

DEUTSCHE AUSGABE

ELLE

MÄRZ 2005
DEUTSCHLAND €4,-
ÖSTERREICH €4,60
SCHWEIZ SFR 7,90

**ZWISCHEN
DEN STÜHLEN**
Was tun, wenn
Sie zwei
Männer lieben?

**UNSERE 50
BESTEN
FRISEURE**

Hier werden Sie
garantiert
nicht enttäuscht!

**EXTRA
MODE**

Der ultimative
Shopping-Guide

LIEBESHORMONE
Wie Ihr Körper zeigt,
wer der Richtige ist

Supermodel
Julia Stegner

**Lust auf
LUXUS**

Welcher Genuss-Typ Sie sind
Welcher Lifestyle zu Ihnen passt
Was Sie sich gönnen sollten





Minimalismus pur: die Bar im neuen First-Class-Terminal

Im Zeitalter des Sparwahns setzt Lufthansa auf Exklusivität: Als erste Airline der Welt schenkt sie ihren Premium-Passagieren ein komplettes Terminal

Luxus-Liner

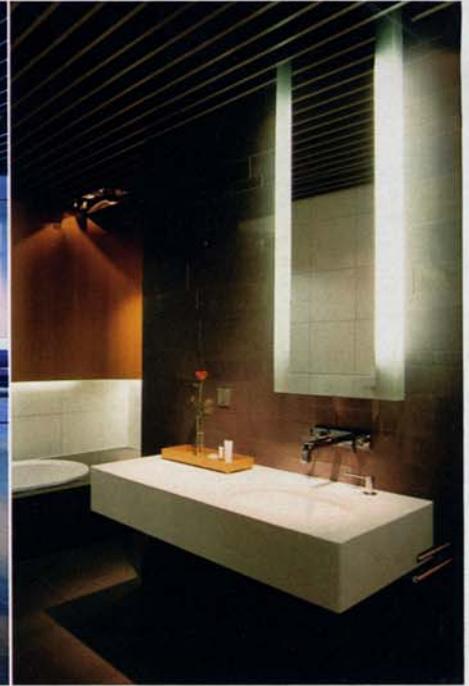
Es könnte gut sein, dass Passagiere auf Flughäfen nur deshalb steuerfrei einkaufen dürfen, damit sie ihre Ungeduld vergessen. Denn nirgendwo verstreichen die Minuten so zäh wie im Terminal vor dem Abflug. Das war mal so, das ist jetzt anders: Am Frankfurter Flughafen hat Lufthansa einen kompletten Terminal der Luxusklasse gebaut. Weil der Mensch ungern wartet, erklärt Lufthansa die Wartezeit zur Hauptattraktion. Der neue First-Class-Terminal ist der einzige weltweit, in dem Premium-Passagiere von der Ankunft am

Flughafen bis zum Abflug unter sich sind. Der dunkelgraue Flachbau duckt sich hinter die höheren Häuser. Er liegt etwas abseits im Osten des Geländes. Aber keiner muss seine Koffer zum First-Class-Terminal schleppen. Hier fährt man vor. Wandhohe Fenster geben den Blick frei auf eine Lobby aus Grauwacke und Leder. Das Design ist schlicht, aber ungemein edel. Wenn Harmonie eine konkrete Form hätte, dann diese. Kaum ist man mit dem Staunen fertig, tritt dem Gast ein junger Mann im dunklen Anzug entgegen, der sich

als Personal Assistant vorstellt. Früher hätte man Butler dazu gesagt. Denn der Personal Assistant wird dafür sorgen, dass der Urlaub schon vor der Reise beginnt. Er führt uns zunächst in die Lobby, die so groß ist wie anderswo die ganze Lounge. Mildes Licht fällt durch die getönten Scheiben. Stille umfängt uns. Auf Flughäfen, wo der schrille Klangteppich zum Mobiliar gehört, ist das purer Luxus. Wer hier rein will, muss entweder First Class fliegen oder 600 000 Meilen binnen zwei Jahren sammeln. Umgerechnet sind das 120 Flüge von München nach London und zurück, und zwar in der Business-Class. Dann wird der Vielflieger in den "Hon Circle" aufgenommen



Alles auf Linie: Sitzgarnitur in der Lounge und Duschaum.
Unten: Thierry Antinori, Lufthansa-Vorstand Marketing



Menschen warten ungern. Lufthansa macht die Wartezeit zur Hauptattraktion

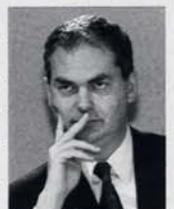
und erhält eine schwarze Kreditkarte, die ihm den First-Class-Sesam öffnet. Zwei Prozent der Lufthansa-Senatoren konnten sich bislang dafür qualifizieren. "Es gibt einen Trend: Sparen auf der einen Seite, auf der anderen gönnen sich die Kunden mehr Qualität. Die Mitte verliert sich", sagt Thierry Antinori, Lufthansa-Vorstand Marketing. Der Butler schleust uns durch die Sicherheitskontrolle, wo das Personal so tut, als hätte es auf uns gewartet. Dahinter öffnet sich die Lounge. Die in Brauntöne getauchte Innenarchitektur drängt sich nicht auf. Sie lässt uns Raum – zum Atmen und zum Träumen. Das Frankfurter Büro Hollin und Radoske hat das Gebäude im Wallpaper-Stil eingerichtet. Blickachsen und großzügige Abstände zwischen den Möbeln verbreiten eine Wohlfühlatmosphäre, die wir vielleicht in einer Mies-van-der-Rohe-Villa erwartet hätten, aber nicht am Flughafen: Luxus ist, wenn die Leere zur Geltung kommt. Angelegt wurde die Lounge für 115 Gäste. Im Moment kommen auf jeden Passagier

etwa acht Sofas, zwischen denen er pendeln könnte, wenn er wollte. Den Dom Ruinart zur Begrüßung nehmen wir an der Bar. Die Hocker sind alle nach Nordosten gerichtet. Wir dürfen zwischen 15 offenen Weinen, 70 verschiedenen Whiskeysorten und Cocktails aller Farben und Aromen wählen. Kaum steht man auf, dreht das Personal den Hocker zurück nach Nordosten. Geometrie ist das Formprinzip dieser Lounge. Die Sofas von B&B Italia finden die Balance zwischen zu weich und zu hart. Allein die Welt hinter dem Fenster passt nicht zum Flair. Wo sich eine Asphaltbrache ausdehnt, müssten eigentlich türkisfarbene Wellen tanzen. Man kommt leicht ins Schwärmen in der Lounge.

Der Terminal ist kaum drei Monate alt, und schon gehört es bei der Prominenz zum guten Ton, ein paar Takte über Komfort oder Küche hier zu verlieren. Das Restaurant hat sich dem Superlativ so entschieden verschrieben wie die Raumdesigner. Betrieben wird es vom Wiener Edelcaterer Do & Co. Wie viel Spit-

zenkulinarik mit Schwärmerei zu tun hat, erfahren wir, als der Kellner zu erzählen beginnt, warum gerade dieser Pata-Negra-Schinken aus Spanien der allerbeste ist. Dann reicht er uns handgeschöpften Büffelmozzarella, der auf der Zunge schmilzt, und Trüffelrisotto, das den Gaumen streichelt. Mit dem Uruguay-Beef hat es eine besondere Bewandnis. Zwar schmeckt es nicht feiner als das Fleisch aus Argentinien. Aber Uruguay klingt außergewöhnlicher. In der Tat.

Es gibt keine Störgeräusche in der Lounge, aber trotzdem einen schalldichten Ruheraum. Das Bettzeug reicht der Butler. Vor dem Abflug führt er uns ins Parterre. Dort wählen wir aus einer Wagenflotte, die saudischen Scheichs Ehre machen würde, einen Mercedes oder einen Porsche Cayenne, der uns zum Flugzeug bringt. Vielleicht ist das der einzige Makel: dass hier jeder leider nur Gast auf Zeit sein darf.



ALEXANDER BARTL