

264

Een greep uit de advertenties op de eerste 20 pagina's. BMW: Porsche, de nieuwe Panamera Turbo S E-Hybrid Sport Turismo. Rolex, the Sky-dweller. Landrover: world car design of the year. Grohe: pure freude an Wasser. MaxxRoyal Resort. Mercedes: the new Mercedes-AMG GT 4-Door Coupé. Lexus. Omega: black tie or deep blue. Breitling 1884. Gassan.

Een graai in de shoppingrubrieken. De keukenkranen van Grohe (extra optie: het leveren van gekoeld water, naar wens bruisend, licht bruisend of plat.) Terrasoverkapping met kantelbare lamellen. Je eigen huislift! Niet vanwege de leeftijd, maar denk aan al die koffers die na een lange reis naar zolder moeten worden gebracht, denk aan al die wijndozen die naar de kelder moeten. Maak van je eigen zwembad een dansvloer, kan binnen enkele minuten. En toe aan een luxueuze toiletbeleving? Zodra je de toiletruimte binnengaat, gaat de toiletbril automatisch voor je open, een subtiel lichtje aan de onderkant van het toilet begint te schijnen en de toiletbril wordt voorverwarmd. En ook na afloop alles

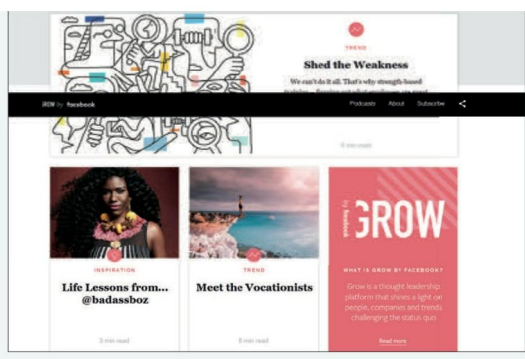


geregeld, vanwege de gepatenteerde billendouchetechnologie. Wat ook kan: bestel een gepersonaliseerd vat whisky. Koop een handgemaakte humidior voor je sigaren. Schaf een nijlpaard met ledverlichting aan, voor je zwembad. Dan ook nog maar wat quotes! Het favoriete adresje van Ayser Al-Hadithy, oprichter Demotica Projects? 'Ik hou het geheim, in Odessa, het Saint Tropez van de Balkan'. Waar wordt Frauke Hamer (Delilah Cosmetics) blij van? 'Als ik uit het vliegtuig stap en de chauffeur klaar staat. Ik geef toe, ik blijf een diva'. De kop bij een verhaal over de Mercedes AMG C 63-S: 'De auto hangt zo lekker aan het gas dat alleen een boeddhistische monnik zich kan beheersen bij het aanraken van het gaspedaal.'

In welk magazine bladeren we al een tijdje? Tijdschrift LXYR, het visitekaartje van de Masters of LXYR. Ook LXYR doet wat het Frans Hals Museum deed (zie elders op deze pagina, stukje met '14'): er is een beurs, je kunt een catalogus maken, maar als je toch zo ver bent, maak er dan een geweldig visitekaartje van. Een overonderend luxe over the top-visite-magazine. Met 'lux' doe je het magazine tekort, 264 pagina's dik en, natuurlijk geheel in stijl. Het magazine is de beurs. Niet creatief, niet innovatief, niet verrassend. Wél: this is our world, rechttoe rechtaan gebracht, alles glimt en alles is duidelijk. Geen vormgeeffratsen, dit is mooi, niets te verbergen, dus het is het vele geld waard. Groot op de uitklapcover: 'We are the masters'. Elf toonaangevende Masters op het gebied van cosmetica en design en smaak, niet beperkt door zoiets burgerlijks als financiële piketpaaltjes. De elf Masters komen kort aan het woord. Frauke Hamer krijgt de vraag: wat zou je nooit meer doen? Frauke: 'Zonder eerst op de kaart te kijken de meest exclusieve champagne bestellen in een club in Dubai'. Past helemaal in de formule. Maar valt me toch wat tegen van Frauke.

3

Facebook lanceert magazine! Driemaandelijks. Titel: GROW. GROW is bedoeld om de band met klanten te versterken. Voorlopig alleen in Groot Brittannië en Noord Europa en via British Airways. (bron: Print Matters)



“ Ik ben een nieuwswinkie. Als ik 's ochtends wakker word, kijk ik als eerste ouderwets Teletekst. Mijn collega's vragen wel eens uit welke eeuw ik kom ”

Frits Wester, Vara Gids