

exclusive



Lufthansa

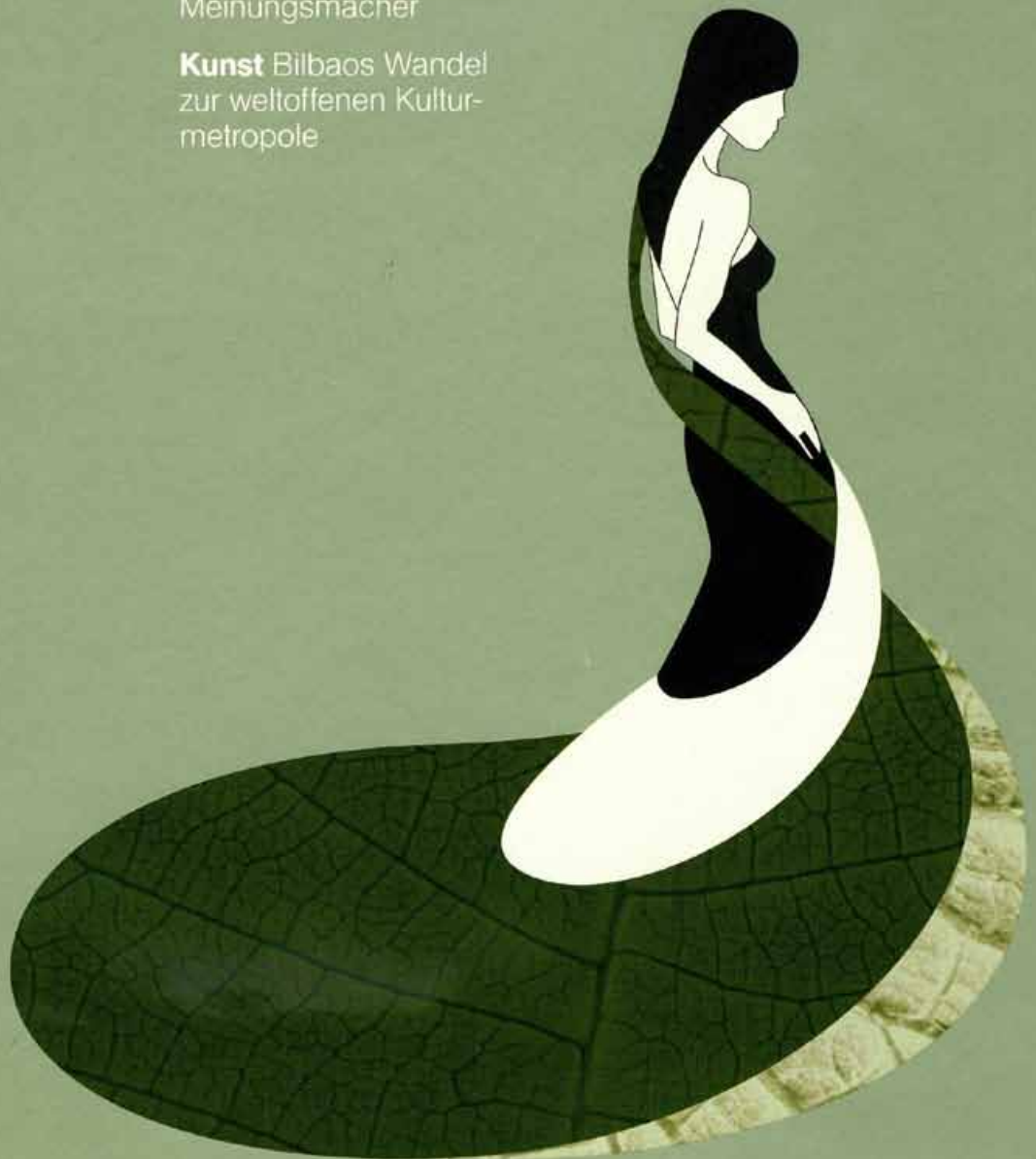
**Coverstory: Mode**

Grüner Glamour statt  
Grobstrick – neue,  
nachhaltige Eleganz

**Public Relations**

PR-Profi Klaus Kocks  
über die wahren  
Meinungsmacher

**Kunst** Bilbaos Wandel  
zur weltoffenen Kultur-  
metropole







La Molina ist ein noch junges Unternehmen. Vor rund zehn Jahren begannen die Brüder Massimiliano und Riccardo Lunardi in der renommierten Bäckerei ihres Vaters mit Schokolade zu experimentieren und landeten sofort einen Hit: die Schoko-Cantucci. Für ihre Variante des in der Toskana allgegenwärtigen Mandelgebäcks kommen die Kunden sogar aus Florenz angefahren. Jeden Tag werden rund 250 Kilo davon produziert und teilweise ofenfrisch verkauft. Inzwischen umfasst das La-Molina-Sortiment über 200 Produkte, darunter allein 30 verschiedene Pralinen – und die Bäckerbrüder aus Quarrata experimentieren weiter.

Fringes ist ihre jüngste Kreation. Sie wurde in Zusammenarbeit mit der New Yorker Künstlerin Rita Lintz entwickelt. Es

handelt sich dabei um leicht verformte Schoko-Karrees in sechs Geschmacksrichtungen: weiße Schokolade mit schwarzen Johannisbeeren, Milkschokolade mit Sesam und Karamell oder Zartbitterschokolade mit Spekulatiusgewürz. Die Fransen – für deren Form die Künstlerin zuständig war – werden in typisch amerikanischen Take-away-Boxen verkauft.

„Das ist Street Art, die man essen kann“, sagt Massimiliano Lunardi, der das Schaufenster des zur Bäckerei gehörenden Delikatessenladens mit Asphaltbahn, Skateboard und den Boxen dekoriert hat.