

Das Magazin für Popkultur und Style

SEPTEMBER 2007

3,50 EURO

www.max.de

Max  
**max**



**SEXY**  
SPRINT-STAR  
SINA SCHIELKE:  
AUF DIE PLÄTZE!  
FERTIG! NACKT!

**style** NEUE LOOKS  
AUF 40 SEITEN

**UHREN** DIE WOLLEN WIR  
HABEN! 24 MODELLE FÜR DEN  
NÄCHSTEN WUNSCHZETTEL

**BESSER AUSSEHEN** IM HERBST:  
JACKEN, TASCHEN, STIEFEL

# GISELE BÜNDCHEN

EXKLUSIV: DER LUXUS-  
KÖRPER DES TEUERSTEN  
MODELS DER WELT

**ES SPRITZT!**  
DIE NEUESTEN  
GELÄNDEWAGEN  
IM MATSCH-TEST



**EXTRA-HEFT**  
CITY GUIDE  
VENEDIG





## 7. MARCO CORDES MODEL-AGENT

Bei uns in Deutschland gibt es zirka 60 gelistete Model-Agenturen. Aber nur eine einzige, die ausschließlich Männer in ihrer Kartei führt: Kult Model Agency in Hamburg. Agenturchef Marco Cordes, ursprünglich gelernter Bankkaufmann, ist ihr Chef. Seine Agentur gründete der 33-Jährige vor sechs Jahren und konzentrierte sich, ganz im Gegensatz zur Konkurrenz, von Anfang an auf das starke Geschlecht. „Mit Frauen kann man viel schneller viel Geld verdienen als mit Männern. Allerdings sind Frauen austauschbarer, Männer begleitet man in der Regel über einen sehr viel längeren Zeitraum. Eines unserer Models kenne ich bereits seit zwölf Jahren. Da entsteht eine sehr enge Bindung, und genau die liegt mir am Herzen“, erklärt der selbst ernannte „Sozialarbeiter für Überprivilegierte“. Während Mädchen oft schon mit 14 Jahren im Geschäft sind, schnell zum Top-Model werden, aber genauso rasch wieder out sein können, geht es bei den meisten Männern erst mit 19 Jahren so richtig mit dem Geldverdienen los. Der Altersdurchschnitt ist viel höher, denn als Model kann ein Mann oft bis Mitte 40 gut gebucht sein. Ein weiterer Vorteil ist, dass Jungs längst nicht so betreuungsintensiv sind wie Mädchen. In dem wohl einzigen Job auf der Welt, in dem Frauen ein Vielfaches von Männern verdienen können, hat Cordes es geschafft, seine Jungs ganz nach vorn zu bringen. les



## 8. MICHAELA SCHLEYPEN DESIGNERIN

Die 38-Jährige hat eine große Leidenschaft: Böden. Seit 15 Jahren ist die Kölnerin Teppichdesignerin. Sie lebte in Hongkong und New York, gestaltete Fußböden für Airlines, Hotels und Yachten und war zehn Jahre lang Kreativdirektorin der renommierten Teppichmanufaktur Tai Ping Carpets. Weil ihr das irgendwann nicht mehr genug war, gründete sie in Köln Floor to Heaven und produziert ihre Designs jetzt selbst. Dabei verwendet sie nur edelste Wolle aus Neuseeland, Seide und Baumwolle und verbindet barocke Schwarz-Weiß-Ornamente, indische Hippie-muster und Florales mit skurrilen Formen wie Totenköpfen. Für ihren wilden Cross-over zwischen Luxus und Punk kürte die britische „Elle Decoration“ sie jüngst zum „young designer of the year 2007“. ds



## 9. IPPOLITO FLEITZ IDENTITY ARCHITECTS

Stuttgart ist nicht Berlin oder London, aber die Theodor-Heuss-Straße braucht sich vor den Ausgeh-Meilen der Metropolen nicht zu verstecken. Vor allem der jüngste Neuzugang unter den Clubs, „T-O12“ (sprich: Theo zwölf), ist eine feine Feier-Location. Das junge Stuttgarter Architekturbüro Ippolito Fleitz gestaltete die Räume einer alten Musikschule in coolem Schwarz-Weiß und mit wandfüllenden Illustrationen des Grafikbüros id-Büro. Peter Ippolito (r.) und Gunter Fleitz begreifen sich als Identity Architects, die nicht nur Architektur entwerfen, sondern Projekte von der Namensgebung bis zum Interior Design betreuen. Und das mit Erfolg: Das „T-O12“ wurde im Juli mit einem Red Dot Award ausgezeichnet, das nächste Projekt ist in Arbeit: eine Fast-Food-Kette mit Nachhaltigkeitskonzept. ds

