntegramente fabricados de aluminio y carbono. Las llantas de 19" están calzadas con neumáticos 256/30-19 delante y 315/30-19 detrás. El equipo de frenos Brembo está formado por discos cerámicos de 398 milímetros por delante y de 350 milímetros por detrás, con pinzas de 6 pistones delante y 4 detrás. Siguiendo la tradición, el New Stratos está propulsado por un motor Ferrari, al igual que el original, que bajo su espléndido diseño de los años 70 se escondía un motor Ferrari V6, el del Dino 246. El nuevo modelo ruga con el propulsor de Ferrari F430 Scuderia potenciado, un V8 de 4,3 litros que rinde 540 CV y 500 Nm de par. La aceleración es capaz de dejar sin aliento a cualquiera que vea esta máquina de carreras en directo, de 0 a 200 km/h en 9,7 segundos.

Brose Group, who decided to make his own personal dream come true: to reincarnate the old Stratos in a car for sybarites.

The new version of the Stratos was created respecting the proportions of the original model to the full, using competition components to piece together this extraordinary sports car. Both the bodywork, designed by the spectacular Pininfarina brand, and the chassis, based on the one used by the Ferrari F430 Scuderia, are made entirely of aluminium and carbon. The 19-inch wheels wear 256/30-19 tyres in front and 315/30-19 tyres at the rear. The Brembo brake systems are comprised of 398 mm-diameter ceramic discs and 6-piston calipers at the front axle, and 350 mm-diameter and 4-piston calipers at the rear axle. Following tradition, the New Stratos is powered by a Ferrari engine, just like the original which hid a Ferrari V6 Dino 246 under its splendid '70s design. The new model is powered by the F430 Scuderia, a 4.3-litre V8 that produces 540 horsepower and 500 Nm of torque. The acceleration is enough to take anyone's breath away if they see this racing car in action - from 0 to 200 km/hr. in 9.7 seconds.

mobilizulieferer weltweit. Der Unternehmer erfüllte sich einen Kindheitstraum, den alten Stratos zum Vehikel für Genießer zu stylen.

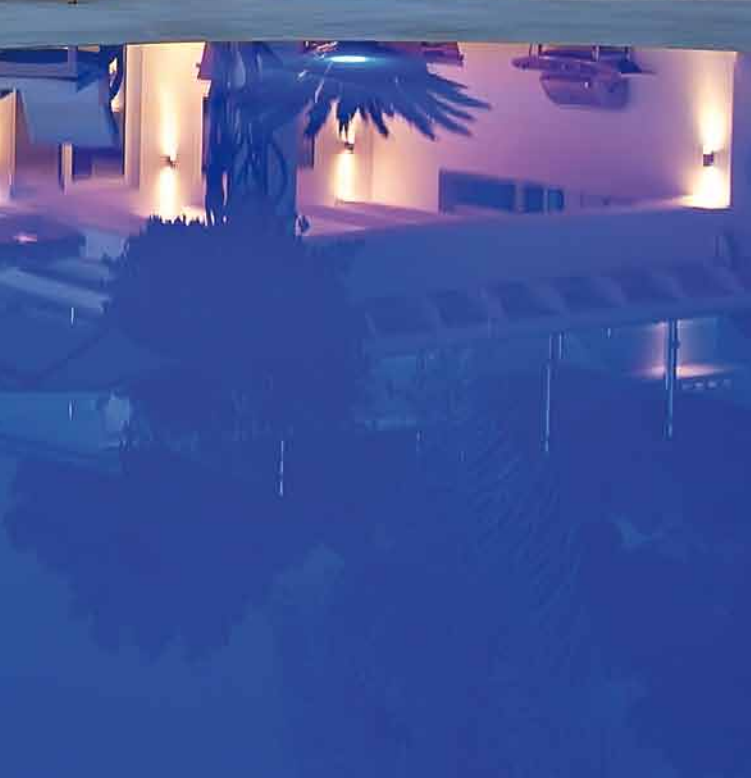
Beim neuen Stratos wurden die Proportionen des Originals weitgehend beibehalten und Elemente verwendet, die den einzigartigen Rallyewagen einst ausmachten. Die Karosserie, die bei der Designerschmiede Pininfarina in Auftrag gegeben wurde, und das auf dem Ferrari F430 Scuderia basierende Chassis wurden hauptsächlich aus Aluminium und Kohlefaser hergestellt. Die 19 Zoll-Leichtmetallfelgen sind vorn mit 256/30-19-Reifen und hinten mit 315/30-19-Reifen ausgestattet. Die Bremsanlage von Brembo besteht aus Keramikbremscheiben (Vorderachse: 398 Millimeter, Sechskolbensattel; Hinterachse: 350 Millimeter, Vierkolbensattel). Wie sein Vorgänger wird auch der New Stratos von einem Ferrari-Motor angetrieben, wie damals der V6-Ferrari-Motor im Dino 246 GT. Als Basis diente nun der 4,3-Liter-V8-Motor des Ferrari 430 Scuderia, der 540 PS leistet, bei einem Drehmoment von mehr als 500 Nm. Die Beschleunigung nimmt Jedem schier den Atem: in 9,7 Sekunden von 0 auf 200 km/h!



HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 5

VIVIENDA HOUSE HAUS: 500 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 7000 m²



ANDRATX

PARAISO EN UBICACIÓN CÉNTRICA. FINCA MODERNA DE DISEÑO MUY ESPECIAL CON TERRENO DE ENSUEÑO.

PARADISE IN CENTRAL LOCATION. SPECIAL MODERN DESIGNER FINCA WITH BEAUTIFUL PLOT.

PARADIES IN ZENTRALER LAGE. BESONDERE MODERNE DESIGNER FINCA MIT TRAUMHAFTEM GRUNDSTÜCK.



PRECIO PRICE PREIS: A consultar On request Auf Anfrage
REF: 50160



HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 5

VIVIENDA HOUSE HAUS: 316 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 1370 m²

SOL DE MALLORCA

ARQUITECTURA MÁS MODERNA. MARAVILLOSA
VILLA DE DISEÑO CON TERRENO PLANO.

MOST MODERN ARCHITECTURE. BREATHTAKING
DESIGNER VILLA WITH FLAT PLOT.

MODERNSTE ARCHITEKTUR. ATEMBERAUBENDE
DESIGNER VILLA MIT FLACHEM GRUNDSTÜCK.



PRECIO PRICE PREIS: 2.490.000 €

REF: 40115



HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 6

VIVIENDA HOUSE HAUS: 650 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 3000 m²



SON VIDA

VILLA EN UBICACIÓN EXCLUSIVA! VILLA
CON PRECIOSO JARDÍN Y MUCHA PRIVACIDAD.

VILLA IN BEST AREA! SPACIOUS VILLA WITH
BEAUTIFUL GARDEN AND PRIVACY.

VILLA IN BESTER WOHNGEEND! GROSSZÜGIGE
VILLA MIT WUNDERSCHÖNEM GARTEN.



PRECIO PRICE PREIS: 3.800.000 €

REF: 10155

EXCLUSIVE



HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 5

VIVIENDA HOUSE HAUS: 600 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 2100 m²

SONVIDA

VISTAS A LA MONTAÑA. INMUEBLE DE ALTA CALIDAD CON INTERIOR FANTÁSTICO.

VIEWS OVER THE MOUNTAINS. HIGH QUALITY ESTATE WITH GREAT INTERIOR.

BLICK IN DIE BERGE. HOCHWERTIGE IMMOBILIE MIT FANTASTISCHER AUSSTATTUNG.



PRECIO PRICE PREIS: 4.995.000 €

REF: 10137



HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 5

VIVIENDA HOUSE HAUS: 448 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 1445 m²

CAMP DE MAR

DISEÑO CON MUCHO ESPACIO! VILLA MODERNA
CON ESPECTACULARES VISTAS AL MAR.

DESIGN WITH LOTS OF SPACE! MODERN VILLA
WITH GREAT SEA VIEWS.

DESIGN MIT VIEL PLATZ! MODERNE VILLA MIT
GIGANTISCHEM MEERBLICK.



PRECIO PRICE PREIS: 4.600.000 €

REF: 50128

EXCLUSIVE



HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 3

VIVIENDA HOUSE HAUS: 315 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 792 m²



PORT ADRIANO

EXCLUSIVO! VILLA MEDITERRÁNEA EN PRIMERA
LÍNEA DE MAR CON VISTAS ESPECTACULARES.

EXCLUSIVE! MEDITERRANEAN VILLA IN FIRST
SEA LINE WITH SPECTACULAR VIEWS.

EXKLUSIV! MEDITERRANE VILLA IN ERSTER
MEERESLINIE MIT SPEKTAKULÄREM BLICK.



PRECIO PRICE PREIS: 3.900.000 €

REF: 40117



HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 6

VIVIENDA HOUSE HAUS: 560 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 2045 m²



ANDRATX

AMBIENTE ESPECTACULAR. PROPIEDAD IMPRESIONANTE CON VISTAS ÚNICAS AL MAR.
SPECTACULAR AMBIENCE. IMPRESSIVE ESTATE WITH GREAT SEA VIEWS.

TRAUMHAFTES AMBIENTE. BEEINDRUCKENDE LIEGENSCHAFT MIT SPEKTAKULÄREM MEERBLICK.

PRECIO PRICE PREIS: 4.900.000 €
REF: 50139



HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 7

VIVIENDA HOUSE HAUS: 650 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 10000 m²

ANDRATX

A POCOS MINUTOS DEL PUERTO. REFUGIO
CON JARDÍN EN UBICACIÓN DE ENSUEÑO.

ONLY A FEW MINUTES TO THE MARINA. HIDEAWAY
WITH BEAUTIFUL GARDEN IN DREAM LOCATION.

NUR EIN PAAR MINUTEN ZUM HAFEN. REFUGIUM
MIT WUNDERSCHÖNEM GARTEN IN TRAURLAGE.



PRECIO PRICE PREIS: 7.800.000 €

REF: 50156



EXCLUSIVE

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 5

VIVIENDA HOUSE HAUS: 465 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 15000 m²



BUNYOLA

EN MEDIO DE LA NATURALEZA. PROPIEDAD IMPRESIONANTE A POCOS MINUTOS DE PALMA.

IN THE MIDDLE OF NATURE. MARVELLOUS PROPERTY ONLY A FEW MINUTES FROM PALMA.

INMITTEN DER NATUR. WUNDERSCHÖNES ANWESEN NUR WENIGE MINUTEN VON PALMA ENTFERNT!



PRECIO PRICE PREIS: A consultar On request Auf Anfrage
REF: 60135

EXCLUSIVE



HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 4

VIVIENDA HOUSE HAUS: 500 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 20000 m²



INCA

IDILIO PURO. FINCA DE ALTA CALIDAD CON
TERRENO ESPACIOSO EN EL CENTRO DE LA ISLA.

PURE IDYLL. COUNTRY HOUSE WITH BEST BUILD-
ING MATERIALS AND SPACIOUS PLOT IN THE
CENTRE OF THE ISLAND.

IDYLLE PUR. LANDHAUS MIT GROSSEM
GRUNDSTÜCK UND BESTER BAUQUALITÄT
IM LANDESINNEREN.



PRECIO PRICE PREIS: 3.990.000 €

REF: 60146



PORTALS

CERCA DEL PUERTO. TRADICIONAL INMUEBLE CON BONITOS DETALLES.
CLOSE TO THE MARINA. REPRESENTATIVE ESTATE WITH BEAUTIFUL DETAILS.
NAHE AM HAFEN. REPRÄSENTATIVE IMMOBILIE MIT SCHÖNEN DETAILS.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 4

VIVIENDA HOUSE HAUS: 520 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 1600 m²

PRECIO PRICE PREIS: 2.950.000 €

REF: 30113



AQUAPEGAIR

Pure perfect

Water Air

made out of thin



AP150+

3L / h at 20C und 50% humidity
11L / h at 30C und 80% humidity

AP300+

7L / h at 20C und 50% humidity
18L / h at 30C und 80% humidity

YOUR INDEPENDENT WATER SUPPLY

Pure, delicious, sustainable and affordable water for everyone

HEALTHY

Pure, delicious and healthy drinking water produced directly out of the air with a Multi-stage filter Process.

ECOLOGICAL

No water transports or plastic bottles for drinking water. Reduce your ecological footprint with the AQUAPEGAIR Atmospheric Water Generator.

INDEPENDENT

The AQUAPEGAIR Atmospheric Water Generators can be placed on top of buildings, as well as on ground level. In addition the machines are scaleable. This means they can be placed in sequence to fulfill the most sizeable water requirements. Production capacity: 150+ or 300+ Litres per day.

DISTRIBUTION PARTNER FOR SPAIN AND FRANCE:

Sky-Solar-Tec Illes Balears S.L.
Gremi Passamaners 5, 2º piso, despacho 7
Poligono Son Rossinyol
07009 Palma de Mallorca
Islas Baleares/Espana
www.sky-solartec.es
info@sky-solartec.es
Tel: +34 971 253 938
Fax: +34 971 286 542



AQUAPEGAIR

www.aquapegair.com

PURE, PERFECT DRINKING WATER OUT OF THE AIR



COSTA D'EN BLANES

INCOMPARABLE. PROPIEDAD CON EL MEJOR DISEÑO Y VISTAS IMPRESIONANTES EN UBICACIÓN MARAVILLOSA. **INCOMPARABLE. THE BEST DESIGN IN DREAM LOCATION.** UNVERGLEICHLICH. IMMOBILIE MIT BESTER AUSSTATTUNG UND GIGANTISCHEM BLICK IN TRAUMLAGE.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 5

VIVIENDA HOUSE HAUS: 600 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 1275 m²

PRECIO PRICE PREIS:

2.800.000 €

REF: 30129



ANDRATX

UN PARAÍSO JUNTO AL MAR. PROPIEDAD ESPECTACULAR EN UBICACIÓN DE ENSUEÑO.
 A PARADISE BY THE SEA. SPECTACULAR PROPERTY IN DREAM LOCATION.
 EIN PARADIES AM MEER. SPEKTAKULÄRE LIEGENSCHAFT IN TRAUMLAGE.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 6

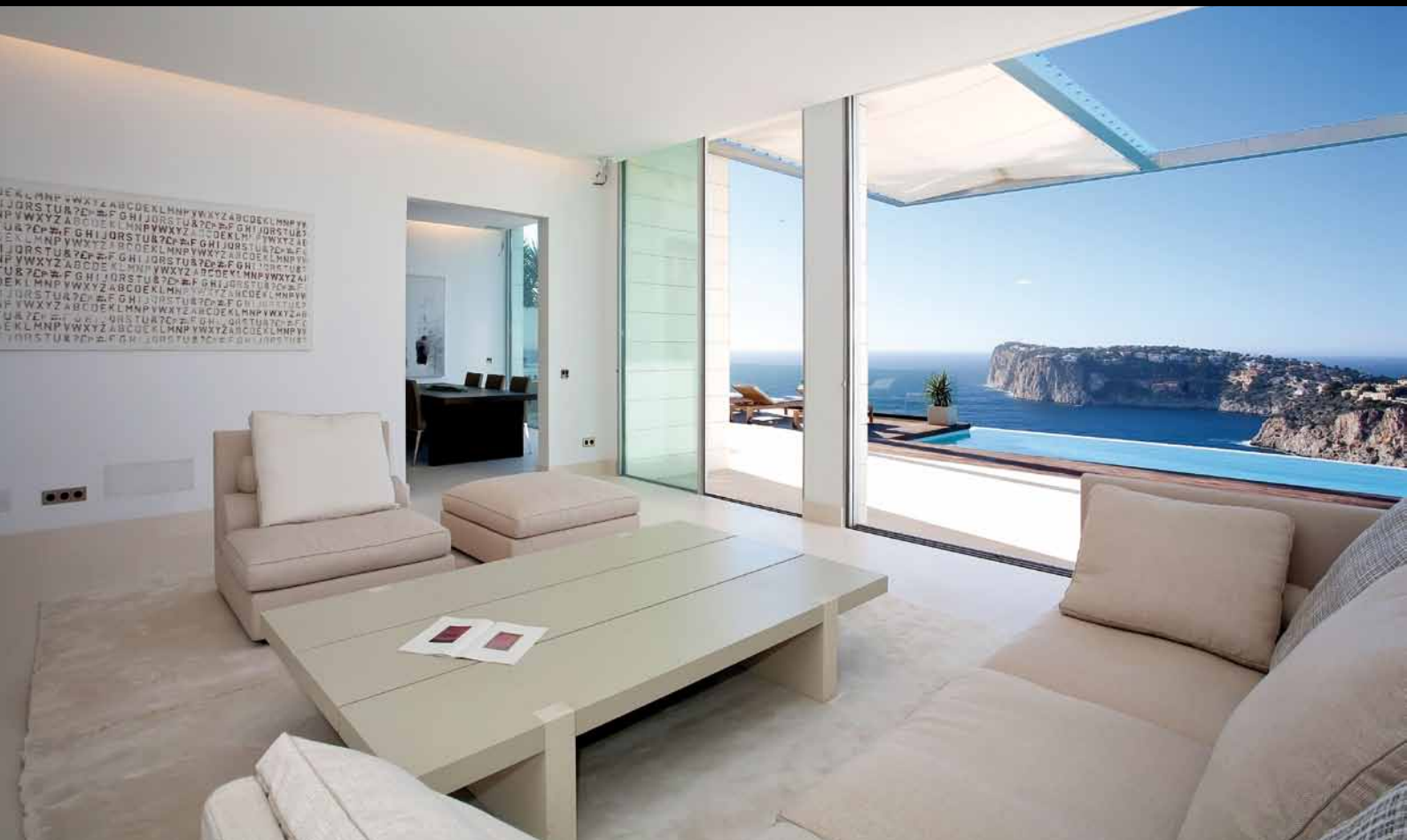
VIVIENDA HOUSE HAUS: 520 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 1160 m²

PRECIO PRICE PREIS:

6.900.000 €

REF: 50135



ANDRATX

DONDE LOS SUEÑOS SE HACEN REALIDAD. VILLA DE DISEÑO CON DETALLES EXCLUSIVOS Y CON IMPRESIONANTES VISTAS AL MAR. **WHERE DREAMS BECOME TRUE. UNIQUE DESIGNER VILLA WITH EXCLUSIVE DETAILS AND GREAT SEA VIEWS.** WO TRÄUME WAHR WERDEN. EINMALIGE DESIGNER VILLA MIT FEINSTEN DETAILS UND GEWALTIGEM MEERBLICK.

HABITACIONES BEDROOMS **ZIMMER:** 4

VIVIENDA HOUSE **HAUS:** 500 m²

SOLAR PLOT **GRUNDSTÜCK:** 1000 m²

PRECIO PRICE **PREIS:**

5.900.000 €

REF: 50101



SANTA PONSA

IDEAL PARA LA FAMILIA. PROPIEDAD DE LUJO JUNTO AL CAMPO DE GOLF DE SANTA PONSA CON MUCHA PRIVACIDAD. **IDEAL FOR THE FAMILY. LUXURY ESTATE AT THE GOLF COURSE OF ST. PONSA WITH PRIVACY.** IDEAL FÜR DIE FAMILIE. LUXURIÖSE LIEGENSCHAFT AM GOLFPLATZ VON ST.PONSA MIT VIEL PRIVATSPHÄRE.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 6

VIVIENDA HOUSE HAUS: 670 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 5200 m²

PRECIO PRICE PREIS:

6.900.000 €

REF: 40134



PALMA

IDEAL PARA AMANTES DE LA NATURALEZA. FINCA EN PAISAJE MARAVILLOSO CON PRECIOSAS VISTAS.
 IDEAL FOR NATURE LOVERS. COUNTRY HOUSE IN BEAUTIFUL LANDSCAPE WITH GREAT VIEWS.
 IDEAL FÜR NATURLIEBHABER. LANDHAUSVILLA IN HERRLICHER UMGEBUNG MIT WEITBLICK.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 4

VIVIENDA HOUSE HAUS: 452 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 21300 m²

PRECIO PRICE PREIS:

2.800.000 €

REF: 60105



COLONIA

VIDA MODERNA CON SERVICIO DE PORTERO EN LA MEJOR UBICACIÓN DE COLONIA.
 MODERN CITY LIFE WITH 5 STAR CONCIERGE SERVICE IN BEST LOCATION OF COLOGNE.
 MODERNES STADTLEBEN MIT 5 STERNE CONCIERGE SERVICE IN BESTER LAGE VON KÖLN.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 3

VIVIENDA HOUSE HAUS: 128 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: - m²

PRECIO PRICE PREIS:

1.28 Mio €

REF: 90100

FRANCE



CANNES

AMBIENTE ELEGANTE CON VISTAS AL MAR EN ZONA RESIDENCIAL EXCLUSIVA.
WONDERFUL AMBIANCE WITH SEA VIEWS IN EXCLUSIVE RESIDENTIAL AREA.
EXQUISITES AMBIENTE MIT MEERBLICK IN NOBLER WOHNGEEND.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 9

VIVIENDA HOUSE HAUS: 420 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 2000 m²

PRECIO PRICE PREIS:

A consultar *On request* Auf Anfrage

REF: 80100



SAINT TROPEZ

CHALET ELEGANTE CON JARDÍN MARAVILLOSO Y VISTAS AL MAR EN UBICACIÓN DE ENSUEÑO.
ELEGANT ESTATE WITH WONDERFUL GARDENS AND SEA VIEWS IN DREAM LOCATION.
ELEGANTE VILLA MIT HERRLICHEM GARTEN UND MEERBLICK IN TRAURLAGE.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 5

VIVIENDA HOUSE HAUS: 400 m²

SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 1500 m²

PRECIO PRICE PREIS:

A consultar On request Auf Anfrage

REF: 80101



SONVIDA

AMBIENTE ELEGANTE EN ZONA RESIDENCIAL EXCLUSIVA. TRADICIONAL VILLA DE LA MEJOR CALIDAD.

WONDERFUL AMBIANCE IN EXCLUSIVE RESIDENTIAL AREA. REPRESENTATIVE VILLA WITH BEST QUALITIES.

EXQUISITES AMBIENTE IN NOBLER WOHNGEEND. REPRÄSENTATIVE VILLA MIT BESTER QUALITÄT.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 5
VIVIENDA HOUSE HAUS: 646 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 2000 m²
PRECIO PRICE PREIS: 4.250.000 €

REF: 10111



SONVIDA

VILLA DE LUJO EXCEPCIONAL CON INTERIOR DE CALIDAD EN LA MEJOR UBICACIÓN.

ATTENTION TO DETAIL. EXCEPTIONAL LUXURY VILLA WITH HIGH QUALITY INTERIOR IN BEST LOCATION.

LIEBE ZUM DETAIL. EXTRAVAGANTE LUXUSVILLA MIT GEHOBENER AUSSTATTUNG IN BESTER LAGE.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 6
VIVIENDA HOUSE HAUS: 750 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 2500 m²
PRECIO PRICE PREIS: 6.950.000 €

REF: 10126



SONVIDA

UNA OBRA DE ARTE. IMPRESIONANTE VILLA DE DISEÑO CON VISTAS ESPECTACULARES.

AN ARTWORK OF GLASS AND CONCRETE. IMPRESSING DESIGNER VILLA WITH SPECTACULAR VIEWS.

EIN KUNSTWERK AUS GLAS UND BETON. BEEINDRUCKENDE DESIGNER VILLA MIT SPECTAKULÄREM BLICK.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 5
VIVIENDA HOUSE HAUS: 750 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 3650 m²
PRECIO PRICE PREIS: 10.000.000 €

REF: 10136



SONVIDA

INVERSIÓN EN SONVIDA. PROPIEDAD CLÁSICA CON ENTRADA REPRESENTATIVA EN LA MEJOR UBICACIÓN.

INVESTMENT IN SONVIDA. CLASSIC PROPERTY WITH REPRESENTATIVE ENTRY IN BEST LOCATION.

INVESTITION IN SONVIDA. KLASSISCHES ANWESEN MIT REPRÄSENTATIVEM EINGANG IN BESTER LAGE.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 7
VIVIENDA HOUSE HAUS: 780 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 2300 m²
PRECIO PRICE PREIS: 2.800.000 €

REF: 10143



COSTA D'EN BLANES

ELEGANCIA Y MODERNIDAD: VILLA DE LUJO CON VISTAS MARAVILLOSAS EN LA MEJOR UBICACIÓN.

ELEGANCE AND MODERNITY! LUXURIOUS DESIGNER VILLA WITH BEAUTIFUL VIEWS IN BEST LOCATION.

ELEGANZ & MODERNE! LUXURIÖSE DESIGNER VILLA MIT WUNDERSCHÖNEM BLICK IN BESTER LAGE.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 4
VIVIENDA HOUSE HAUS: 400 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 980 m²
PRECIO PRICE PREIS: 3.800.000 €

REF: 30118



BENDINAT

COMO EN UN CUENTO DE HADAS. PROPIEDAD DE LUJO CON VISTAS PANORÁMICAS AL MAR.

LIKE IN A FAIRY TALE. MEDITERRANEAN LUXURY PROPERTY WITH PANORAMA SEA VIEWS.

WIE IM MÄRCHEN. MEDITERRANES LUXUSANWESSEN MIT PANORAMA MEERBLICK.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 5
VIVIENDA HOUSE HAUS: 650 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 2150 m²
PRECIO PRICE PREIS: 6.900.000 €

REF: 30128



COSTA DE LA CALMA

UNA JOYA AL LADO DEL MAR. PROPIEDAD CON ZONA SPA ESPECTACULAR EN UBICACIÓN ÚNICA.

A JEWEL BY THE SEA. CASTLE STYLE PROPERTY WITH SPECTACULAR SPA AREA IN UNIQUE POSITION.

EIN JUWEL AM MEER. ANWESSEN MIT GIGANTISCHEM SPA IN EINMALIGER LAGE.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 6
VIVIENDA HOUSE HAUS: 1458 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 6000 m²
PRECIO PRICE PREIS: 11.000.000 €

REF: 40112



SOL DE MALLORCA

ARQUITECTURA ESPECTACULAR. PROPIEDAD MODERNA CON VISTAS AL MAR EN NATURALEZA MARAVILLOSA.

SPECTACULAR ARCHITECTURE. MODERN PROPERTY WITH SEA VIEWS IN BEAUTIFUL NATURE.

SPEKTAKULÄRE ARCHITEKTUR. MODERNES ANWESSEN MIT MEERBLICK IN SCHÖNER NATUR.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 6
VIVIENDA HOUSE HAUS: 800 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 2450 m²
PRECIO PRICE PREIS: 4.800.000 €

REF: 40114



ANDRATX

UN REFUGIO EXTRAORDINARIO! PARAÍSO MODERNO EN LA NATURALEZA CON VISTAS AL MAR.

AN EXTRAORDINARY HIDEAWAY! MODERN PARADISE OF NATURE WITH SEA VIEWS.

REFUGIUM DER EXTRAKLASSE! MODERNES NATURPARADIES MIT MEERBLICK.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 7
VIVIENDA HOUSE HAUS: 530 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 83.560 m²
PRECIO PRICE PREIS: 8.000.000 €

REF: 50141



ANDRATX

EL MAR A SUS PIES. PROPIEDAD DE ALTA CALIDAD CON VISTAS AL MAR EN MONTPORT.

THE SEA AT YOUR FEET. HIGH QUALITY PROPERTY WITH GREAT SEA VIEWS IN MONTPORT.

DAS MEER ZU FÜSSEN. HOCHWERTIGES ANWESEN MIT GIGANTISCHEM MEERBLICK IN MONTPORT.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 5
VIVIENDA HOUSE HAUS: 589 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 1617 m²
PRECIO PRICE PREIS: 5.900.000 €

REF: 50158



SANTA MARIA/ BUNYOLA

DISFRUTAR LA NATURALEZA. FINCA EXCLUSIVA EN ENTORNO MARAVILLOSO CON MUCHA PRIVACIDAD.

ENJOY NATURE. EXCLUSIVE COUNTRY HOUSE IN BEAUTIFUL ENVIRONMENT WITH LOTS OF PRIVACY.

DIE NATUR GENIESSSEN. EXKLUSIVE LANDHAUSVILLA IN EINER HERRLICHEN LANDSCHAFT MIT VIEL PRIVATSPHÄRE.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 5
VIVIENDA HOUSE HAUS: 500 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 31000 m²
PRECIO PRICE PREIS: 3.390.000 €

REF: 60136



ESTABLIMENTS

PARA RELAJARSE. PARAÍSO DE NATURALEZA A POCOS MINUTOS DE PALMA.

PURE RELAXING. CHARMING NATURE'S PARADISE ONLY A FEW MINUTES FROM PALMA.

ERHOLUNG PUR. CHARMANTES NATURPARADIES NAHE BEI PALMA.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 5
VIVIENDA HOUSE HAUS: 390 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 10000 m²
PRECIO PRICE PREIS: 1.800.000 €

REF: 60144

Die Kunst zu Wohnen.



Conseta von COR
Studimo von Interlübke

interlübke **COR**

Patt *Einrichtungen GmbH*

EINRICHTUNGSHAUS - KÜCHENHAUS

Falltorstraße 2-6 · D-51429 Bergisch Gladbach (Bensberg)
Telefon +49 2204-9547-0 · Telefax: +49 2204-9547-19
e-mail: info@patt-wohnen.de · www.patt-wohnen.de



BAHÍA AZUL

CASA DE ENSUEÑO CON VISTAS DESPEJADAS AL MAR Y MUCHA PRIVACIDAD CERCA DE PALMA.

DREAM HOUSE WITH DIRECT SEA VIEWS AND HIGH PRIVACY CLOSE TO PALMA.

TRAUMHAUS MIT FRONTALEM MEERBLICK UND HOHER PRIVATSPHÄRE GANZ IN DER NÄHE VON PALMA.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 4
VIVIENDA HOUSE HAUS: 320 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 900 m²
PRECIO PRICE PREIS: 2.200.000 €



SA TORRE

VILLA EN PRIMERA LÍNEA. NUEVO BUNGALOW DE DISEÑO CON VISTAS A LA BAHÍA DE PALMA.

VILLA IN FIRST SEA LINE. NEW DESIGNER BUNGALOW WITH VIEWS OVER THE BAY OF PALMA.

VILLA IN 1. MEERESLINIE. NEUER DESIGNER BUNGALOW MIT BLICK AUF DIE BUCHT VON PALMA.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 5
VIVIENDA HOUSE HAUS: 500 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 2570 m²
PRECIO PRICE PREIS: 2.950.000 €



VALLDEMOSSA

LA MONTAÑA Y EL MAR. FINCA DE PIEDRA NATURAL CON VISTAS IMPRESIONANTES AL MAR.

MOUNTAINS AND THE SEA. ELEGANT STONE FINCA WITH IMPRESSING SEA VIEWS.

DAS MEER UND DIE BERGE. EDLE STEINFINCA MIT GIGANTISCHEM MEERBLICK.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 3
VIVIENDA HOUSE HAUS: 270 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 1200 m²
PRECIO PRICE PREIS: 1.800.000 €

REF: 60134



SON VIDA

IDEAL PARA LA FAMILIA. MARAVILLOSA VILLA MEDITERRÁNEA EN LA NATURALEZA. ZONA MUY SOLICITADA DE SON VIDA.

THE IDEAL FAMILY HOME. MEDITERRANEAN VILLA IN BEAUTIFUL NATURE AND BEST LOCATION OF SON VIDA.

IDEAL FÜR DIE FAMILIE. MEDITERRANE VILLA IN HERRLICHER NATUROASE IN BESTER LAGE VON SON VIDA.

HABITACIONES BEDROOMS ZIMMER: 4
VIVIENDA HOUSE HAUS: 300 m²
SOLAR PLOT GRUNDSTÜCK: 2100 m²
PRECIO PRICE PREIS: 1.650.000 €

REF: 10129



Leidenschaft und Leistung. Vertrauensvoll und persönlich.

Wir nehmen unsere Verantwortung ernst, als leistungsstarkes Unternehmen einen wertvollen Beitrag zu Fortschritt und Wohlstand zu leisten. Für unsere Kunden, Aktionäre, Mitarbeiter und die Gesellschaft als Ganzes.

Sehr gerne beantworten wir Ihnen alle weiteren Fragen persönlich. Im Private Wealth Management Luxembourg erreichen Sie Herrn Dirk Lichtherz unter der Telefonnummer +352 42122-468 oder per E-mail dirk.lichtherz@db.com für eine persönliche Kontaktaufnahme.

www.deutsche-bank.lu

Leistung aus Leidenschaft





Camino de Génova 4, local 4
07014 Palma de Mallorca
(+34) 627 143 051
(+34) 971 450 019

info@marcelremusrealestate.com
www.marcelremusrealestate.com