

# KAUFMANN

CASUAL MENSWEAR SINCE 1908

APRIL 2016 – 5. ÅRGANG

## GEORGE CLOONEY

EN MAND AF TIDEN

**STEVE JOBS** – MANDEN DER SKABTE APPLE

IKONET **MARILYN MONROE**

**KLOG PÅ COGNAC**

– BLIVER KUN BEDRE MED ÅRENE

**FIRENZE** – BETAGENDE OG SMUK

**ENZO FERRARI**

SKABTE EN FULDBLØDSSPORTSVOGN



TIGER  
OF SWEDEN







**SAND**  
COPENHAGEN



A tropical beach scene with a palm frond in the foreground, a person's arm in a dark jacket on the left, and a green hillside meeting the ocean in the background. The Tommy Hilfiger logo is centered in the middle ground.

TOMMY  HILFIGER



**MUST  
HAVE**

MONCLER  
· Varenr. 136299 ·  
**4.700,-**



MAGASINET UDGIVES  
AF KAUFMANN OG  
DISTRIBUERES  
VIA DERES FORRETNINGER  
OVER HELE LANDET

#### UDGIVER

Axel Kaufmann ApS,  
Maren Smeds Gyde 9.  
8000 Århus C. Telefon 8612 2422.  
www.kaufmann.dk  
samt www.axel.dk.

#### ANSVARSHAVENDE REDAKTØR

Henrik Kaufmann

Oplag 100.000 eks.

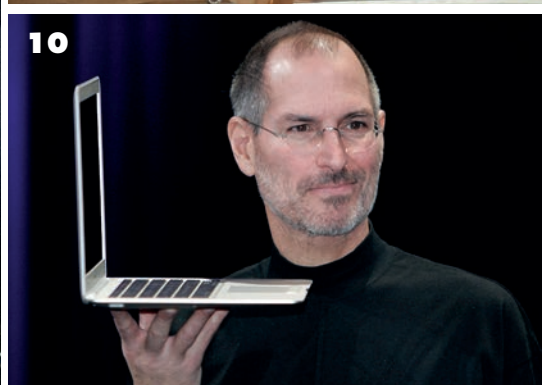
#### FOTOBUREAUER

Polfoto og Getty Images

#### FOTOGRAF

Michael Ellehammer

*Der tages forbehold for  
eventuelle trykfejl, prisændringer,  
udsolgte varer samt at de viste  
produkter ikke føres  
i alle Kaufmann-butikker.*



- |  |   |                              |
|--|---|------------------------------|
| <b>10</b> Steve Jobs                         | <b>42</b> Blazere                                   | <b>75</b> Jeans              |
| <b>15</b> Ralph Lauren Polo                  | <b>45</b> Suits                                     | <b>79</b> Bukser & Chinos    |
| <b>16</b> Sebago                             | <b>52</b> The Soul of Bucktown                      | <b>82</b> Sneakers           |
| <b>18</b> Renæssancebyen<br>Firenze          | <b>54</b> Marilyn Monroe<br>– alle tiders sexsymbol | <b>85</b> T-shirts           |
| <b>24</b> Ferrari – drømmebil i<br>særklasse | <b>61</b> Sweatshirts                               | <b>86</b> Polo               |
| <b>29</b> Klassiske skjorter                 | <b>63</b> Sporty Outfits                            | <b>88</b> Klog på cognac     |
| <b>32</b> Leisure shirts                     | <b>66</b> Strik                                     | <b>92</b> Cottoncoats        |
| <b>34</b> George Clooney                     | <b>68</b> Kaufmann Online                           | <b>94</b> Vindjakker         |
|  | <b>70</b> Caps                                      | <b>102</b> Paul Newman style |
|  |   | <b>104</b> Skind             |

## HYLDEST TIL PASSIONEN

Man ved det, når man ser det: Bilen der skiller sig ud, fordi den er noget helt særligt, fordi stil, fart, design går op i en højere enhed, og man fornemmer passionen, der ligger bag. Man fornemmer det også straks, når en person skiller sig ud med en sikker stil, en særlig attitude eller med en helt utrolig udstråling. Dette magasin handler om det ekstraordinære, det er en hyldest til passionen og til det, der inspirerer os og gør livet rigere.

Magasinet er først og fremmest en inspirationsgave til dem, der betyder allermost for os: Jer, vores kunder. Vi håber, det bliver til glæde.

Med venlig hilsen/Kind regards.

Henrik Kaufmann



# STEVE JOBS

## – EN MODERNE LEGENDE

HAN ÆNDREDES VORE LIV, OMDANNEDE HELE INDUSTRIER OG OPNÅEDE EN AF DE MEST SJÆLDNE TING I MENNESKETS HISTORIE: HAN ÆNDREDE DEN MÅDE, HVER AF OS SER VERDEN.

**M**anden, der skrev disse ord, var USAs præsident Barack Obama, og manden, de omhandler, er Apples grundlægger og karismatiske drivkraft, Steve Jobs. Anledningen var Jobs død som 56-årig i 2011, et dødsfald, der affødte stærke reaktioner verden over. Cyberspace blev fyldt med billeder af mennesker, der holdt deres iPads i vejret, med fotos af Steve Jobs og af blafrende stearinlys. Der opstod en bølge af sørgende Apple-fans, og der var vågenætter ved Apples butikker rundt om i verden. Steve Jobs var ikke blot en af verdens førende virksomhedsledere, i det øjeblik var han mere afdød rockstjerne end afdød topchef, ja, han var vel nærmest en religiøs skikkelse.

En af årsagerne er, at mens de fleste blot anser deres computere, mobiltelefoner m.m. som tekniske hjælpemidler, har Applebrugere et passioneret forhold til deres. Når konkurrenterne lancerer en ny mobiltelefon, går det som regel ret stille af. Det gør det ikke, når det handler om Apple. Fans ligger i kø, når en ny iPhone ser dagens lys, og har hvert år talt ned til dagen, hvor Steve Jobs skulle på scenen for at præsentere det sidste nye revolutionerende produkt, det ny og uomtvistelige must-have.

Mens produkterne hele tiden er nye og bedre, var der aldrig nyt i Steve Jobs påklædning. Altid sort rullekrave, cowboybukser og hvide sneakers. Kun i de helt tidlige år kunne man opleve ham i topchefens klassiske outfit, den mørke habit – ellers var rullekraven, cowboybukserne og de hvide sneakers hans signatur – et klart signal om, at det ikke handler om, hvordan du ser ud, men om hvad du opnår – og hvor meget karisma, du har. Men hvem var manden bag Apples succes?

A close-up photograph of Steve Jobs, wearing his signature round glasses and a black turtleneck. He is looking slightly to the right of the camera with a thoughtful expression. His right hand is raised, palm facing forward, with fingers slightly spread. The background is dark, making his face and hand the central focus.

**“ DESIGN HANDLER  
IKKE BARE OM,  
HVORDAN DET SER  
UD OG HVORDAN DET  
FØLES. DESIGN  
HANDLER OGSÅ  
OM HVORDAN DET  
FUNGERER ”**

*Steve Jobs*

*Steve Jobs på scenen, hvor  
han i 2010 lancerer iPad.*

# “ FOKUS OG ENKELHED ER MIT MANTRA. DET ENKLE ER SVÆRERE END DET KOMPLEKSE. DU ER NØDT TIL ARBEJDE HÅRDT FOR AT DIN TANKEGANG BLIVER REN NOK TIL AT TÆNKE DET ENKLE ”

Steve Jobs

Steve Jobs er virkeliggørelsen af den amerikanske drøm. Som 21-årig grundlagde han Apple i sine forældres garage, gjorde firmaet til en enorm succes, blev skubbet ud i 1985 og kom tilbage i triumf i 1997 for at gøre Apple til verdens mest værdifulde virksomhed. Med andre ord, manden var et geni med vilde visioner og en karisma langt ud over det sædvanlige. Men Steve Jobs var også kontroversiel, kontrollerende, benhård og meget svær at arbejde for. Han dumpede gang på gang på menneskelighed, men besad så klare og stærke visioner, at han slap afsted med det meste. Filmen Steve Jobs med Michael Fassbender i titelrollen, der havde premiere her i Danmark i januar, tegner et billede af en sammensat og meget vanskelig personlighed. Årsagerne til Jobs temperament skal måske findes i hans allertidligste barndom.

## GIVET VÆK TIL ADOPTION

Steven Paul Jobs blev født 24. februar 1955 i San Francisco, Californien. Hans mor var talepædagog, hans far professor i politisk videnskab og oprindeligt fra Syrien, men han skulle ikke vokse op sammen med dem. Parret, der ikke var gift, besluttede nemlig at give deres nyfødte søn bort til adoption, og den bratte adskillelse fra det biologiske ophav, har helt sikkert haft en betydning for Steve Jobs. Senere i livet erfarede han, at hans biologiske forældre kort tid efter havde giftet sig og fået en pige, som de valgte at beholde, og det har nok ikke gjort såret mindre.

*Steve Jobs og makkeren Steve Wozniak, som skulle komme til at revolutionere vores syn på teknologi.*



Jobs adoptivforældre hed Clara og Paul Jobs, Clara var bogholder, Paul maskinmester. Familien boede i det område, der senere skulle blive kendt som Silicon Valley. Paul Jobs var lidt af en elektroniknørd, og i familiens garage lærte han sin søn, hvordan man kunne skille og samle al mulig elektronik. En interesse blev grundlagt.

Steve Jobs var intelligent, men lidt af en bandit i skolen, formentlig på grund af kedsomhed, og også hans ungdom blev rastløs. Efter high school droppede han ind og ud af forskellige uddannelser, rejste til Indien og blev fanget af spiritualitet og eksperimenterede med stoffer. I 1978 blev han far til en pige, Lisa, som han var meget længe om at anerkende som sin datter, og som han først så da hun var 8 år gammel. Da han først havde anerkendt Lisa som sin datter, blev forholdet dog tæt, og han opkaldte en computer efter hende.

## BEGYNDELSEN

I 1976, 21 år gammel, startede Jobs Apple sammen med partneren Steve Wozniak. Virksomheden havde til huse i Jobs forældres garage og pengene til opstarten kom bl.a. fra salget af Jobs folkevognsbuss. Navnet kom efter sigende af, at Jobs netop havde arbejdet på en æbleplantage. Resten er historie. Sammen revolutionerede de computerindustrien. De gjorde computeren tilgængelig og opnåelig for helt private mennesker, og de gjorde den brugervenlig. Deres Apple I var en relativ succes, mens efterfølgeren, Apple II syvdoblede virksomhedens salg

*Steve Jobs var altid ens klædt. Kun i de tidligste år, som her i 1984, kunne man opleve ham i andet end sort rullekrave, cowboybukser og sneakers.*





*Steve Jobs, var et geni, en karismatisk mand med de vildeste visioner, men også kompromisløs person, som var svær at arbejde for.*

og førte til, at Apple blev børsnoteret med en markedsværdi på 1.2 milliarder dollars. Apple var nu en uomtvistelig succes. Steve Jobs headhunted Pepsi-Colas topchef, John Sculley, til at lede virksomheden. I 1984 kunne Jobs lancere den første Macintosh computer, opkaldt efter en æblesort.

#### **FYRET FRA APPLE**

Men tingene gik ikke som de skulle, der var alvorlige kontroverser mellem Jobs og resten af ledelsen, og imens tog hovedkonkurrenten IBM føringen. Det førte til noget så usædvanligt som en fyring af Apples grundlægger. Steve Jobs måtte simpelthen forlade sit eget værk. Apple klarede sig dog ikke bedre uden ham ved roret. Virksomheden manglede linje, originalitet og fremadrettethed. I mellemtiden havde Jobs skabt et nyt computerfirma, NeXT, samt købt sig ind i animationsfilmselskabet Pixar, som han gjorde til en god forretning. I NeXT skabte han det, som Apple stod og manglede: nyt og banebrydende software.

#### **THINK DIFFERENT**

Apple købte NeXT, og så var Jobs tilbage – med en klar vision: Under overskriften "THINK DIFFERENT" handlede det nu ikke længere om at konkurrere, men om at skille sig ud og skabe helt sit eget system. Applecomputerens intuitive, grafiske brugerflade appellerede til den kreative klasse, det samme gjorde Appledesigneren Sir Jonathan Ive's stramme og meget karakteristiske design, og computerne fra Mac fik snart deres egen begejstrede brugerskare. I efteråret 2001 lancerede Steve Jobs iPod, en bærbar digital musikafspiller i et slankt design, der med det samme fængede over hele verden, og med iPod fulgte iTunes.

I 2002 lavede Apple aftaler med nogle af de førende pladeselskaber om at slutte sig til iTunes – Apples nye tjeneste til hentning af musik. iTunes revolutionerede musikindustrien på godt og ondt. De første to millioner solgte sange fra iTunes Music Store blev hentet på kun 2 uger, alle købt via Mac-computere. >



Eventyret om Apple begyndte her, i Steve Jobs forældres garage i 1976.



Steve Jobs sammen med sangerinden Gwen Stefani i 2008 til middag i anledning af Spirit of Life Award.



Sørgende kinesere flokkes omkring afdøde Steve Jobs billede.



Laurene Powell og Steve Jobs blev gift i 1991. Parret fik tre børn, Reed, Erin og Eve.

Jobs havde delt vandene. Enten var man til Windows – eller også var man til Mac. Og var man til Windows, kunne der let ske det, at havde man købt en iPod og forelsket sig i designet, så lå det lige til højrebenet at købe en Mac næste gang, computeren skulle udskiftes. Salget af Mac-computere blev fordoblet i 2004.

Ved hjælp af en unik kombination af design, brugerflade og funktionalitet, er det lykkedes Steve Jobs og hans medarbejdere i Apple, at skabe produkter, som brugerne får et følelsesmæssigt forhold til. Det lille "i" i begyndelsen af produkternes navne stod oprindeligt for internet, som, da iMac-computeren blev introduceret i 1998 bestemt ikke var noget, alle computere havde let adgang til. Senere udvandedes den betydning, men Jobs fastholdt i-et, fordi det også står for individ, informere, instruere og inspirere.

I 2007 kom den næste revolution, iPhone. Allerede i 2003 havde Steve Jobs proklameret, at mobiltelefonen var fremtidens bærbare computer. Touchscreen var den nye superfeature sammen med det multifunktionelle, hvor den udover at ringe kan spille musik, gå på nettet, tage billeder og meget mere. I dag en selvfølge, dengang en revolution. Jobs og Apple genopfandt telefonen, og hele verden gik over til smartphones og til apps til deres smartphones. iPad'en var en naturlig følge af såvel de stadigt mindre og lettere bærbare Macs som af iPhone. Succesen var – og er – tilsyneladende uden ende. Men det var Steve Jobs liv ikke. Allerede i 2003 blev han ramt

af kræft i bugspytkirtlen, og de næste år var en kamp for overlevelse. I 2004 så det ud som om han havde vundet kampen, men et par år senere vendte sygdommen tilbage. Trods mange tiltag, heriblandt en ny lever, var der nu intet håb om en helbredelse. Sidste gang, Jobs gik på scenen i den sorte rullekrave, cowboybukserne og de hvide sneakers for at lancere et nyt produkt, var han tydeligt afkræftet.

### DØDEN SOM DYNAMO

Steve Jobs vidste godt, at uanset hvor rig, man er, er døden det ultimative faktum, man ikke kan købe sig fri af. Tværtimod så han den som en dynamisk faktor. Allerede i 2005 sagde han i en inspirationstale til de nystartede studerende på Stanford University:

"Døden er muligvis den største enkeltstående opfindelse i livet. Den er livets forandringsfremkalder. Den rydder det gamle af vejen for at skabe plads til det nye. Lige nu er I det nye, men en dag om ikke så lang tid vil I langsomt blive det gamle og blive ryddet af vejen... Jeg er ked af at være så dramatisk, men det er faktisk sandt. Jeres tid er begrænset, så lad være med at spille den på at leve andres liv."

Gennem hele sin karriere bekræftede han livets foranderlighed og alle tings dødelighed ved gang på gang at introducere nye produkter, der gjorde alle tidligere produkter til fortid. Noget, der formentlig har sikret ham selv udødelighed.

**“ KREATIVITET ER AT FORBINDE TING. NÅR DU SPØRGER KREATIVE MENNESKER OM HVORDAN DE GJORDE ET ELLER ANDET, FØLER DE SIG ALTID EN LILLE SMULE SKYLDIGE, FORDI DE EGENTLIG IKKE GJORDE DET, DE SÅ BARE NOGET. OG PÅ ET TIDSPUNKT BLEV DET INDLYSENDE FOR DEM ”**

Steve Jobs

## BLÅ BOG

**FØDT:** 24. Februar 1955 i San Francisco, California

**DØD:** 5. Oktober 2011 i Palo Alto, California

**NATIONALITET:** Amerikaner  
**ETNICITET:** Tysk og syrisk

**UDDANNELSE:** Homestead High School, Reed College

**KARRIERE:** Medgrundlægger, bestyrelsesformand og administrerende direktør for Apple, Primær investor og administrerende

direktør for Pixar, grundlægger og administrerende direktør for NeXT

**RELIGION:** Zen buddhisme

**ÆGTESKAB:** Gift med Laureen Powell i 1991

**BØRN:** Lisa Brennan-Jobs, (1978), med Chrisann Brennan Reed (1991), Erin (1995), Eve (1998) med Laureen Powell (kilde: wikipedia m. fl)



*Polo er det nye symbol på et helt personligt udtryk. Med rødder i amerikansk elite og anerkendt over hele verden spænder Polo vidt, fra sin oprindelse i campus-mode og dennes ungdommelige stil over den skræddersyet habit i skarp, moderne version til det rå og robuste, men stadig og altid med et sikkert urbant twist. Polo Ralph Lauren er tidløst og autentisk og repræsenterer en unik vision af moderne sportstøj: det er ungt, energisk og cool.*

# POLO

## FORÅR 2016

### POLO RALPH LAUREN SYMBOLISERER DRØMMEN OM DET FRIE LIV

Forårs- og sommerkollektionen 2016 er tøj til en moderne livsstil, og den er spændende, fordi den både rummer det klassiske og det moderne. Det ikoniske tøj opdateres konstant. Polo Ralph Lauren har en enestående evne til at skabe et gnidningsfrit, sammenhængende univers, der er på samme tid er rå, raffineret og maskulint. Der er elementer af skræddersyet elegance, af robusthed og af moderne teknologi, som tilsammen appellerer til den moderne følsomhed, der karakteriserer tidens mand.

Polo Ralph Lauren har en nærmest ikonisk tradition for campus-inspireret sportstøj, men spænder langt videre end det. Et godt eksempel på alsidigheden er, at serien omfavner hele det maskuline univers, fra den skarpe habit over tøj til det robuste friluftsliv til decideret sportstøj, fremstillet af højteknologiske materialer.

Polo har sikre bud på looks til den moderne mand og også til den moderne kvinde, fra det øjeblik dagen gryr, og de begiver sig ud i verden, hvad enten turen går til jobbet eller til den årlige polomatch, og til den slutter på deres foretrukne hotspots i byen.



# SEJLERSKOEN DER BLEV ET IKON

*Med de ikoniske, håndsnyede sejlørsko holder Sebago skomagerfaget smukt i hævd.*

## DEN GARVEDE SØULK, DE MODERIGTIGE OG SELV DE KONGELIGE SMUTTER GLÆDELIGT I ET PAR HÅNDSYEDE DOCKSIDES FRA SEBAGO.

Trods mere end 45 år på bagen er den velkendte sejlørsko Docksides fra Sebago langt fra glemt. Med jævne mellemrum dukker den igen og igen op i internationale modeblade. Så har de loyale sejlere, der altid har et par godt saltvandstilpassede Docksides liggende i båden – klar til endnu en sejltur. Det er dog langt fra alene sejlerne der efterspørger Docksides skoene. I dag er det igen som i 80'erne ungdommen helt fra 12 års alderen der efterspørger den ikoniske retro-sejlørsko.

Historien bag sejlørskoen, der er blevet et ikon, startede i 1946 da skoproducenten Sebago blev grundlagt på vestkysten i Nordamerika. 2000 par sko blev der produceret om dagen indenfor 10 år og Sebago kunne fejre produktion af par nummer 1 million i 1954.

I 1970 lancerede Sebago sejlørskoen Docksides, der skulle være skridtsikker på bådens dæk og samtidig smart nok til bybilledet. Docksides-skoen blev hurtigt populær i hele verden,

hvor den klassiske brune model var efterspurgt i Europa, mens man i tropiske lande ønskede mere farverige modeller.

I 80'erne var det især studerende der tog Docksides til sig, mens sejlerne på det Amerikanske sejlørlandshold kunne træde i Docksides som deres officielle sko. I 1992 og 1995 blev de amerikanske America's Cup syndikater "Defender" og "Young America" sponsoreret af skoproducenten. Sebago har ligeledes støttet det danske sejlørlandshold som sponsor siden 1999.

Docksides har igennem tiden holdt sin oprindelige form med håndsnyet læder og den skridtsikre sål. Sejlørskoen fra Sebago er fortsat det foretrukne fodtøj, når sejleren træder ombord på båden, for egenskaberne kan man ikke tage fra skoene. Man står godt fast og slipper for mærker på dækket, mens læderet har en evne til at tilpasse sig foden – især efter en tur i saltvand. Så er spørgsmålet bare, om man er til sløjfer eller klunker på snørebåndene.





**BOSS**  
HUGO BOSS

# FIRENZE

## – COOL OG BETAGENDE SMUK

Firenze er det skønne Toscanas hovedstad og verdens renaissanceby nummer ét. Det berømte kunstmuseum, Uffizi, har en af verdens mest fantastiske samlinger af renaissancekunst, og Firenze er i det hele taget fuld af sublime kunstoplevelser, skulpturer, kirker, og smukke pladser. Samtidig er byen centrum for mode og gastronomi og der er markeder og butikker – og naturligvis også massevis af turister. Firenze er urgammel og samtidig ultracool, hvis man har lyst til at leve la dolce vita i nogle dage.



### FÆNGSLENDE MICHELIN-RESTAURANT



Ora d'Aria (med en michelinstjerne) lå oprindeligt i byens gamle kvindefængsel og navnet betyder "timen med luft" og henviser til fangernes daglige gårdtur. I dag ligger restauranten bag Uffizimuseet, og i de smukke minimalistiske omgivelser kan man blandt andet prøve en toscansk fiskemenu. Ora d'Aria har også en kokkeskole, hvor man kan få enetimer af køkkenchefen Marco Stabile.

### COOL MARKEDS-PLADS

Mercato Centrale er byens store markedshal, indrettet i en fantastisk bygning, tegnet af arkitekten Giuseppe Mingoni, som også har lavet Milanos berømte Galleria Vittorio Emanuele II. Her er højt til loftet og alt, hvad hjertet kan begære. Underetagen er et decideret madmarked, hvor de lokale køber ind om formiddagen. Og så er der street food af enhver art: vinbarer, osteboder, pizzeria, trøffelhjørne, suppekøkken. Der er åbent fra 10 formiddag til midnat og et leben af lokale og gæster, der nyder det bedste Toscana kan byde på af mad og drikke.



DE LOKALE FLORENTINERE KØBER IND I DET NYE MERCATO CENTRALE, DER BUGNER AF TOSCANSKE LÆKKERIER

### SHOPPING

Firenze er ikke kun en klassisk renaissanceby, den er også et modemekka med store shoppegader som Via de Tornabouni med Pucci, Prada, Max Mara og Gucci, og Via Roma med blandt andre Miu Miu.

Nogle af verdens bedste outlets ligger i nærheden af Firenze. I The Mall, en times kørsel borte, kan man spare mellem 40 og 90% på mærker som Marni, Bottega Veneta, Gucci og Saint Laurent. Via Europa 8, Leccio, Regello. Pradas outlet Space er enormt og meget lækkert med tøj, sko og tasker fra Prada, Miu Miu og Jill Sander. Localita Levanella, Montevarchi.





# MUST SEE UFFIZI GALLERIET

Med mindre man er decideret kunsthader, er byens nok mest berømte seværdighed, Uffizi galleriet, Et absolut must see. Her findes blomsten af renæssancens kunst, samlet af den stærke Medici-familie gennem 300 år, med værker af Michelangelo, Caravaggio, Botticelli, Leonardo Da Vinci, Giotto med flere.



## FILMISK UDSIGT

Firenze er byen, hvor filmen *Værelse Med Udsigt* foregår, og udsigten over byen er da også bjergtagende. Har man ikke lige et værelse med udsigt, kan man, gerne ved solnedgangstid, spadserer op til Piazzale Michelangelo. Turen er op ad bakke, knap så strabadserende som den op i domkirkens kuppel, men alligevel krævende. Belønningen kommer til gengæld på toppen i form af en af verdens bedste udsigter over Firenze med sine tårne, kupler og broer, midt i det smukkeste toscanske landskab.



## 5 STJERNET BAR

Inden man begiver sig ud på en af Firenzes lækre restauranter, kan man forkæle sig selv med en drink, måske i cocktailbaren på det femstjernede Hotel Savoy på Piazza della Repubblica. Her er store drinks og dertil hørende gratis snacks og udsigt til velklædte kvinder med dyrt hår, dyre tasker og dyre sko og mænd i farvestrålende italiensk mandemode, også de med meget dyre sko.



## MUST SEE PONTE VECCHIO

Et af Firenzes vartegn. Den overdækkede bro er bygget i 1345 og var oprindeligt hjemsted for slagtere, der bekvemt kunne smide deres affald i floden. Men sidenhen blev slagterne udskiftet med guldsmede, hvis små baglokaler hænger faretruende ud over floden Arno.

**KAUFMANN ANBEFALER:**

### TRATTORIA

**QUATTRO LEONI:** Via de' Vellutini, 1r, 50125 Firenze, Italien, tlf. +39 055 218562

**BUCA LAPI:** Via del Trebbio, 1r, 50123 Firenze, Italien, tlf. +39 055 213768

**PAOLI:** Via dei Tavolini, 12r, 50122 Firenze, Italien, tlf. +39 055 216215

**BUCA MARIO:** Piazza degli Ottaviani, 16r, 50123 Firenze, Italien, tlf. +39 055 214179

“VIS MIG DIN JAKKE,  
OG JEG SKAL SIGE DIG  
HVEM DU ER”

JAKKEN DEFINERER MANDENS STIL,  
HANS HUMØR OG DET,  
HAN LIGE ER I GANG MED.

STONE ISLAND  
· Varenr. 135878 ·  
**3.400,-**

**MUST  
HAVE**





**BOSS**  
HUGO BOSS

# MONCLER



MONCLER  
· Varenr. 136297 ·  
**4.400,-**



MONCLER  
· Varenr. 136298 ·  
**4.100,-**

# MONCLER



MONCLER  
· Varenr. 136299 ·  
**4.700,-**



MONCLER  
· Varenr. 136299 ·  
**4.700,-**

# FERRARI

– DRØMMEBIL I SÆRKLASSE

**DEN ER ALDRIG KOMMET I EN FAMILIEVERSION, FERRARI ER EN FULDBLODS SPORTSVOGN, DER SIGNALERER KRAFT, FART OG STYRKE. DEN ER DE FLESTE MÆNDS DRØMMEBIL.**

Det er svært ikke at føle sin indre fartdjævel banke på, når en Ferrari passerer gennem synsfeltet. Man kan høre de mange hingste under hjelmen, og er man heldig at få lov til at træde på speederen, mærker man dem som en voldsom G-kraft.

## ENZO

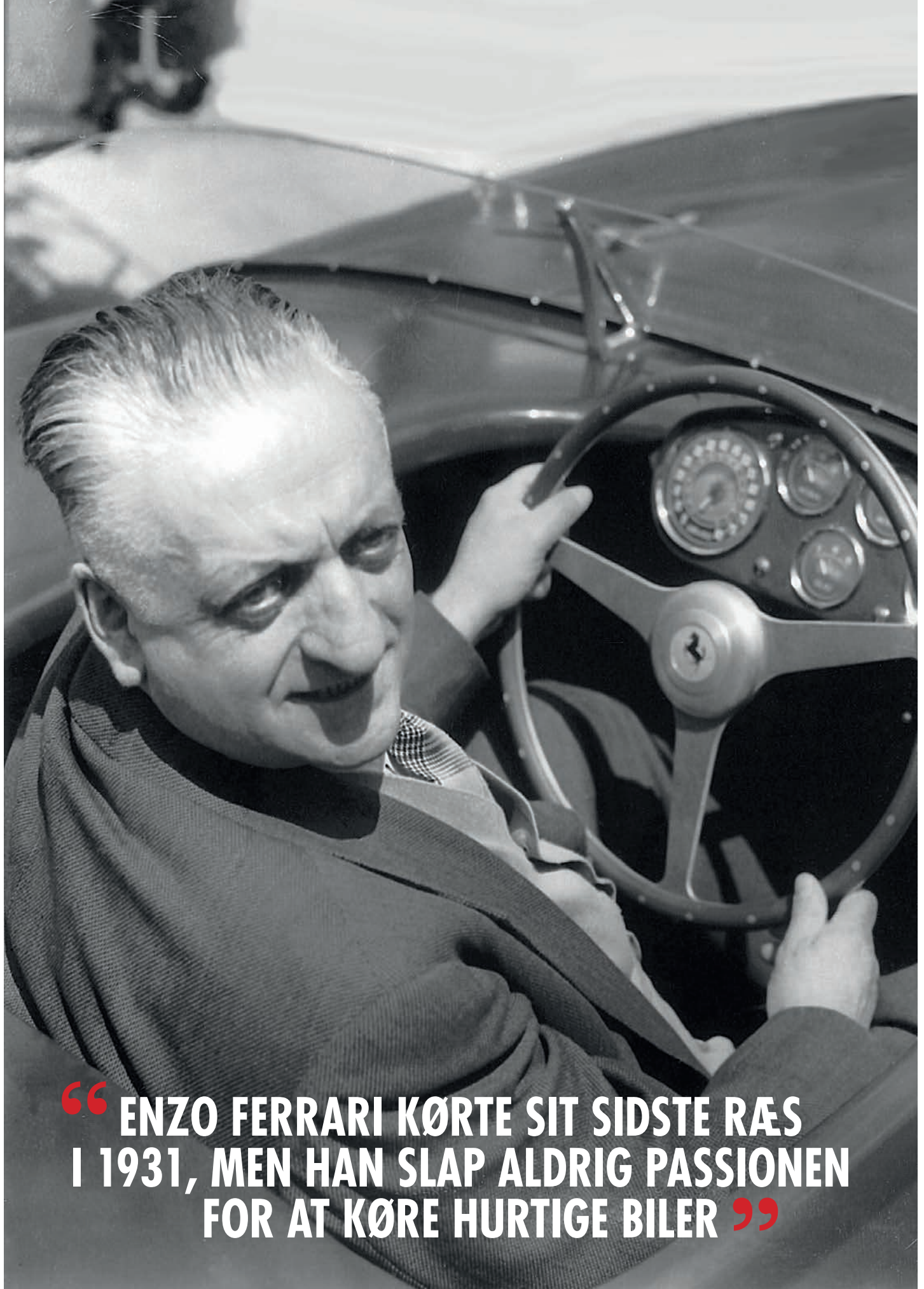
Ferraris skaber er Enzo Anselmo Ferrari, født i den norditalienske by Modena 18. februar 1898. Hans far ejede et lille ingeniørfirma, der især arbejdede for de statslige italienske jernbaner med at bygge broer og andre anlæg. I 1908 tog han Enzo og hans bror med til racerløb i Bologna, og den 10-årige Enzo var solgt. Otte år senere døde både faren og broren tragisk, og Enzo måtte forlade skolen for at arbejde. Første verdenskrig hærgede Europa, og Enzo havde en kort, men glørværdig tid som soldat.

Efter krigens afslutning får han omsider sit drømmejob. Han bliver testkører for den dengang meget ansete racerbil, Torpedo. Snart er han ikke længere kun testkører, han kører ræs, og det går godt. I 1920 kører han for Alfa Romeo, og det bliver

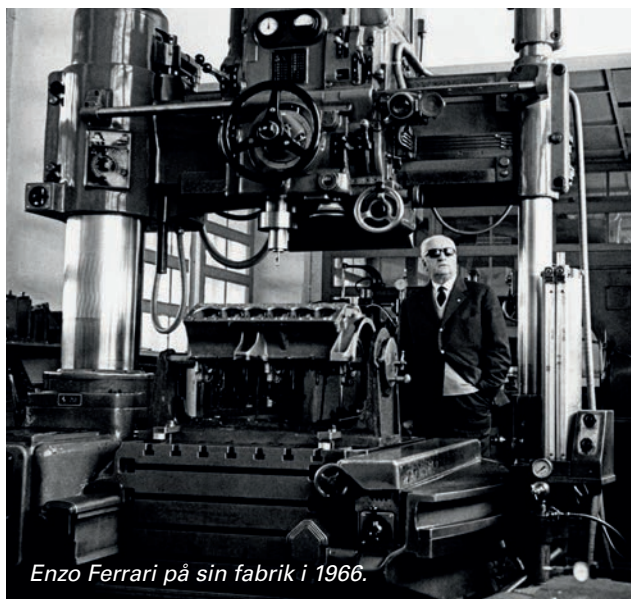
starten på en 20 år lang karriere, hvor han både er testkører, racerkører og forhandler, og ender som chef for Alfa Racing Corse, en titel, han besidder frem til 1939. Der står respekt om den dygtige italiener, og i 1924 adles han første gang. Det sker igen i 1925 med en højere rang, og i 1927 får han endnu en statslig hædersbevisning, Commendatore, for sit virke. Enzo Ferrari er også bidt af journalistik og er med til at grundlægge det legendariske sportsmagasin Corriere dello Sport, ligeledes i 1927. I 1929 skaber han Scuderia Ferrari, en slags racer-stald, hvor ejere af racerbiler får mulighed for selv at køre i ræs.

I 1939 forlader Enzo Ferrari Alfa Romeo for at søge sin egen lykke. En 4-årig konkurrenceklause falder sammen med 2. Verdenskrig, men efter krigen kan han etablere sin fabrik i byen Maranello, tæt på fødebyen Modena. I 1946 ser den aller første Ferrari dagens lys med det karakteristiske logo, en stejle hingst på gul baggrund. Idéen til logoet fik Enzo Ferrari, da han så en af verdenskrigens heltes fly med en stejle hingst malet på benzintanken. Han mødte senere heltens





**“ ENZO FERRARI KØRTE SIT SIDSTE RÆS  
I 1931, MEN HAN SLAP ALDRIG PASSIONEN  
FOR AT KØRE HURTIGE BILER ”**



Enzo Ferrari på sin fabrik i 1966.



Ferrari 250 GTO 1961.



Shirley MacLaine og Alain Delon kører Ferrari.

forældre, greveparret Baracca, og grevinden sagde til ham, at det ville bringe lykke, hvis han malede hendes søns stejle hest på sine biler. Den gule farve er fødebyen Modenas farve.

Enzo Ferrari indser dog snart, at der ikke er penge nok i præmierne, så han kaster sig ud i produktion af gadebiler til farthungrende entusiaster. Priserne for at køre med det eftertragtede hingstelogo på hjelmen er tårnhøje, men der er alligevel efterspørgsel på de hurtige biler, for der er mænd, der elsker det der vroooooom og følelsen af et øjeblik vægtløshed under accelerationen. De høje priser har været med til at gøre Ferrari til noget helt særligt – uopnåelig for langt de fleste.

Navnet på den første gademodel var Ferrari 166 Inter, motoren var en V12, og både chassis og motor var designet af Gioacchino Colombo. Den kom i 1948.

Siden har mange forskellige modeller set dagens lys, alle hurtige, alle eftertragtede, alle dyre og de fleste af dem i Ferraris klassiske røde farve.

Enzo Ferrari døde 90 år gammel i 1988. 20 år tidligere havde han solgt halvdelen af aktierne i firmaet til Fiat. Da han døde, erhvervede Fiat 40 procent af de udestående aktier i racerteamet, mens Ferraris "uægte" søn Piero Lardi Ferrari arvede de sidste 10 procent. Efter Enzos død har Fiat formået at vedligeholde myterne og legenden om Ferrari som noget særligt.

#### MODELEKSEMPLER

Der er et utal af modeller, nogle til ræs, andre til gadekørsel. Enzo Ferrari agerede ikke kun i Europa, han havde blikket rettet mod det amerikanske marked og fremstillede eksempelvis i 1957 250 GT California Spyder LWB. Der blev kun lavet 50 af slagsen, og det gør denne model til et samlingsobjekt. I 2008 betalte en britisk tv-mand 10.894.400 dollars for et eksemplar, der havde været ejet af den amerikanske skuespiller James Coburn.

Dinoen, opkaldt efter Ferraris søn, blev den første af mange modeller med motoren placeret midt i bilen. Den blev produceret mellem 1968 og 1976. Der er siden kommet flere biler i Dino-serien. Til Enzo Ferraris store sorg blev Dino kun

# “ IF YOU CAN DREAM IT, YOU CAN DO IT ”

*Et af Enzo Ferraris mottoer, men han erkendte også, at Ferrarien for langt de fleste måtte forblive en drøm, fordi det trods alt er de færreste forundt at komme til at eje en.*

24 år. Han led af en alvorlig muskelsygdom, men nåede at arbejde med udviklingen af Ferrari.

Testarossoen var som 1980erne. Overdrevet – længere og bredere end tidligere modeller og selvfølgelig Wall Street-drengenes foretrukne køretøj. F40 er den sidste model, der afsløres i Enzo Ferraris levetid. Som navnet antyder, er det Ferraris 40 års jubilæumsmodel. Også her ligger motoren i midten.

Starten på det nye årtusinde blev markeret med F 60 Enzo, opkaldt efter Ferraris Godfather og på mange måder den ultimative bil, mens Michael Schumacher kørte racerudgaven til sejr på de største racerbaner, kom denne bil med en 6 liters 12-cylindret motor med hele 660 hestekræfter, og et aerodynamisk superdesign og en tidsmåling på 0-100 på 3 sekunder. F458 Italia var en sensation. Mens den forrige model, F430, havde 480 hestekræfter, bød Italia'ens 4.5 liters 8-cylindrede motor på hele 562 fuldblodskræfter. Nu var det også slut med det traditionelle manuelle gear, i stedet havde bilen en 7-trins gearkasse og dobbeltkobling. I 2014, 60 år efter Ferrari ramte USA for første gang, kom Ferrari F60 America, en elegant 2-døres vogn, med et monster af en motor, på hele 730 HK. Hingsten springer afsted med en V12 motor, igen med en 7-trins gearkasse og dobbeltkobling. F60 America løber fra 0-100 på 3.1 sekunder. Bilen er produceret i 10 eksemplarer og meget efterspurgt.

Den nye Berlinetta, F12, er et studie i enkelt og skulpturelt design. Nede under den udstrakte motorhjelmsbrøler er en 6.3 liters 12-cylindret motor med 730 hestekræfter, der snildt klarer 0-100 på knap 3 sekunder, 2 sekunder hurtigere end Enzo'en.

## FERRARIS FARVER

Op mod 90 procent af Ferraris nyere biler sælges i Ferraris røde farve (rosso corsa = Italiens officielle racer farve). Gul er imidlertid også en vigtig farve for Ferrari, jævnfør den sorte, stejlede hingst på en gul baggrund. Gul symboliserer byen Modena hvor Ferrari er født og hvor han startede sit motorsport team.

## FERRARI I DANMARK

I mange mange år var det en sjældenhed at spotte en Ferrari på de danske veje. Men nullernes opsving betød en ændring. På blot 5 år fordobledes antallet af danskere, der udlevede drøm-

men og erhvervede drengedrømmen. Mens der i 2001 blev solgt 15 Ferrarier i Danmark, havde tallet i 2007 sneget sig helt op i 30. Langt de fleste var røde, en overvejende del af dem var F430-modellen, nok det tætteste, man kommer på en discount udgave af den ultimative sportsvogn. På det tidspunkt kostede den omkring 4 millioner kr, mens den dyre 620 Scaglietti stod i 6 millioner.

## KENDTE FERRARI-EJERE

Det er de færreste, der har råd til en Ferrari. Elvis Presley og John Lennon kørte Ferrari. Eric Clapton har en, Pharrell Williams, Paris Hilton, Kim Kardashian, Lindsay Lohan, Justin Bieber, David Beckham, Cristiano Ronaldo, Hugh Grant, Arnold Schwarzenegger, Nicolas Cage, Eddie Murphy, og Tommy Hilfiger kører Ferrari. Herhjemme havde den nyligt afdøde liebhavermægler Jan Fog, en rød Ferrari og brugte gerne mange penge på et kørekursus på Ferraris baner i Italien. Danske Jan Magnussen har kørt Ferrari, Thorkild Thyrring har gjort det – og masser af danskere drømmer om at gøre det.

## LEG MED FERRARI

Et sted i verden hvor der nok kører en hel del flere Ferrarier rundt end i Danmark, er i den rige oliestat Abu Dhabi. Her findes også verdens største indendørs temapark, og navnet er Ferrari World.

Tagkonstruktionen er udført som sideprofilen på en Ferrari, og hovedattraktionen er verdens hurtigste rutsjebane, den 2.7 kilometer lange Formula Rossa med en topfart på 240 km/t. Andre forlystelser bærer navne som G-Force, Fiorana GT Challenge og G-Force. Børnene kan prøve Junior Grand Prix eller 4D-oplevelsen Speed of Magic. De allermindste kan tage en tur i Ferrari-karusellen. Det danske firma Rambøll har været med til at bygge den forlystelsespark. De har stået for den spektakulære tagkonstruktion, hvor det kendte logo naturligvis også er repræsenteret.

## FERRARI SOM POLITIBIL

I nabostaten Dubai er det ikke kun de rige forretningsfolk, der kører Ferrari. Menige politibetjente kører til daglig rundt i de dyreste udgaver af Ferrari, som patruljevogne.



SS16. BE A NEW GENTLEMAN.

ETON

# CLASSIC SHIRTS

SKJORTER ER GRUNDELEMENTET  
I ET KLASSISK BUSINESSLOOK.  
**HER KAN DU SE EKSEMPLER PÅ  
SKJORTER AF HØJ KVALITET**  
*I SMUKKE KLASSISKE OG MODERNE  
SNIT OG FARVER.*

Se flere skjorter online på [www.kaufmann.dk](http://www.kaufmann.dk)

Lige siden antikken, har skjorten været en del af mandens klædedragt, i starten dog kun som under- eller nattøj og uden hverken flip eller manchetter, blot med en linning, der kunne strammes. Men snart kom skjorten uden på tøjet, og i dag er den blevet en grundform, der kan varieres på utallige måder. Farver, flipper, dobbelte eller enkelte manchetter, button down eller french cut, hawaii eller smoking. Eller bare helt, helt classic.



STENSTRÖMS · Varenr. 135429 · **1.300,-**



STENSTRÖMS  
· Varenr. 135434 · **1.200,-**



SAND  
· Varenr. 136858 · **900,-**



SAND  
· Varenr. 136849 · **1.100,-**



HUGO BOSS  
· Varenr. 135597 · **1.100,-**



ETON  
· Varenr. 135833 · **1.400,-**



SAND  
· Varenr. 136861 · **900,-**



BRUUN & STENGADE  
· Varenr. 136683 · **500,-**

# CLASSIC SHIRTS

SKJORTER ER GRUNDELEMENTET I ET KLASSISK BUSINESSLOOK.  
**HER KAN DU SE EKSEMPLER PÅ SKJORTER AF HØJ KVALITET I SMUKKE  
KLASSISKE OG MODERNE SNIT OG FARVER.**

Se flere skjorter online på [www.kaufmann.dk](http://www.kaufmann.dk)



ALLAN CLARK  
· Varenr. 134288 · **499,-**



ETON  
· Varenr. 135824 · **1.100,-**



HUGO BOSS  
· Varenr. 133554 · **1.000,-**

SAMMEN MED BUKSERNE OG JAKKEN UDGØR SKJORTEN DE VIGTIGSTE GRUNDELEMENTER I EN MASKULIN PÅKLÆDNING



*Stenströms*

# LEISURE SHIRTS

HVIS MAN ELSKER SKJORTER, VIL MAN HAVE DEM PÅ,  
UANSET OM MAN ER FORMEL ELLER AFSLAPPET. SKJORTEN ER MANDENS  
BEDSTE MULIGHED FOR AT LEGE MED TØJET.

Se flere skjorter online på [www.kaufmann.dk](http://www.kaufmann.dk)



RALPH LAUREN  
· Varenr. 136119, 136122 ·  
**900,-**



RALPH LAUREN  
· Varenr. 136122, 136123, 136122 ·  
**900,-**






RALPH LAUREN  
 · Varenr. 0755741, 0755741, 0755741 · **900,-**  
 · Varenr. 133498 · **1.000,-**



RALPH LAUREN  
 · Varenr. 136130 · **900,-**  
 · Varenr. 1316124, 136127, 136124, 136127 · **800,-**


A close-up photograph of a man with short, graying hair, wearing dark aviator sunglasses and a white short-sleeved button-down shirt. He is looking off to the right with a slight smile. His hands are clasped together and resting on a metal railing, likely part of a speedboat. The background is dark and out of focus.

*En klassisk Clooney  
situation – med solbriller  
og åbenstående skjorte  
ombord på en speedbåd.*

# GEORGE CLOONEY

– EN MAND AF TIDEN

KVINDERNE DRØMMER OM AT FÅ HAM, MÆDENE DRØMMER OM AT SE UD SOM HAM, HAN FYLDER SNART 55, **OG MAGASINET PEOPLE HAR ALLIGEVEL IGEN KÅRET HAM SOM VERDENS MEST SEXEDE MAND.** MEN HVEM ER MANDEN BAG DET PERFEKTE, SMUKT GRÅSPRÆNGTE OG SUPERELEGANTE YDRE?



*Vi har sat George Clooney på forsiden, og ja, lad det bare være sagt, det er ikke fordi han har nogen forbindelse til Kaufmann, årsagen er, at vi anser ham for at være et af tidens stærkeste ikoner for maskulin stil.*

*Når George Clooney ikke bærer slips eller butterfly, knapper han aldrig de øverste skjorteknapper*

GEORGE CLOONEY REGNES FOR EN AF FILMVERDENENS  
FLOTTESTE FYRE, **DER ER NOGET TIDLØST OVER HANS FREMTONING,  
OG MODSAT LIDT YNGRE KOLLEGER SOM JOHNNY DEPP OG LEONARDO  
DICAPRIO, ER DER IKKE NOGET BABYFACE OVER HAM.**

Hagen er skarpskåret, og typemæssigt ligger han i samme liga som historiske stjerner som Humphrey Bogart, Cary Grant og Clark Gable. Og senere Sean Connery og Charles Bronson. De udstråler alle en klassisk maskulinitet, der kun bliver stærkere af, at årene går. De farver ikke håret, og de får ikke foretaget plastikkirurgiske indgreb. De har linjer i ansigtet, og de er nødt til at barbære sig hver dag. George Clooney ældes med ynde og bliver kun mere interessant som årene går.

Hvis man skulle tro fotografierne af ham, så tilbringer George Clooney langt det meste af sin tid på den røde løber. Det er i hvert fald meget svært at finde et foto af ham, hvor han ikke befinder sig på løberen, i langt de fleste tilfælde iført smoking og butterfly. Han er simpelthen mister Tux. Smokingen, helst fra Armani og gerne med satinstriber ned langs sømmen i buksebene, er hans signaturuniform, og den røde løber er hans mest naturlige underlag. I det mindste på fotos. I virkeligheden er han et menneske med mange facetter. Prisvindende kunstner både foran og bagved kameraet, politisk engageret, en mand med stor appetit på kvinder og trofasthed over for sine venner. Og også en mand, der vælger sin hund blandt forladte af slagsen på dyreinternater.

#### BEGYNDELSEN

George Timothy Clooney blev født i Kentucky den 6. maj 1961, og han er ikke den første celebrity i familien. Ifølge en artikel i Rolling Stone voksede han og hans søster op i skyggen af deres far, der var en kendt lokal skikkelse, tv-stjerne og nyhedsvært. Også Georges Clooneys tante Rosemary, som var en vigtig person i familien, var en celebrity, kendt og feteret sangerinde fra 1940erne til 1970erne. George Clooney selv debuterede på TV allerede som 5-årig i en af faderens udsendelser. Familien var tæt sammenholdt. Man samledes om middagsbordet hver aften og diskuterede politik, og George lærte hurtigt at se de store nyhedsværter som Edward R. Murray og Walter Cronkite som helte. I 2005 skrev og instruerede George Clooney filmen *Good Night and Good Luck*, med udgangspunkt i Murrays kamp mod den ultrakonservative senator MacCarthy. Filmen var George Clooneys hyldning til sin far, og han blev nomineret til flere priser for den sort-hvide film. Men i drengeneårene var det svært at være søn af den kendte Nick Clooney. Det var umuligt for George at gemme sig, for i hjembyen var der fuld opmærksom-

hed på, hvad Nick Clooneys søn foretog sig, hvad enten det var gode sportsresultater eller drengestreger. Da George Clooney nåede teenageårene, blev han oven i købet ramt af en sjælden lidelse, en lammelse, der ramte den ene side af ansigtet. Det var en meget svær tid for den unge Clooney, der nu vakte endnu mere opmærksomhed end ellers.

I dag grimasserer Clooney en del, man ser ham ofte skære ansigt på de mange ture på verdens røde løbere, og måske er det en reaktion på, at han i en periode af sit liv ikke kunne lave grimasser overhovedet.

Selvom han interesserede sig mere for sport end for bøger, klarede George Clooney sig fint i skolen og begyndte at studere journalistik på et lokalt college. Han sprang dog hurtigt fra studierne af frygt for, at han altid ville blive sammenlignet med sin dygtige og kendte far.

Efter nogle år med ret tilfældige jobs, blandt andet som tobaksplukker, blev han af en fætter spurgt om han ville være med i en filmproduktion. Han forlod gladelig det hårde og kedelige job i tobaksplantagen og tilbragte en fantastisk sommer som statist og praktisk medhjælper. Filmen udkom aldrig, men George Clooney havde fundet sit kald. Turen gik til Hollywood, og langsomt kom rollerne.

#### DET BEGYNDTE MED EN LÆGESERIE...

George Clooney slog for alvor igennem i 1994, i rollen som den charmerende læge Dr. Doug Ross i TV-serien *ER* eller *Skadestuen*, som den hedder på dansk. Og det var ikke kun seerne, der kunne lide den flotte fyr, der reddede så mange liv og smeltede så mange kvindehjerter i sin grønne kittel. Hurtigt blev det til større og større filmroller. Sammen med Quentin Tarantino sloges han i 1996 med onde vampyrer i *From Dusk to Dawn*, i *One Fine Day* spillede han en fraskilt far, der faldt for Michelle Pfeiffer, og i 1997 var han en meget goodlooking Batman i *Batman & Robin*, som blev en kæmpe blockbuster. I 1998 spillede han overfor Jennifer Lopez i Stephen Soderberghs *Out of Sight*, og han var også med i krigsfilmene *The Thin Red Line*. I 1999 lagde han kitlen og sagde endeligt farvel til *Skadestuen* og fik succes og en Golden Globe for *Oh Brother, Where Are Thou* i 2000. I 2001 spillede George Clooney hovedrollen Danny Ocean i Stephen Soderberghs *Ocean's Eleven*, en rolle som Frank Sinatra havde haft i en indspilning fra 1960. Andre medvirkende i filmen



*George Clooneys store gennembrud var i TV-serien ER eller Skadestuen, hvor han spillede den lækre Dr. Ross.*



*George Clooney som Batman i filmen Batman & Robin. Bemærk det stærke hageparti.*

var Brad Pitt og Julia Roberts, og filmene hittede og affødte både en Ocean's Twelve og en Ocean's Thirteen. Clooney stod nu på Hollywoods absolutte A-liste.

I 2009 havde han en hovedrolle i *Up in the Air*, og i 2011 var han både skuespiller, manusforfatter og instruktør på filmen *The Ides of March*. Begge film er politiske og afspejler Clooneys store samfundsmæssige engagement. *Up in the Air* er en finanskrise-film. 2008 kollapsede den amerikanske økonomi, og i *Up in the Air* spiller Clooney Ryan Bingham, en mand, hvis arbejde er at fyre folk i en nedgangstid. Filmen viser den håbløshed, der prægede USA i kriseårene. *The Ides of March* er en politisk film. Clooney er medforfatter, og filmen skildrer kampen om præsidentposten i USA så kynisk, at mange kalder den en filmisk udgave af *House of Cards*.

Samme år, i 2011, modtog han en Golden Globe for sin rolle i Alexander Paynes stærke familiedrama *The Descendants*, og to år senere scorede han en Oscar som producer af den politiske thriller *Argo* med Ben Affleck. Ligeledes i 2013 kom *Gravity* og i 2014 *The Monuments Men*, hvor han både spiller og instruerer. Anmeldere over hele verden elsker George Clooney. "Mere end cool, mere end voksen, mere end ærlig" er nogle af de prædikater, han har fået.

Det er dog ikke uden risiko at befinde sig i kameraets søgelys. I forbindelse med optagelserne til filmen *Syriana* i 2005 skulle han tage 15 kg på i løbet af en måned. Han spiste en ret voldsom pastadiæt og opnåede, ikke uden sværdslag, det ønskede resultat. En af Clooneys største kriser opstod også i forbindelse med *Syriana*, hvor han kom alvorligt til skade. Han slog hovedet så kraftigt, at han fik åbent kraniebrud og lå en periode på 3 uger i en hospitalsseng med forfærdelige hovedsmerter. Han har fortalt til bladet *Rolling Stone*, at smerterne var så uudholdelige, at han på et tidspunkt ikke længere kunne forestille sig at skulle

leve med dem, men rent faktisk overvejede selvmord. En vellykket operation gjorde dog en ende på smertehelvedet, og i dag er han helt uden men. Han modtog en Oscar for sin rolle i filmen.

George Clooney befinder sig godt både foran og bag kameraet. Han har det endog meget fint i rollen som instruktør, som han finder endnu mere kreativ end skuespillerrollen. Han kan lide at bestemme, og bag kameraet kan man tilmed, som han udtrykker det, tillade sig at være gammel og fed, så han ser absolut en fremtid der. Han frygter ikke alderen og har udtalt, at der er to muligheder. Man kan blive ældre. Eller man kan dø. Han har valgt at blive ældre og samtidig besluttet ikke at bekæmpe alderstegnene med hårfarve og skønhedsoperationer. Og det behøver han jo så heller ikke.

### **CLOONEY OG KVINDERNE**

George Clooney er i årevis blevet kåret som Hollywoods mest eftertragtede ungarl, og millioner af kvinder har drømt om at møde ham. Indtil for nylig var det kun lykkedes en enkelt kvinde at få ham til alters, nemlig skuespillerinden Talia Balsam. Brylluppet foregik i Las Vegas, men ægteskabet blev kortvarigt, og skilsmissen blev et lille traume for George Clooney, der blev så chokeret over, at ægteskabet ikke fungerede, at han gik i terapi efter bruddet. Han erkender, at han ikke havde investeret nok i forholdet, at han faktisk ikke var klar over, hvor meget, man skal investere i et ægteskab for at få det til at holde. Herefter fulgte utallige affærer med varierende varighed, alle med smukke og attraktive kvinder. Tilbage i de tidlige 80'erne, før han blev berømt, og før ægteskabet med Talia, datede han Michelle Pfeifers søster DeeDee. I 1988 flyttede han sammen med skuespillerinden Kelly Preston, der senere giftede sig med John Travolta. Så kom Talia – og gik igen, og herefter gled en strøm af kvinder gennem hans favn: cocktailservitricer, fotomodeller, en enkelt



*George Clooney sammen med sin hustru Amal Alamuddin, advokat og borgerrettighedsforkæmper.*

kvindelig bryder, og et antal skuespillerinder, heriblandt, siger rygterne i hvert fald, Renée Zellweger. Gennem alle disse forhold lagde George Clooney ikke skjul på, at han ikke opfattede sig selv som den ægteskabelige type, og i årevis fik hans venner nærmest mere opmærksomhed end kæresterne.

Men i 2014 var det slut med de mange affærer. Den 27. september slukkede George Clooney håbet hos millioner af kvinder ved at gifte sig med den smukke og superbegavede stjerneadvokat og menneskerettighedsforkæmper, libanesiske fødte Amal Alamuddin, som han havde friet til allerede i april. Frieriet foregik hjemme, hvor han havde linet en playlist op med nogle af sin berømte tante Rosemarys sange. Amal var helt uforberedt, da han pludselig gik ned på knæ og friede, og hun var så længe om at komme sig over chokket og få sagt ja, at Clooney, ifølge ham selv, måtte sige, at han jo var fyldt 52, og at han nu havde ligget på sine knæ i næsten en halv time, og hvis hun ikke svarede, var der fare for, at han aldrig kom på benene igen. Amal svarede selvfølgelig ja, og brylluppet foregik i dyb hemmelighed i Venedig.

### SÅDAN BOR GEORGE CLOONEY

George Clooney er fuldblodsamerikaner, men han har en svaghed for Europa og ikke mindst Italien, I mange år har han været den heldige ejer af en smuk 1700-talsvilla i Laglio, en smuk lille landsby ved Comosøen. Villaen ligger helt ned til vandet og har sin egen private bådebro, så Clooney nemt kan komme ud og sejle på den fashionable sø i sin eksklusive klassiske Riva Yacht.

I England har han og Amal for nylig købt deres egen ø i Themsen med et stort georgiansk skrummel af et 1700-tals herskabshus, som de renoverer til vild luksus. Fire doriske søjler flankerer indgangen, og gulvene er lavet af marmor og mahogniparket. Der er 10 soveværelser, et nyt lækkert køkken, en stor fitnessafdeling og en smukt anlagt park, hvor man kan slappe af i skyggen af blomstrende magnoliatræer.

I Los Angeles har Clooney ejet det samme hus siden 1990'erne, hvor han for alvor begyndte at tjene penge som Dr. Ross i Ska-destuen. Huset ligger der, hvor nogle af Hollywoods ældre studier engang lå, nemlig i Studio City. På de få billeder, der er tilflydt offentligheden, ser det hyggeligt ud, og til den amerikanske tv-station CBS fortæller Clooney, at huset er et fristed, hvor han spiller basket med vennerne, hygger med hunden, og slapper af i baren.

### DEN POLITISKE GEORGE CLOONEY

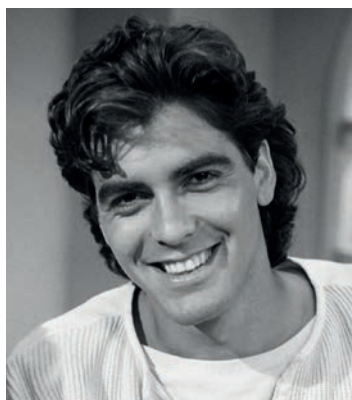
George Clooney voksede op i et hjem, hvor der blev diskuteret politik ved middagsbordet, og han har aldrig sluppet interessen. Han befinder sig på USAs demokratiske fløj og har støttet præsident Barack Obamas kampagner. Han var stærk modstander af USAs krig mod Irak, og han er kendt for sit store humanitære engagement.

Han stærkeste sag har nok været Sudan. I 2006 rejste han sammen med sin far rundt i den krigshægede Darfurprovins for at dokumentere folkedrabet der i håbet om, at verden ville interessere sig for konflikten og hjælpe de nødstedte. Og med en vis portion held. Oprah Winfrey tog emnet op, og flere stjerner, bl.a. Matt Damon og Brad Pitt, gik ind i arbejdet for at hjælpe Darfur. Clooney modtog en pris for sit arbejde og blev i 2008 udnævnt til FN Ambassadør. Derudover har han kæmpet for hjælp til Haitis befolkning efter det store jordskælv 2010, for befolkningen i Chad, for homoægteskaber og flere andre ærværdige formål.

### CLOONEY OG REKLAMERNE

George Clooney har medvirket i forskellige reklamefilm, blandt andet for Fiat og Martini og nok mest kendt, for Nespresso.

Nespresso-Clooney-brandet er så stærkt, at Nespresso lige nu kører en plagiat-sag mod en israelsk kampagne, hvor en Clooney look-a-like reklamerer for et konkurrerende produkt, Espresso-Club.



*En ung George Clooney – mens håret stadig var gnistrende sort.*



*Som teenager blev George Clooney ramt af ansigtslammelse og kunne ikke grimassere. Det gør han til gengæld ofte i dag.*



*George Clooney og USAs præsident Obama har arbejdet sammen om at gøre verden opmærksom på folke- drabet i Darfur i Sydsudan.*



*George Clooneys i sin seneste film, komedien Hail Caesar fra 2016. Det er de berømte Coen-brødre, der står bag historien, der udspiller sig på et filmset i 1950'ernes kommunistforskrækkede Hollywood. Clooney spiller stjernen i en storfilm om romerriget.*



**CIRCOLO**

1901



**EN KLASSISK BLAZER ER BLÅ. MEN  
OPRINDELIGT VAR DEN FAKTISK RØD.**

Begrebet blazer rækker tilbage til roklubben ved St. Johns College i Cambridge, hvor roerne i 1825 blev udstyret med røde jakker, der fik navnet blazers (flammer), fordi roerne var så hurtige, at de lignede flammer, når de blæste forbi tilskuerne. Snart kom blazeren dog også i maritimt blåt med messingknapper og i lige så maritimt stribet.



SAND JAKKE  
· Varenr. 136836 · **3.000,-**  
BOSS ORANGE JEANS  
· Varenr. 135680 · **900,-**  
ETON SKJORTE  
· Varenr. 135831 · **1.200,-**  
PORTEA SLØJFE  
· Varenr. 109027 · **300,-**

# BLAZERE

**I DAG ER BLAZEREN DEN UFORMELLE OG MEGET ALSIDIGE PENDANT TIL HABITJAKKEN OG  
FÅS I UTALLIGE FARVER OG MØNSTRE.**



- A.** HUGO JAKKE · Varenr. 135950 · **2.800,-** SAND SKJORTE · Varenr. 134239 · **900,-** SAND TØRKLÆDE · Varenr. 134251 · **800,-**  
**B.** ALLAN CLARK JAKKE · Varenr. 133966 · **1.999,-** SAND SKJORTE · Varenr. 135852 · **800,-** SLØJFE · Varenr. 109027 · **300,-**  
**C.** HUGO BOSS JAKKE · Varenr. 135565 · **2.800,-** STENSTRÖMS SKJORTE · Varenr. 135429 · **1.300,-**  
 SAND TØRKLÆDE · Varenr. 136889 · **1.000,-**  
**D.** SAND JAKKE · Varenr. 136837 · **3.000,-** SAND SKJORTE · Varenr. 136849 · **1.100,-** SAND SLIPS · Varenr. 136888 · **700,-**



**HUGO**  
HUGO BOSS

# SERIØST SUIT

DEN TERNEDE SKJORTE OG MAPPEN  
ER MED TIL AT SKABE SERIØSITET



HUGO BOSS HABIT  
· Varenr. 135588 · **4.800,-**  
SAND SKJORTE  
· Varenr. 134238 · **1.200,-**  
HUGO BOSS SLIPS  
· Varenr. 135604 · **600,-**

# JAKKESÆT

SKARP, MAGTFULDT,  
MØRKEBLÅT



TIGER HABIT  
· Varenr. 136427 · **5.000,-**  
ETON SKJORTE  
· Varenr. 135829 · **1.200,-**  
SAND SLIPS  
· Varenr. 136882 · **700,-**

# DRESS

DISKRETE, MEN VARME  
BLÅ NUANCER



TIGER HABIT  
· Varenr. 136428 ·  
**4.500,-**  
SAND SKJORTE  
· Varenr. 136850 ·  
**1.000,-**  
ETON SLIPS  
· Varenr. 135846 ·  
**600,-**

# COOL SUIT

ELEGANT BAGGRUND FOR EN HVID  
SKJORTE OG ET MARKANT SLIPS



HUGO HABIT  
· Varenr. 135938 ·  
**4.500,-**  
SAND SKJORTE  
· Varenr. 136858 ·  
**900,-**  
SAND SLIPS  
· Varenr. 136884 ·  
**700,-**

# KLASSISK SUIT

MED PYNTE-  
LOMMETØRKLÆDE



SAND HABIT  
· Varenr. 136831 ·  
**4.300,-**

ETON SKJORTE  
· Varenr. 135830 ·  
**1.300,-**

HUGO BOSS SLIPS  
· Varenr. 135616 ·  
**700,-**

# SUIT MED KARAKTER

DISKRET SUIT,  
FRÆKT SLIPS



HUGO BOSS HABIT  
· Varenr. 135589 ·  
**4.500,-**

HUGO BOSS SKJORTE  
· Varenr. 135597 ·  
**1000,-**

ETON SLIPS  
· Varenr. 137214 ·  
**600,-**

# IKKE BLÅT

FRÆK FARVELEG



CITTA DI MILANO  
HABIT  
· Varenr. 134544 ·  
**3.200,-**  
ALLAN CLARK  
SKJORTE  
· Varenr. 134292 ·  
**499,-**  
CITTA DI MILANO  
SLIPS  
**299,-**

# BLÅT

BLÅ KOMBINATION  
MED GRÅ



HUGO HABIT  
· Varenr. 135938 ·  
**4.500,-**  
SAND SKJORTE  
· Varenr. 136858 ·  
**900,-**  
SAND SLIPS  
· Varenr. 136884 ·  
**700,-**



# POWERSUIT

KLASSISK MODERNE



HUGO JAKKE  
· Varenr. 133638 ·

**3.200,-**

HUGO BUKSER  
· Varenr. 133637 ·

**1.200,-**

HUGO SKJORTE  
· Varenr. 135960 ·

**850,-**

# SUIT MED POWER

MASSER AF ATTITUDE



HUGO HABIT  
· Varenr. 135940 ·

**5.000,-**

STENSTRÖMS  
SKJORTE

· Varenr. 135433 ·

**1.200,-**

ETON SLIPS

· Varenr. 136565 ·

**600,-**

# FESTLIGT

MED VEST OG PYNTE-  
LOMMETØRKLÆDE



HUGO BOSS JAKKE  
· Varenr. 126035 · **3.300,-**  
HUGO BOSS VEST  
· Varenr. 121841 · **1.500,-**  
HUGO BOSS BUKSER  
· Varenr. 126039 · **1.400,-**  
STENSTRÖMS  
SKJORTE  
· Varenr. 135103 · **1.200,-**  
STENSTRÖMS SLIPS  
· Varenr. 132190 · **500,-**

# WORKSUIT

SKARP PÅ JOBBET



HUGO HABIT  
· Varenr. 135939 · **4.500,-**  
SAND SKJORTE  
· Varenr. 136861 · **900,-**  
HUGO BOSS SLIPS  
· Varenr. 131156 · **600,-**

# PBO

PHILOSOPHY BLUES ORIGINAL



BOSS ORANGE PRÆSENTERER EN KOLLEKTION,  
DER ER INSPIRERET AF  
“THE SOUL OF BUCKTOWN”

BOSS ORANGE TAGER PULSEN PÅ STORBYLIVET OG INKORPORERER  
DET I DESIGNET OG SOFISTIKERET FINISH PÅ DENIM STYLES. **UDTRYKKET ER  
COOL MED MODERIGTIGE PRINTS OG MOTIVER, OG FARVEPALETTEN  
SPÆNDER FRA BLÅ OVER GRÅGRØN TIL ORANGE.**



BOSS Orange er HUGO BOSS' leisure- og denimbrand. Brandet signalerer casual, urban livsstil med et twist af rock and roll og kollektionerne er designet med et aktiv liv i byen for øje.

Looket er både enkelt og rå og designerne leger ofte med spændende overfladebehandling af materialer og små lækre detaljer for at give stylesne det helt rigtige urbane udtryk.

**Spring/Summer 2016 kollektionen fra BOSS Orange har fundet inspiration i Brooklyn, New York. Bydelen i The Big Apple er gennem tiden blevet påvirket af dens indbyggere med rødder fra steder som Japan over Hawaii til Sydamerika.**



**Diversiteten i Brooklyn som den drivende inspirationskilde i den nye kollektion kommer bl.a. til udtryk i farver og motiver.**

En anden stor inspirationkilde til kollektionen har været skylinen over New York. Denne referencen ses gennem anvendelse af fugleprint på t-shirts og skjorter. Udtrykket er rå og appellerer til et modebevist publikum, der ikke tager sig selv for højtideligt.



**Det Japanske islæt kommer til udtryk gennem anvendelse af indigo-blå og print med japanske referencer, herunder bølgemotiver.**

BOSS Orange bruger denim i spændende farver der blandt andet opnås gennem nye innovative teknikker og miljøvenlige vaske.

Styles som bomber-jakken er denne sæson repræsenteret i kollektionen i en ny forenklet fortolkning der reflekterer den japanske tilgang til workwear.



**Inspirationen fra Hawaii ses i valget af farver og blomstermotiver. Humoristisk brug af surfer motiver, palmer og ananas kombineres med lyse, friske farver – domineret af lys blå, aurora rød, sand og pink**

Den sydamerikanske påvirkning tydeliggøres gennem brug af bl.a. broderi til at skabe effektfulde detaljer side om side, grafiske mønstre og livlige farver.

BOSS Orange er en fuldendt kollektion med styles, der passer til enhver moderne mands klædeskab.

OPLEV DEN NYE KOLLEKTION

“MAN ER ALDRIG  
I TVIVL OM, HVORVIDT  
EN MAND HAR  
STIL ELLER EJ”

JAKKEN – DEN MÅDE,  
HAN BÆRER DEN PÅ. DET,  
HAN HAR PÅ UNDER JAKKEN.  
SOLBRILLERNE. ATTITUDEN.  
TILSAMMEN TEGNER DE  
MANDEN INDEN I.

STONE ISLAND  
VINDJAKKE  
· Varenr. 135885 ·  
**4.500,-**

**MUST  
HAVE**

# MARILYN MONROE

MARILYN MONROE HAR VÆRET DØD I  
OVER ET HALVT ÅRHUNDREDE, **MEN HUN LEVER**  
**VIDERE I VORES BEVIDSTHED, HVOR HUN HAR PRINTET**  
*SIG FAST MED SUPERGLUE.*

**HVORDAN KAN DET LADE SIG GØRE? HVAD VAR DET, MARILYN MONROE HAVDE, DER VAR SÅ STÆRKT, AT MÆND OG KVINDER VERDEN OVER STADIG BETAGES DEN DAG I DAG? ENDDA I EN TID, HVOR DER IKKE LIGEFREM ER MANGEL PÅ SMUKKE, FORFØRENDE KVINDER, DER BÅDE KAN SYNGE, DANSE, SPILLE SKUESPIL OG SAMTIDIG GØRE OPMÆRKSOM PÅ, AT DE KAN ALT DETTE, SÅ HELE VERDEN FÅR DET AT SE.**

## **NORMA JEAN BAKER**

De fleste kender historien om Norma Jean Baker, det omsorgssvigtede barn, der, uden at kende sin far, voksede op hos sin ustabile mor, blev sendt på børnehjem og i pleje hos mere eller mindre tvivlsomme plejefamilier, indtil hun som 16årig giftede sig med nabodrengen Jim. Mens han var i militæret, arbejdede Norma Jean på en faldskærmsfabrik, og her blev hun opdaget af en fotograf, der havde fået til opgave at fotografere kvinder, som bidrog til krigsindsatsen. Norma Jean fungerede så godt foran et kamera, at hun blev anbefalet til flere fotografer. Modelkarrieren kastede hurtigt nogle mindre filmroller af sig, og efter et par småjobs blev rollerne større og større. Norma Jean, som i mellemtiden havde affarvet de nøddebrune lokker og ændret navnet til Marilyn Monroe, var blevet en filmstjerne. Men filmstjerner var der dengang, som nu, også mange af. Og også de havde blonderede krøller, røde læber, timeglasfigur og osede alle af sex. Alligevel var det Marilyn, man talte om.

## **SPÆNDINGSFELT**

For i Marilyn blev det ultrakvindelige ydre forenet med en stor bunke ukontrolleret skrøbelighed. Den luftige lillepigestemme stod i kontrast til den svulmende barm og den vuggende gang. På det hvide lærred både underholdt og forførte hun med en charmerende og komisk klodsethed, og som det ofte er tilfældet, bliver skuespillere forvekslet med de roller, de spiller, og når man så som Marilyn lider under at blive typecastet som naiv blondine, er det svært at blive opfattet som meget andet. Rygter om at hun

var svær at arbejde sammen med, at hun altid kom for sent og måtte tage scenerne om et utal af gange, forstærkede billedet af en skrøbelig filmdiva med en svær psyke.

Dengang talte man ikke så meget om 'artistens smerte', som man gør i dag, hvor det måske især er noget, man forbinder med rockmusikere. Men når man kender til Marilyns indre kamp, og hendes kamp for at blive taget alvorligt som skuespillerinde, for ikke at tale om utallige op- og nedture med hankønnet i form af elskere, heriblandt præsident John F. Kennedy og hans bror Bobby, forliste ægteskaber med berømte mænd, forfatteren Arthur Miller og baseball-spilleren Joe DiMaggio, om angst og misbrug, bliver det tydeligt for enhver, at hun brugte sin smerte, når hun arbejdede med en rolle.

Det sidste ægteskab, med Arthur Miller, berømt skuespilforfatter og radikal, intellektuel New Yorkertype, har fra Marilyns side nok også handlet om drømmen om at blive anset som andet end sexet og skandaløs starlet. Men rygter og slibrige historier om bl.a hendes affærer med Kennedy-brødrene, som måske, måske ikke havde en finger med i spillet, da hun endte sine dage, gjorde det kun sværere for hende at få opfyldt det ønske. Bevæger man sig imidlertid ind i biografens mørke eller bare ned i sofaen og sætter Marilyns film på, oplever man en umiddelbar og hårdtarbejdende skuespiller, der, bevares, er aldeles fortryllende og charmerende, men også bærer mørket og mystikken i sig.

## **SEXSYMBOLET OVER DEM ALLE**

Selvom hun igennem hele sin karriere kæmpede for at få de dybe, seriøse roller, husker hele verden hende som sexsymbolet over dem alle. Og er det så slemt? For Marilyn Monroe var og er et symbol på det mest levende og livsbekræftende, der findes i denne verden, symbolet på det mest magtfulde, noget af det sjoveste og samtidig farligste. Alt dette rummer denne ene kvinde, og derfor er det ikke så underligt, at Marilyn Monroe, 54 år efter sin tragiske og mystiske død, vækker så mange stærke følelser i os blot ved lyden af hendes navn. >



Lic. by IHL|InHollywoodland Copyright © 2016 George Barris. All Rights Reserved.

*Marilyn Monroe fotograferet i et sjældent lykkeligt og overgivent øjeblik på Santa Monica Beach juli 1962, kun en måned før hun døde. Fotografen er George Barris, en af Marilyn's personlige venner.*

**NORMA JEAN MORTENSON  
AKA MARILYN MONROE**
**Født:** 1.6.1926 i Los Angeles

**Død:** 5.8.1962 i Los Angeles

**Dødsårsag:** Overdosis af sovemidler

**KARRIERE:** Fotomodel og filmskuespiller, medvirkede i mere end 30 spillefilm på 17 år. Blandt de mest kendte er Gentlemen foretrækker blondiner (1953), Tre piger søger en millionær (1953), Skæbnefloden (1954), Den søde kløe (1955), Bus Stop (1956), Prinsen og korpigen (1957), Ingen er fuldkommen (1959) og The Misfits (1962)

**ÆGTESKABER:**

James Dougherty (1942-46)

Joe Di Maggio (1954-1955)

Arthur Miller (1956-1961)

Der er skrevet et utal af bøger om Marilyn Monroe ligesom hun er fotograferet så mange gange, at der ikke er tal på det. Hendes liv er blevet filmatiseret flere gange.



*I et roligt øjeblik med en bog. Marilyn var glad for at læse, gerne klassikere i den tungere ende.*



*Marilyn Monroe i godt selskab.*

**MARILYN OG MÆNDENE**

Marilyn Monroe blev gift tre gange. Første gang som kun 16-årig, med nabo drengen Jim eller James Dougherty. Anden gang giftede hun sig med en af USAs største baseballstjerner Joe DiMaggio, som aldrig holdt op med at elske hende. Og tredje gang, hun blev gift, var ægtemanden skuespilforfatteren Arthur Miller. Alle hendes tre ægteskaber endte med skilsmisse.

Udover de tre ægteskaber havde Marilyn et ukendt antal affærer med kendte og ukendte mænd. Den mest kendte af dem alle var USA's præsident John F. Kennedy. Og formentlig også hans bror Robert. Hendes fødselsdagssang til præsidenten den 19. maj 1962 er blevet et historisk øjeblik. Hun bar en gennemsigtig hudfarvet kjole med 2.500 rhinsten. Kjolen var så stram, at hun måtte sys ind i den. Den selvsamme kjole blev solgt for mere end 7 millioner kroner i 1999 og blev dermed den dyreste kjole nogensinde.

Marilyn Monroes helt usædvanlige tiltrækningskraft betød, at der opstod myter om hendes mange affærer med mange mænd. Nogle af historierne er virkelige, andre er følger af Marilyn's status som ikon og legendarisk sexsymbol.

**BLANDT DE MÆND, HUN MÅSKE, MÅSKE IKKE HAR HAFT SOM ELSKERE ER:**

- YVES MONTAND, SANGER
- SAM GIANCANA, MAFIABOSS
- JOSÉ BOLANOS, FILMINSTRUKTØR
- FRANK SINATRA, SKUESPILLER, SANGER
- YUL BRYNNER, SKUESPILLER
- MARLON BRANDO, SKUESPILLER
- ROBERT MITCHUM, SKUESPILLER
- ELIA KAZAN, PRODUCER
- MILTPN H GREENE, FOTOGRAF
- TONY CURTIS, SKUESPILLER
- MILTON BERLE, KOMIKER, PRODUCER
- HOWARD HUGHES, MANGEMILLIONÆR



# “ WEEKEND PÅ LANDET ELLER BARE LYST TIL COUNTRYSTYLE ”

– OG TIL AT SKEJE LIDT UD OG BLÆSE PÅ DE USKREVNE  
REGLER MED EN VILD SKJORTE. FORNEMMELSEN AF AFSLAPPET  
LUKSUS ER EN GOD FORNEMMELSE.



**MUST  
HAVE**

- CIRCOLO  
JAKKE  
· Varenr. 135732 ·  
**2.600,-**
- SAND JEANS  
· Varenr. 136866 ·  
**1.000,-**
- RALPH LAUREN  
SKRIK  
· Varenr. 136078 ·  
**1.100,-**
- ETON SKJORTE  
· Varenr. 135833 ·  
**1.400,-**
- PANTOFOLA  
SNEAKERS  
· Varenr. 137195 ·  
**1.000,-**
- BOSS ORANGE  
BÆLTE  
· Varenr. 131456 ·  
**600,-**
- SAND TØRKLÆDE  
· Varenr. 134249 ·  
**800,-**



# HVOR FUTURISTISK KAN EN JAKKE VÆRE, HVIS DEN SAMTIDIG SKAL VÆRE COOL?

MÅSKE LIGE PRÆCIS  
SÅ FUTURISTISK SOM DENNE  
FRA HUGO BOSS GREEN  
I QUILTET KVALITET OG MED  
ÆRMER, DER KAN LYNES AF.

**MUST  
HAVE**

BOSS GREEN  
VINDJAKKE  
· Varenr. 135624 ·  
**2.800,-**



LA  
COS  
TE



LACOSTE

EA7  
EMPORIO ARMANI



EMPORIO

# SWEATSHIRT

DET BEGYNDTE FOR OVER 100 ÅR SIDEN MED EN PRAKTISK TRØJE TIL SPORT, FREMSTILLET I TYK BOMULD MED LODDEN SVEDABSORBERENDE VRANG.

Så kom farverne, derefter printet og med tiden også hættten. I dag er sweatshirten – direkte oversat svedeskjorten – en uomgængelig og uomtvistelig del af den moderne mands garderobe.



- A. POLO SPORT** · Varenr. 133508 · **1.200,-** · **B. BOSS GREEN** · Varenr. 135636 · **1.400,-**  
**C. LACOSTE** · Varenr. 136271 · **1.000,-** · **D. PEAK PERFORMANCE** · Varenr. 136322 · **800,-**  
**E. MONCLER** · Varenr. 136304 · **2.100,-** · **F. STONE ISLAND** · Varenr. 135895 · **1.200,-**  
**G. TOMMY HILFIGER** · Varenr. 136622 · **1.000,-**



**BOSS**  
HUGO BOSS

# OUTFIT SPORTY



LACOSTE SÆT

· Varenr. 136266 ·

**1.700,-**

LACOSTE T-SHIRT

· Varenr. 136281 ·

**500,-**



EA7 SWEATSHIRT

· Varenr. 136151 ·

**800,-**

EA7 SWEATPANTS

· Varenr. 136168 ·

**600,-**

ET SPORTY OUTFIT KAN VÆRE LIGE SÅ ELEGANT OG LIGE  
SÅ SKARPT SOM DET COOLESTE JAKKESÆT.

# OUTFIT SPORTY



BOSS GREEN  
SWEATSHIRT  
· Varenr. 135634 ·  
**2.200,-**

BOSS GREEN  
SWEATPANTS  
· Varenr. 135646 ·  
**1.300,-**



EA7 SWEATSHIRT  
· Varenr. 136153 ·  
**1.300,-**

EA7 SWEATPANTS  
· Varenr. 136168 ·  
**600,-**

HVEM SIGER, AT DER IKKE KAN VÆRE STIL OVER SPORTSTØJ?





**BELSTAFF**

# STRIK MED MERE

BLØDT, VARMT, LÆKKERT – **DET ER IKKE KUN NØRDEDE**  
**NORDMÆND, DER ELSKER STRIK**



A



B



C



D



E

**A. TOMMY HILFIGER**  
· Varenr. 136719 · **900,-**

**B. HUGO BOSS**  
· Varenr. 135569 · **1.700,-**

**C. BRUUN & STENGADE**  
· Varenr. 136688 · **500,-**

**D. POLO RALPH LAUREN**  
· Varenr. 136076 · **1.600,-**

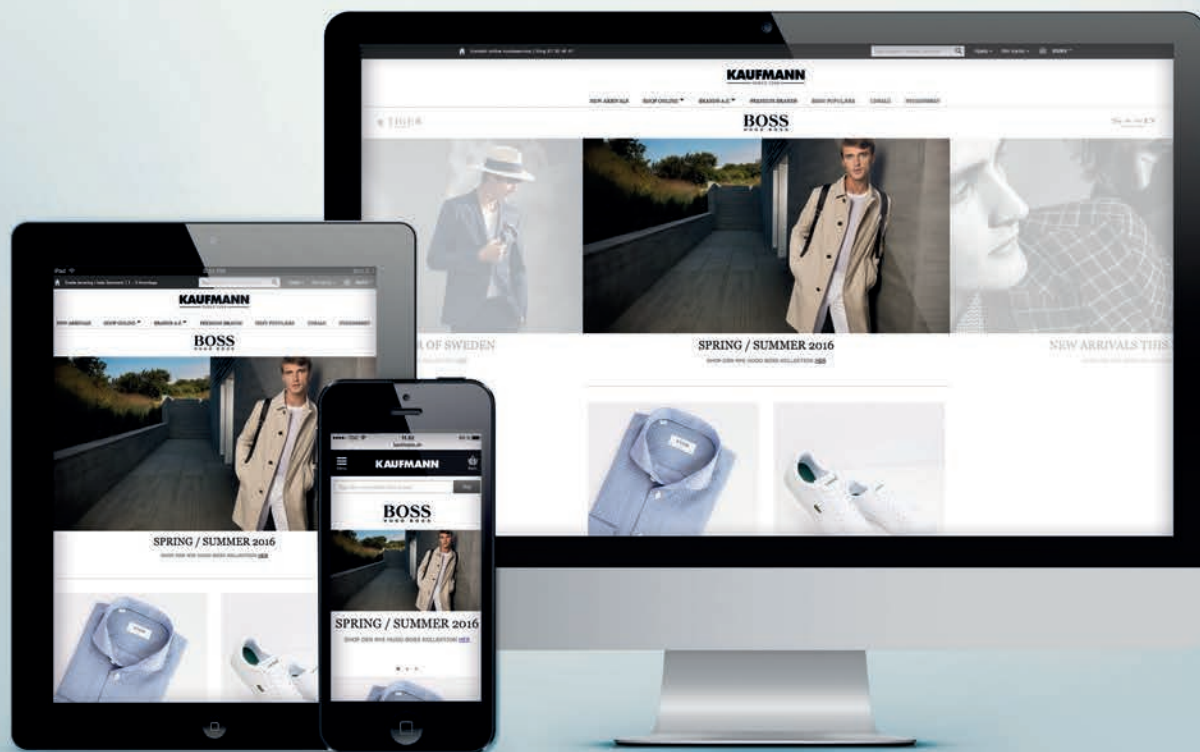
**E. POLO RALPH LAUREN**  
· Varenr. 136878 · **1.100,-**



  
**STONE ISLAND**

# KAUFMANN ONLINE

BYDER DIG VELKOMMEN TIL EN VERDEN  
AF MODETØJ TIL ENHVER LEJLIGHED



**GRATIS LEVERING:** Hele Danmark **LEVERING:** 1-2 hverdage  
**HURTIG RETURNERING:** Du kan altid returnere dine varer i 14 dage  
**CERTIFICERET WEBSHOP:** Køberbeskyttelse på 10.000 kr. • Nemt og gennemskeligt • Løbende kvalitetssikret  
**KONTAKT OS:** Tlf: 87 30 46 47 • [kundeservice@kaufmann.dk](mailto:kundeservice@kaufmann.dk)

# SHOP PÅ KAUFMANN.DK

PÅ KAUFMANN.DK FINDER DU VORES STORE, EKSKLUSIVE UDVALG AF HERRETØJ, SKO OG TILBEHØR ONLINE. **DET ER NEMT OG BEKVEMT, DU SHOPPER I RO OG MAG OG VAREN LANDER HJEMME HOS DIG, PÅ DIN ARBEJDSPLADS ELLER HVOR DU ØNSKER. DET ER TRYGT OG SIKKERT.**



**Secrid**  
Kortholder 250,-



**Hugo Boss**  
Blazer 3300,-



**Sand**  
Taske 3500,-



**Lacoste**  
Jakke 1600,-



**Philipsons**  
Bælte 400,-



**Sand**  
Skjorte 900,-



**Lacoste**  
Sko 800,-



**Hugo Boss**  
Jakke 9800,-



**Tommy Hilfiger**  
T-shirt 800,-

CAPS ER DE MODERNE HATTE, **EN CAP ER EN MASKULIN HOVEDBEKLÆDNING** MED ET SPORTY TWIST.



- A. RALPH LAUREN · Varenr. 133623 · **300,-** · B. LACOSTE · Varenr. 131684 · **400,-**  
C. MONCLER · Varenr. 136313 · **600,-** · D. RALPH LAUREN · Varenr. 133623 · **300,-**  
E. LACOSTE · Varenr. 131684 · **300,-** · F. PEAK PERFORMANCE · Varenr. 136330 · **300,-**  
G. RALPH LAUREN · Varenr. 133623 · **300,-** · H. LACOSTE · Varenr. 136650 · **350,-**  
I. MONCLER · Varenr. 136313 · **600,-**

# “FORÅRET ER DEJLIGT

- EN ÅRSTID, DER GIVER  
GODE MULIGHEDER FOR AT  
SE GODT UD I LÆKRE  
OG LETTE JAKKER ”

**MUST  
HAVE**

EA7 VINDJAKKE  
· Varenr. 136144 ·  
**1.500,-**

#WEARMANIJEANS







AJ

ARMANI  
JEANS

# JACOB COHEN

HANDMADE TAILORED JEANS®





ARMANI JEANS  
· Varenr. 135451 · **1.800,-**



BRAX JEANS  
· Varenr. 112716 · **800,-**

# COOL JEANS

Danske mænd elsker jeans. De stammer ikke, som mange tror, fra USA, men fra Italien, nærmere betegnet fra havnebyen Genova, hvor søfolkene allerede i 1500-tallet gik med de slidstærke bukser. Først i 1800-tallet kom jeans til Amerika som arbejdsbukser til minearbejdere og selvfølgelig cowboys.

NÆSTEN ALLE DANSKE MÆND  
HAR MINDST ET PAR JEANS.



BOSS GREEN  
· Varenr. 137264 · **1.000,-**



SAND JEANS  
· Varenr. 134236 · **1.000,-**



HUGO BOSS JEANS  
· Varenr. 135548 ·  
**1.100,-**



HUGO JEANS  
· Varenr. 135937 ·  
**1.300,-**

# COOL JEANS

DANSKE MÆND  
ELSKER JEANS



TOMMY HILFIGER  
JEANS  
· Varenr. 126817 ·  
**800,-**



TIGER JEANS  
· Varenr. 136414 ·  
**1.400,-**

# JACOB COHEN

MUST HAVE



**BRAX**  
FEEL GOOD



# BUKSER & CHINOS

BUKSER ER MANGE TING: CHINOS ER OPRINDELIG ENKLE OG SLIDSTÆRKE MILITÆRBUKSER. DE ER ET GODT ALTERNATIVE TIL DE TRADITIONELLE JEANS, PÅ SAMME TID KOMFORTABLE, BEHAGELIGE OG ELEGANTE.



HUGO BOSS  
· Varenr. 135557 ·  
**1.100,-**



RALPH LAUREN  
· Varenr. 136089 ·  
**1.200,-**



BRAX  
· Varenr. 135725 ·  
**900,-**

*Se mere på  
næste side*



SAND  
· Varenr. 136870 ·  
**1.200,-**



PBO  
**1.000,-**



HUGO BOSS  
· Varenr. 135556 ·  
**1.400,-**

# BUKSER & CHINOS



HUGO BOSS  
· Varenr. 135553 ·  
**1.100,-**

TIGER JEANS  
· Varenr. 136434 ·  
**1.200,-**



MASON'S  
· Varenr. 134339 ·  
**1.300,-**





SIGNAL®





MONCLER  
· Varenr. 136315 · **2.500,-**



ARMANI JEANS  
· Varenr. 135474 · **1.500,-**

# SNEAKERS SNEAKERS SNEAKERS



RALPH LAUREN  
· Varenr. 136132 · **800,-**



RALPH LAUREN  
· Varenr. 136134 · **700,-**



RALPH LAUREN  
· Varenr. 136139 · **1.200,-**



TIGER OF SWEDEN  
· Varenr. 129166 · **1.200,-**

HER ER ET LILLE UDVALG AF DE MANGE SNEAKERS VI HAR. MEN HUSK VI HAR



RALPH LAUREN  
· Varenr. 136135 · **600,-**



LACOSTE  
· Varenr. 136293 · **800,-**

# SNEAKERS SNEAKERS SNEAKERS



SEBAGO/DOCKSIDES  
· Varenr. 135736 · **1.300,-**



STONE ISLAND  
· Varenr. 135909 · **1.600,-**



PANTOFOLA  
· Varenr. 137195 · **1.000,-**



RALPH LAUREN  
· Varenr. 136138 · **700,-**

OGSÅ NOGLE DER ER ENDNU DYRERE OG NATURLIGVIS NOGLE DER IKKE ER DET.

# SEBAGO®

*Life Well Crafted.*





BOSS GREEN  
· Varenr. 135658 · **580,-**



RALPH LAUREN  
· Varenr. 136070 · **400,-**

## VILDE T-SHIRTS

NÅR DER IKKE ER NOGEN KONVENTIONER DER KLEMMER, NÅR LEJLIGHEDEN IKKE STILLER KRAV, GÅR MAN AMOK I MØNSTRE OG STRIBER. DET ER DEN TOTALE FRIHED.



LACOSTE  
· Varenr. 136281 · **500,-**



MONCLER  
· Varenr. 136310 · **750,-**



MONCLER  
· Varenr. 136309 · **1.100,-**



**MUST  
HAVE**

LACOSTE · Varenr. 136279 · **350,-**

- A. BOSS GREEN**  
· Varenr. 135639 · **800,-**
- B. EA7**  
· Varenr. 136164 · **700,-**



# POLO

POLOSHIRTENS OPRINDELSE STAMMER FRA SLUTNINGEN AF 1800-TALLET I INDIEN, **HVOR ENGELSKSOLDATER OVERVÆREDE EN POLOMATCH I DEN INDISKE BY MANIPUR. DE BESLUTTEDE SELV AT PRØVE AT SÆTTE EN MATCH OP, OG HURTIGT BLEV POLO EN POPULÆR SPORT BLANDT BRITERNE I INDIEN.**

Munderingen var bomuldsskjorter med flipper, som – efter en tur på tennisbanen sammen med tennisspilleren René Lacoste – endte i en kortærmet version i løst vævet bomuld med krave.

HER ER ET LILLE UDVALG AF DE MANGE POLO'ER VI HAR. MEN HUSK VI HAR OGSÅ NOGLE DER ER ENDNU DYRERE OG NATURLIGVIS NOGLE DER IKKE ER DET.



A



B



C



D



E



F




G



H

- A. RALPH LAUREN · Varenr. 136100 · **700,-** B. NAPAPIJRI · Varenr. 136367 · **900,-**  
 C. TOMMY HILFIGER · Varenr. 136723 · **800,-** D. LACOSTE · Varenr. 136292 · **700,-**  
 E. MONCLER · Varenr. 136307 · **900,-** F. EA7 · Varenr. 136163 · **700,-**  
 G. HUGO BOSS · Varenr. 135574 · **950,-** H. POLO RALPH LAUREN · Varenr. 136109 · **1.200,-**



*Nydelsen af en god cognac hænger i  
manges øjne tæt sammen med nydelsen  
af en god cigar. Cognacen varmes  
i glasset af den hånd, der holder det.  
Og cigaren fuldender den helt rigtige  
maskuline stemning.*

**“ COGNAC BLIVER KUN BEDRE MED ÅRENE ”**





# KLOG PÅ COGNAC

EFTER EN GOD MIDDAG KOMMER DER COGNAC I DE TULIPANFORMEDE  
GLAS, OG ROEN SÆNKER SIG OVER SELSKABET. **HERRERNE SYNKER  
NED I DE DYBE LÆNESTOLE, LADER COGNACEN SKVULPE RUNDT I GLASSENE  
FOR AT FRIGIVE AROMAEN, MENS DE TALER OM VIGTIGE TING.  
*MÅSKE, MÅSKE IKKE, KOMMER DER ILD PÅ CIGARERNE.***

DRUERNE SKAL KUN LIGE KNAK VÆRE MODNE, NÅR DE PLUKKES,  
OG VINEN GÆRES UDEN BRUG AF SVOVL. **HVORNÅR SELVE DESTILLERINGEN  
STARTER, VARIERER ALT EFTER STØRRELSEN AF VINGÅRDEN,  
MEN PROCESSEN SKAL SLUTTE SENEST DEN 31. MARTS VED  
MIDNAT. DETTE ER BESTEMT VED LOV.**

Cognac er forbundet med klasse, kvalitet, maskulinitet, og ikke mindst nydelse. Med chesterfieldsofaer, herreværelser og biblioteker i store huse. Den rangerer som en af de fineste typer af spiritus og er da også noget ganske særligt. Hvis en cognac for eksempel ikke har lagret mindst 2 ½ år på fade lavet af fransk eg, er det slet ikke cognac. Det siger loven. Frankrigs, altså.

De gode cognac er dog altid en del ældre end 2 ½ år, for en cognac bliver kun bedre med årene, ligesom vi andre først med alderen lærer at påskønne den gyldne drik. Cognac har, i hvert fald i sin rene form, et voksent publikum.

#### **HISTORIEN**

Der verserer forskellige historier om cognacens oprindelse. De fleste går på, at cognac begyndte som et forsøg på at snyde i skat. I 1500-tallet eksporterede man vin fra Frankrig til England og til de oversøiske kolonier rundt om i verden. Men vinen fyldte meget på fragtskibene, og tolden var dyr, så man begyndte at koncentrere vinen ved at koge den ind, for at spare i fragt og snyde tolderne. Vel fremme og fortoldet (som vin, men i meget mindre mængder), fortyndede man destillatet med vand, og vupti, havde man vin igen. I store mængder. Men selvfølgelig smagte man også på det ufortyndede destillat og fandt ud af, at det kunne drikkes og ikke mindst at jo længere, det var undervejs i træfadene på skibene, jo bedre blev det. Hollænderne kaldte produktet for brandewijn og i 1700-tallet var brandy en realitet.

#### **COGNAC-REGIONEN**

Man laver brandy overalt, men det er kun brandy, fremstillet i Cognac regionen – og fremstillet efter meget specifikke og meget strenge guidelines – der kan kaldes cognac. Cognac-regionen strækker sig over to regioner i det vestlige Frankrig. Charente-Maritime ved Atlanterhavet og Charente inde i landet. Der er seks såkaldte crus, hvor der dyrkes cognac. Den fineste er Grand Champagne, så kommer Petite Champagne, herefter Borderies, Fins Bois, Bon Bois og sidst Bois Ordinaires.

#### **EN PRODUKTION MED MANGE REGLER**

Reglerne for cognacproduktion er uhyre strikte. Udover at lagre mindst 30 måneder i fade af eg, helst fra Limousin- og Tronçaiskovene i det centrale Frankrig, skal drikken gennem dobbelt destillation i traditionelle kobber destillationsanlæg. Destillationen må kun finde sted mellem 1. november og 31. marts. Og vinen, der bruges, må selvfølgelig kun komme fra udvalgte druesorter.

Druen, man laver cognac af i dag, hedder Ugni Blanc. I flere hundrede år var det en anden sort, den såkaldte Folle Blanche man brugte, men i 1870'erne blev vinstokkene angrebet af virus – eller helt konkret af lus, de såkaldte Phylloxera. Det var en katastrofe. 80 procent af vinstokkene blev udryddet. Efter krisen blev vinmarkerne i Cognac plantet til med Ugni Blanc, hvis høje syreniveau, diskrete aroma og ikke mindst sygdomsbestandighed gjorde den velegnet til cognac-produktion. I dag består cognac af 95% Ugni Blanc. De sidste procent udgøres af Colombard og af den oprindelige og noget sartere Folle Blanc. Flere producenter har ambitioner om at genplante deres marker med Folle Blanc, selvom den er noget sværere at dyrke, og på den måde komme tættere på en original cognac.

#### **DESTILLERINGEN**

Druerne skal kun lige knap være modne, når de plukkes, og vinen gæres uden brug af svovl. Hvornår selve destilleringen starter, varierer alt efter størrelsen af vingården, men processen skal slutte senest den 31. marts ved midnat. Dette er bestemt ved lov. Vinen destilleres to gange. Første omgang hedder La Premiere Chauffe og anden La Bonne Chauffe. Det traditionelle destillationsapparat, kaldet Alambic Charentais, har et helt karakteristisk udseende med en del af apparatet, der ligner en svanehal. Også Alambic'en er fastsat ved lov. F.eks. skal kedlen bestå af kobber og må højst have en kapacitet på 10.000 liter.

#### **LAGRINGEN**

Selve lagringen af cognac er lige så vigtig som druerne og destillationen. Ny cognac er skarp og smager ikke godt. Egefadene spiller en stor rolle for smagen, og det er med god grund, at de store cognacproducenter ejer deres egne bødkerfirmaer, der kan fremstille fadene af den foretrukne træsort. Det er nemlig bestemt ikke ligegyldigt, hvilken eg, man vælger.

Martin bruger eksempelvis Limousin-eg med højt garvesyreindhold. Mørke, lav beliggenhed og høj luftfugtighed er væsentlige elementer, når cognacen skal perfektioneres.

Standardstørrelsen på et cognacfad er 350 liter, og lagringen går ikke af sig selv, den skal overvåges nøje af kældermeesteren. Måske skal fadet flyttes. Ved at flytte det op på de øverste hylder, hvor der er mere tørt, accelereres modningen. Modsat, ved at flytte den ned, hvor der er køligere og mere fugtigt, bremser man modningen.

# FACTS OM COGNAC



Cognacproducenten Hennessys cognacbar med en limited edition version af det kendte mærke.



Den drue, cognac laves af, hedder Ugni Blanc og skal naturligvis høstes i Cognac-distriktet for at kunne blive til cognac.



Cognac lagres på egefade i lave mørke rum.

## FARVEN

Tilsætning af caramel til cognac er meget almindeligt. Det sker for at skabe den rigtige farvetone. En mørkere glød får cognacen til at virke ældre.

## GLASSET

En meget væsentlig del af nydelsen ved at drikke cognac, er aromaen. Derfor bør man vælge et glas, der holder på aromaen, og virkelige kendere af cognac sværger til de tulipanformede udgaver.

## TEMPERATUREN

Cognac bør nydes ved stuetemperatur. Man kan eventuelt luge den lidt ved at lukke håndfladen om glasset, så aromaen frigives.

## FØLGESVENDE

De fleste forbinder cognac med kaffe og en god cigar. Men er der tale om en rigtig god cognac, bør den stå alene, så den fine smag ikke overdøves af kaffens kraftigt-bitre smag eller af cigarens aroma. På et godt cocktailkort findes der også en række drinks med cognac som hovedingrediens – for afficionados er det måske en helligbrøde, men for mange andre en mulighed for at smage cognacen i nye sammenhænge.

## FORBRUG

Franskmændene drikker ca. 22 millioner flasker på et år. Det svarer til den mængde, der svinder hvert år på grund af fordampning under lagringen. Denne fordampning kaldes englenes andel og svarer til 3-4 procent af den samlede årlige produktion i hele distriktet.

**COGNAC BETEGNELSER: V.S. (VERY SPECIAL): MINDST 2 ÅRS LAGRING  
V.S.O.P. (VERY SUPERIOR OLD PALE): MINDST 4 ÅRS LAGRING,  
MEN NORMALT BETYDELIGT MERE. XO (EXTRA OLD): MINDST 6 ÅR LAGRING,  
MEN NORMALT OP TIL 20 ÅRS LAGRING. FRA 2016 VIL XO BETYDE  
MINDST 10 ÅRS LAGRING.**

# COTTONCOAT

DEN AMERIKANSKE SKUESPILLER  
HUMPHREY BOGART  
GJORDE COTTONCOATEN LEGENDARISK,  
EN FRAKKE MED MASSER AF  
STIL OG HISTORIE.



**A. HUGO BOSS COTTONCOAT** · Varenr. 135596 · **2.800,-** · **B. TIGER COTTONCOAT** · Varenr. 136435 · **3.000,-**  
**C. HUGO BOSS COTTONCOAT** · Varenr. 135596 · **2.800,-** · **D. INSPIRED COTTONCOAT** · Varenr. 136405 · **1.000,-**  
**E. TOMMY HILFGER** · Varenr. 136486 · **2.400,-**



**PARAJUMPERS**  
ANCHORAGE ALASKA USA

# FORÅRETS VINDJAKKER



ARMANI JEANS  
· Varenr. 135456 ·  
**2.400,-**



BOSS GREEN  
· Varenr. 135627 ·  
**2.600,-**



STONE ISLAND  
· Varenr. 135885 ·  
**4.500,-**

KLASSISKE, DISKRETE

ELLER IØJNEFALDENDE

HER ER ET LILLE UDVALG AF DE MANGE JAKKER VI HAR. MEN HUSK VI HAR OGSÅ NOGLE DER ER ENDNU DYRERE OG NATURLIGVIS NOGLE DER IKKE ER DET.



STONE ISLAND  
· Varenr. 135883 ·  
**3.700,-**



PEAK PERFORMANCE  
· Varenr. 136318 ·  
**2.000,-**



RALPH LAUREN  
· Varenr. 136065 ·  
**2.500,-**

OM FORÅRET HANDLER DET  
OGSÅ OM AT SE GODT UD. **DET KAN  
MAN MED DET RIGTIGE OVERTØJ.  
VÆLGER DU EN AF DISSE – ER DU  
GODT PÅ VEJ.**

# FORÅRETS VINDJAKKER

RALPH LAUREN  
· Varenr. 136069 ·  
**3.700,-**



PARAJUMPERS  
· Varenr. 136221 ·  
**4.000,-**



KLASSISKE, DISKRET ELLER IØJNEFALDENDE

HER ER ET LILLE UDVALG AF DE MANGE JAKKER VI HAR. MEN HUSK VI HAR OGSÅ NOGLE DER ER ENDNU DYRERE OG NATURLIGVIS NOGLE DER IKKE ER DET.





PeakPerformance®

ÅRE TOKYO CHAMONIX MUNICH VERBIER COPENHAGEN WHISTLER DUBAI ST.ANTON STOCKHOLM  
PEAKPERFORMANCE.COM

# Bruun & Stengade

EST. 2004 IN COPENHAGEN



# BOSS

HUGO BOSS



# JAKKER

TIL VEJR OG VIND



MONCLER  
· Varenr. 136297 ·  
**4.400,-**



RALPH  
LAUREN  
· Varenr. 136066 ·  
**1.700,-**



TOMMY  
HILFGER  
· Varenr. 136489 ·  
**2.000,-**

NAPAPIJRI  
· Varenr. 136342 ·  
**1.600,-**

HVEM SIGER,  
**AT VINDJAKKER**  
SKAL VÆRE  
KEDELIGE?

LACOSTE  
· Varenr. 136263 ·  
**1.600,-**

EA7  
· Varenr. 136144 ·  
**1.500,-**



STONE  
ISLAND  
· Varenr. 135885 ·  
**4.500,-**



HER ER ET LILLE UDVALG AF DE MANGE JAKKER VI HAR. MEN HUSK VI HAR OGSÅ NOGLE DER ER ENDNU DYRERE OG NATURLIGVIS NOGLE DER IKKE ER DET.

# PAUL NEWMANN STYLE

PAUL NEWMAN KUNNE SIMPELTHEN IKKE LADE VÆRE MED AT SE COOL UD, NÆRMEST UANSET HVAD HAN HAVDE PÅ. HANS GODE UDSEENDE OG DEN HELT SÆRLIGE SELVTILLID BRÆNDER IGENNEM PÅ ALLE BILLEDER AF HAM, OG MAN FORSTÅR, HVORFOR HAN HAN BLEV ET KÆMPEMÆSSIGT STILIKON.



ETON SKJORTE

· Varenr. 135824 · **1.100,-**

HUGO SLIPS

· Varenr. 131156 · **600,-**

HUGO BOSS JEANS

· Varenr. 133540 · **1.100,-**



“ EN MAND  
UDEN FJENDER  
ER EN MAND  
UDEN KARAKTER ”

*Paul Newmann*

*Klassisk Newman-style: det  
løsnede slips, skjorten, hvor de  
øverste knapper ikke er knappet,  
og med opsmøgede ærmer,  
mørke smalle bukser.*

# SKIND MED STIL OG ATTITUDE

ALLAN CLARK  
SKIND  
· Varenr. 136185 ·  
**2.999,-**

BELSTAFF  
SKIND  
· Varenr. 133694 ·  
**12.000,-**






# LÆDERJAKKEN I OPDATERET VERSION



ALLAN CLARK  
SKIND  
· Varenr. 136184 ·  
**2.999,-**



BOSS GREEN  
SKIND  
· Varenr. 135629 ·  
**4.800,-**

## BUTIKSLISTE

### **SJÆLLAND**

#### **KØBENHAVN**

##### **STRØGET**

Nygade 2,  
1164 København K  
Tlf. 3313 6165

##### **FREDERIKSBERG**

##### **CENTRET**

2000 Frederiksberg C  
Tlf. 3811 4052

##### **HILLERØD**

##### **SLOTSARKADERNE**

Christians Torv  
3400 Hillerød  
Tlf. 4824 9966

##### **WAVES HUNDIGE**

Over Bølgen,  
2670 Greve  
Tlf. 4390 6114

##### **KØBENHAVN FIELDS**

Fields 230,  
Arne Jacobsens Allé 12  
2300 København S  
Tlf. 3262 0034

##### **KØBENHAVNS**

##### **LUFTHAVN**

##### **TERMINAL 2**

2770 Kastrup  
Tlf. 3251 1060

##### **KØBENHAVNS**

##### **LUFTHAVN**

##### **TERMINAL 3**

2770 Kastrup  
Tlf. 3251 4020

##### **LYNGBY**

##### **STORCENTER**

2800 Lyngby  
Tlf. 4588 7272

##### **RØDOVRE**

Rødovre Centrum 56,  
2610 Rødovre  
Tlf. 3670 7676

##### **TÅSTRUP**

##### **CITY 2**

2630 Tåstrup  
Tlf. 4371 4001

### **FYN**

##### **ODENSE**

##### **ROSENGÅRDSENTRET**

5220 Odense SØ  
Tlf. 6617 4500

### **JYLLAND**

##### **AARHUS**

Regina Søndergade 53,  
8000 Århus C  
Tlf. 8612 2422

##### **AARHUS**

##### **STORCENTER NORD**

Finlandsgade 17  
8200 Århus N  
Tlf. 8678 2500

##### **ESBJERG**

Kongensgade 49,  
6700 Esbjerg  
Tlf. 7515 5600

##### **HERNING**

##### **CENTRET**

Merkurvej,  
7400 Herning  
Tlf. 9721 1510

##### **KOLDING**

##### **STORCENTER**

6000 Kolding  
Tlf. 7550 2513

##### **VEJLE**

Sdr. Torv 2, Bryggen,  
7100 Vejle  
Tlf. 7588 2100

##### **AALBORG**

##### **STORCENTER**

Hobrovej 452  
9200 Aalborg SV  
Tlf. 9620 0035



On-line shop [www.kaufmann.dk](http://www.kaufmann.dk)

ALLAN CLARK

NON-IRON

---

EVERY WOMAN SAYS  
PROBABLY THE BEST SHIRT  
IN THE WORLD

---



# POLO

RALPH

LAUREN



*FOLLOW @POLORALPHLAUREN ON INSTAGRAM*