

Frankfurter Allgemeine

# Magazin

MÄRZ 2016



## MÄNNER EBEN

**KRETSCHMANN  
UND WOLF SIND  
GANZ BEI SICH**

**LAGERFELD  
LÄSST OBAMA  
TANZEN**

**DIETMAR DATH  
SEZIERT ALTE  
FILMHELDEN**



Sehen Sie ein exklusives Interview mit Xavier Dolan auf [louisvuitton.com](https://louisvuitton.com).

LOUIS VUITTON



GUCCI



BOTTEGAVENETA.COM

# MIT NADEL UND KABEL

**M**änner – das langweiligste Geschlecht will auch noch was zu sagen haben. In diesem Jahr werden wir oft und viel hören von präpotenten Rechthabern im postadoleszenten Alter. Sie merken schon, ich schreibe hier von Donald Trump. Bevor ich mich aber hineinsteigere und mit noch mehr schneidenden Fremdwörtern um mich werfe, verweise ich einfach auf die Zeichnung von Karl Lagerfeld für dieses Heft. Er löst das Männerthema viel eleganter, indem er Barack Obama noch einmal groß auftreten lässt. „Was als Nachfolger des Präsidenten angeboten wird“, meint Lagerfeld, „ist ja teilweise sehr pittoresk, um es nett zu sagen.“ Vielleicht ist es aber genau das, was uns bei der Arbeit an diesem Magazin so langsam dämmerte: dass die Männer sich aus festgefühten Ordnungen befreien. Sie kleiden sich schräg und bevölkern recht windschief unsere Modestrecke. Sie lassen sich ganzkörperätowieren, tragen aber darüber einen Anzug, so dass niemand ihre wilde Seite sieht. Sie arbeiten wie besessen in ihren Firmen, sei es bei der Modemarke Regent in Franken, bei der Outback-Marke R.M. Williams in Australien, in einem Restaurant wie dem „Grill“ in Berlin oder auf einem verlorenen Grundstück mit seltsamen Flaschenkunstwerken in Kalifornien. Wir wurden über die Wochen fast wahnsinnig bei der Arbeit mit den Besessenen, die sich Männer nennen. Und fanden zwei Auswege. Erstens Humor. Die Bilderstrecke mit „Murals“ aus Lyon ist ein Werk von Männern, die den Alltag auf kuriose und zugleich sozial verträgliche Art verschönern; und Adrian Runhof schreibt über seinen Bart, als wäre er ein Gesamtkunstwerk – ach, sorry, das ist er ja auch. Zweitens Frauen. Wer sollte besser über Männer Bescheid wissen? Bemerkenswert „Fräulein Brösel“, die sich im harten Geschäft der harten Schnäpse durchsetzt. Legendar sogar Doris Dörrle, die seit „Männer“ die Männer beobachtet und auch in ihrem neuen Film eine echte Männerwirtschaft aufdeckt. Ach, es gibt und gäbe so viele Themen! Ein Wort nur noch zu dem, was mich, genau so wie Sie, auf dieser Seite verstört. Die schwarze Tätowiermaschine in traditioneller Ausführung mit Nadel und Anschlusskabel (aufgenommen im Frankfurter Laden „Dave's Tattoo & Piercing“) ist ein recht robustes Werkzeug. Irgendwie finden Männer immer irgendwas, um sich gegenseitig zu malträtiert. *Alfons Kaiser*



**Verantwortlicher Redakteur:**  
Dr. Alfons Kaiser

**Redaktionelle Mitarbeit:**  
Dr. Jasper von Altenbockum, Christoph Borgans, Madeline Dangmann, Dietmar Dath, Timo Frasch, Dr. Rose-Maria Gropp, Dr. Christoph Heim, Rüdiger Kühn, Freddy Langer, Julia Lohr, Melanie Mühl, Celina Plag, Andreas Plathaus, Rebecca Sandbichler, Julia Schaaf, Boris Schmidt, Peter-Philipp Schmitt, Henning Sietz, Rüdiger Soldt, Dr. Tilman Spreckelsen, Bernd Steinle, Dr. Lukas Weber, Maximilian Weingartner, Axel Wermelskirchen, Jennifer Wieseking, Maria Wiesner

**Bildredaktion:**  
Christian Matthias Pohlert

**Art-Direction:**  
Peter Breul

**E-Mail Redaktion:**  
magazin@faz.de

Alle Artikel werden exklusiv für das „Frankfurter Allgemeine Magazin“ geschrieben. Alle Rechte vorbehalten. © Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt am Main.

Eine Verwertung dieser urheberrechtlich geschützten Redaktionsbeiträge sowie der in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen, besonders durch Vervielfältigung oder Verbreitung, ist – mit Ausnahme der gesetzlich zulässigen Fälle – ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Verlags unzulässig und strafbar. Besonders ist eine Einspeicherung oder Verbreitung von Inhalten aus dem Frankfurter Allgemeine Magazin in Datenbanksystemen, zum Beispiel als elektronischer Pressepiegel oder Archiv, ohne Zustimmung des Verlags unzulässig.

Sofort Sie Artikel dieses Magazins nachdrucken, in Ihr Internet-Angebot oder in Ihr Intranet übernehmen, speichern oder per E-Mail versenden wollen, können Sie die erforderlichen Rechte bei der F.A.Z. GmbH erwerben unter [www.faz-rechte.de](http://www.faz-rechte.de). Auskunft erhalten Sie unter [nutzungsrechte@faz.de](mailto:nutzungsrechte@faz.de) oder telefonisch unter (069) 75 91-29 85.

**Redaktion und Verlag:**  
(zugleich ladungsfähige Anschrift für die im Impressum genannten Verantwortlichen und Vertretungsberechtigten)  
Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH  
Hellerhofstraße 2-4  
60327 Frankfurt am Main

**Geschäftsführung:**  
Thomas Lindner (Vorsitzender)  
Burkhard Petzold

**Verantwortlich für Anzeigen:**  
Ingo Müller

**Leitung Anzeigenverkauf Frankfurter Allgemeine Magazin:**  
Kerry O'Donoghue, E-Mail: [media-solutions@faz.de](mailto:media-solutions@faz.de)

**Produktionsleitung:**  
Andreas Gierth

**Layout:**  
Verena Lindner

Einzelhefte können zum Preis von € 5,- bei [media-solutions@faz.de](mailto:media-solutions@faz.de) bezogen werden.

**Druck:**  
Primavis Ltd. & Co. KG – Betrieb Nürnberg  
Breslauer Straße 300, 90471 Nürnberg

BOTTEGA VENETA



GIORGIO ARMANI



**JASPER VON ALTENBOCKUM** ist als „Innenpolitiker“ dieser Zeitung für das Bohren besonders harter Bretter zuständig. Das fällt ihm nicht schwer – er ist Heimwerker, seitdem ihm vor Jahren eine elektrische Stichsäge in die Hände fiel. So ähnlich ging es Winfried Kretschmann, den er in seiner Werkstatt auf der Alb besuchte (Seite 29). Auf der selbstgemachten Eckbank wurde dabei gefachsimpelt, was Hannah Arendt mit Baumärkten zu tun hat.



**ADRIAN RUNHOF**, die zweite Hälfte des Designer-Duos Talbot Runhof, ist ein neuer Mensch geworden. Seitdem er sich, gewissermaßen als Spät-Hipster, einen stattlichen Bart hat wachsen lassen, wird er anders gesehen – und sieht die Welt anders. Das grundstürzende Erlebnis lässt der Modemacher, der in Wiesbaden aufwuchs und in Paris und München lebt, für uns in existentielle Weiten wachsen. (Seite 80)



**CHRISTOPH HEIN**, Asien-Wirtschaftskorrespondent dieser Zeitung, ist in fast 17 Jahren zwischen Pakistan, China und Neuseeland oft auf heimische Wurzeln gestoßen. Auch der Manager des australischen Stiefelherstellers R.M. Williams erzählte ihm stolz von seinen deutschen Vorfahren (Seite 54). Deutsche sind in Australien angesehen – brachten sie doch unter anderem den Weinbau mit.

## MITARBEITER

**PETER FRISCHMUTH** hat schon viel fotografiert – Politikerporträts, Amish-Reportagen oder auf Grund gelaufene Containerschiffe in der Elbe. Eines der Lieblingsprojekte des Hamburger Fotografen sind „Murals“, täuschend echte Wandbemalungen. Bei den Fotos, die er für uns in Lyon gemacht hat (Seite 64), muss man drei Mal hinschauen. Wer noch mehr sehen will: Bis Ostern gibt es weitere „Murals“ in der Berlin Story Galerie.



**ALMUT VOGEL** arbeitet als Stylistin in München, ist aber meistens unterwegs für Shootings – immer mit neuen Kreationen im Übergepäck. Für unsere Männermode-Strecke reiste sie nach Amsterdam, um dort mit den Fotografen Meinke ten Have und Kees de Klein („Meinke Klein“) Bewegung in die aktuellen Sommeranzüge zu bringen. Trotz der Verrenkungen, die unsere vier Models machen mussten, um sich der neuen Mode anzupassen, ist keine Naht geplatzt. Und wenn schon! Almut hätte das im Handumdrehen wieder hinkommen. Schließlich hat sie ursprünglich Modedesign studiert. Und bevor sie sich fürs Styling entschied, sammelte sie Erfahrungen unter anderem in den Ateliers von Burberry und Lanvin.





Tel. +49 89 2 080770



Der nächste Schritt: Australische Farmer gehen mit Stiefeln von R.M. Williams durch dick und dünn. Jetzt will die Marke (Seite 54) weltweit vorankommen.



Märchenstunde: Fräulein Brösel (Seite 72) ist im Schnapsgeschäft erfolgreich – in einer Branche, in der sonst vor allem Männer zum Zug kommen.



**ZUM TITEL**

Das Cover wurde von Meinke Klein in Amsterdam fotografiert. Anzug mit Blumen-Applikation, Hemd, Krawatte und Hose, alles von Dior Homme.

- 15 KARL LAGERFELD
- 26 WOLFGANG JOOP
- 56 AHMAD MANSOUR
- 70 BORIS RADCZUN
- 82 DORIS DÖRRIE

**NORDLICHT** Designer aus Skandinavien sind in Fragen der Form führend. *Seite 30*

**ZIELLINIE** Beim fränkischen Herrenausstatter Regent herrscht wieder Zuversicht. *Seite 52*

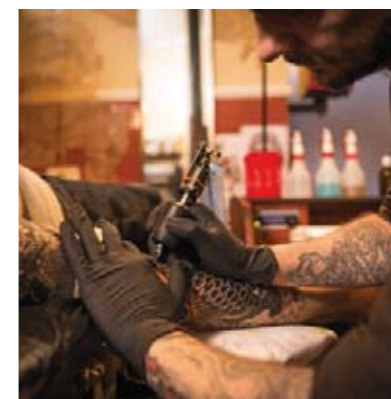
**JUGENDLIEBE** Wie heute Fünfzehnjährige das tiefste aller Gefühle erleben. *Seite 58*

**HUNDEJAHRE** Das Hospiz auf dem Großen St. Bernhard ist im Winter eine Welt für sich. *Seite 60*

**FLASCHENHALTER** Elmer Long hat auf der Bottle Tree Ranch einen Wald aus Glas erschaffen. *Seite 68*

**LEITBILD** Eine Frankfurter Schau zeigt die Vielfalt der Männer in der Zeit des Manierismus. *Seite 74*

Die nächste Ausgabe des Magazins liegt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung am 9. April bei.



Eine Sache der Hautfarbe: Der Tätowierer Besen erzählt im Interview (Seite 34), wie das Tattoo zum Massenphänomen wurde.



Western von gestern: Wie halten sich Mannsbilder des Action-Kinos, wenn sie in die Jahre kommen? Eine Bestandsaufnahme (Seite 38) von Eastwood bis Schwarzenegger.

FOTOS FRANK RÖTHL, MATTHIAS LÖBECKE, ANDREAS MÜLLER, ZEICHNUNG MARTY KLEIN UND MIRIAM MGLAZZI

Wir vollenden diese Uhr von Hand.  
Selbst Teile, die Sie nicht sehen.



**A. LANGE & SÖHNE**  
GLASHÜTTE I/SA

Obwohl Sie viele Hebel, Rädchen und Federn im Uhrwerk des DATOGRAPH AUF/AB vermutlich nie zu Gesicht bekommen werden, vollenden die Meisteruhrmacher von Lange sie in aufwendiger Handarbeit. Genießer feinsten Uhrmacherkunst wird

erfreuen, dass nicht alle finissierten Einzelteile im Verborgenen liegen. Viele davon können Sie durch den Saphirglasboden bei ihrem faszinierenden Zusammenspiel betrachten. Am besten, Sie gönnen sich selbst einen Blick. [www.alange-soehne.com](http://www.alange-soehne.com)

Wir laden Sie herzlich ein, unsere Kollektion in den A. Lange & Söhne Boutiquen Dresden und München sowie bei ausgewählten Konzessionären zu entdecken.



Aus der F.A.Z. vom 21. März 1956: Fritz Fenzl fotografierte Schiffe im Hamburger Hafen.

## Vor sechzig Jahren

**M**it diesem Foto hat es seine eigene Bedeutung. Auf den ersten Blick könnte man sagen: Hafentmosphäre, typisch für die fünfziger Jahre, als die Schiffe noch ein ganzes Stück kleiner waren als heute und die Kräne noch nicht so hoch standen wie Kirchtürme. Drei Schiffe, ein Wald von Masten, Leinen, Kranarmen. Also: typisch Hamburger Hafen.

Wirklich typisch? Viele Häfen sahen damals so aus: Bremerhaven und Southampton, Le Havre und Antwerpen. Doch ist es nicht das, was hier nicht stimmt. Häfen waren in den Fünfzigern höchst arbeitsintensive Orte. Da wurden nicht nur Güter verladen oder gelöscht und eingelagert. Das Bild war vielseitiger. Legte ein Frachter an, standen schon die Schauerleute bereit, meist in Gangs von drei bis sieben Arbeitern organisiert, die sich unter ihrem „Vize“ eine Luke vornahmen. Ihr Job war knochenhart: Sie wuchteten, schoben, zogen und zerrten die Ballen, Kisten und Säcke, packten Hieven für die Kräne zusammen. Weiter oben standen die Decksleute, die mit Handzeichen die Kranführer dirigierten, „Meister“ genannt. Tallyleute kontrollierten, zählten und wogen die Ladung, begutachteten die Qualität der Waren oder Transportschäden.

Man musste viel über die Ladung wissen. Wie Bananen gelagert werden müssen oder Tee, Kaffee, Reis und gefrorenes Rindfleisch. Alle Gerüche dieser Welt kamen hier zusammen, nicht immer die feinsten: Pansenkloppen, also stinkende, gesalzene Tierhäute, waren nicht sehr beliebt; dafür gab es „Schietgeld“, einen Geruchszuschlag. Wenn es schnell ging, war ein Bananendampfer aus Südamerika in drei Schichten entladen. Nicht selten aber lagen Stückgutfrachter zwei Wochen an der Pier. Zeit, die Heuer auf St. Pauli auf den Kopf zu hauen, hatten die Seeleute genug.

Etwa 80.000 Menschen arbeiteten damals im Hamburger Hafen. Doch von ihnen ist auf dem Foto kein einziger

zu sehen. Zufall? Hat sich eben so ergeben? Wohl nicht. Dem Fotografen ging es nicht um Menschen bei der Arbeit, er wollte ein Dokument des Hafens schaffen und einen grafischen Effekt erzielen. Schwarz stehen die Kräne und Masten, sie zeichnen ein Gewirr harter Linien, die meisten laufen gen Himmel. Davor liegen quer drei bauchige Schiffe mit weichen Linien, hell glänzt ihr Rumpf im schräg einfallenden Licht. Um den Effekt zu verstärken, wählte Fritz Fenzl eine längere Brennweite, die fern und nah zusammenschob. Im Grunde hat der Fotograf den Hafen nur benutzt, um das stetig sich ändernde ewige Spiel von Licht und Schatten aufzunehmen.

Spätestens seit Michelangelo Antonionis Film „Blow up“ weiß man, dass Fotos ihre eigene Realität entfalten. Sie zeigt sich nicht immer sofort. Der Schöpfer dieses Bildes sah etwas vor seinem inneren Auge, das er verwirklichen wollte. Er gestaltete die Realität. Wie lange er dafür brauchte, um das abstrakte Spiel aus Schwarz und Weiß, der harten Linien und der weichen Kurven in einem Hafen voller Menschen festzuhalten, wissen wir nicht. Mit Menschen war das Bild, das er vor seinem inneren Auge sah, nicht zu machen. Sein Trick war, dass er sich seinem Objekt von der Wasserseite aus näherte. So kam er zum Schuss.

Möglicherweise überhöht man die Weitsicht des Fotografen, wenn man ihn auch noch zum Seher erklärt, der die Zukunft des Hafens erahnte. Ein modernes Containerterminal unserer Tage ist ein Ort, der fast ohne Menschen auszukommen scheint. Was man sieht: gigantische Schiffe mit einem Gebirge von Containern; Containerbrücken, die wie riesige Pferde am Horizont stehen; und Stapler auf hohen Stelzenbeinen, die Boxen transportieren. Alles, was sich bewegt, blinkt aufgeregt mit orange-rotbem Warnlicht. Nur Menschen sieht man nicht.

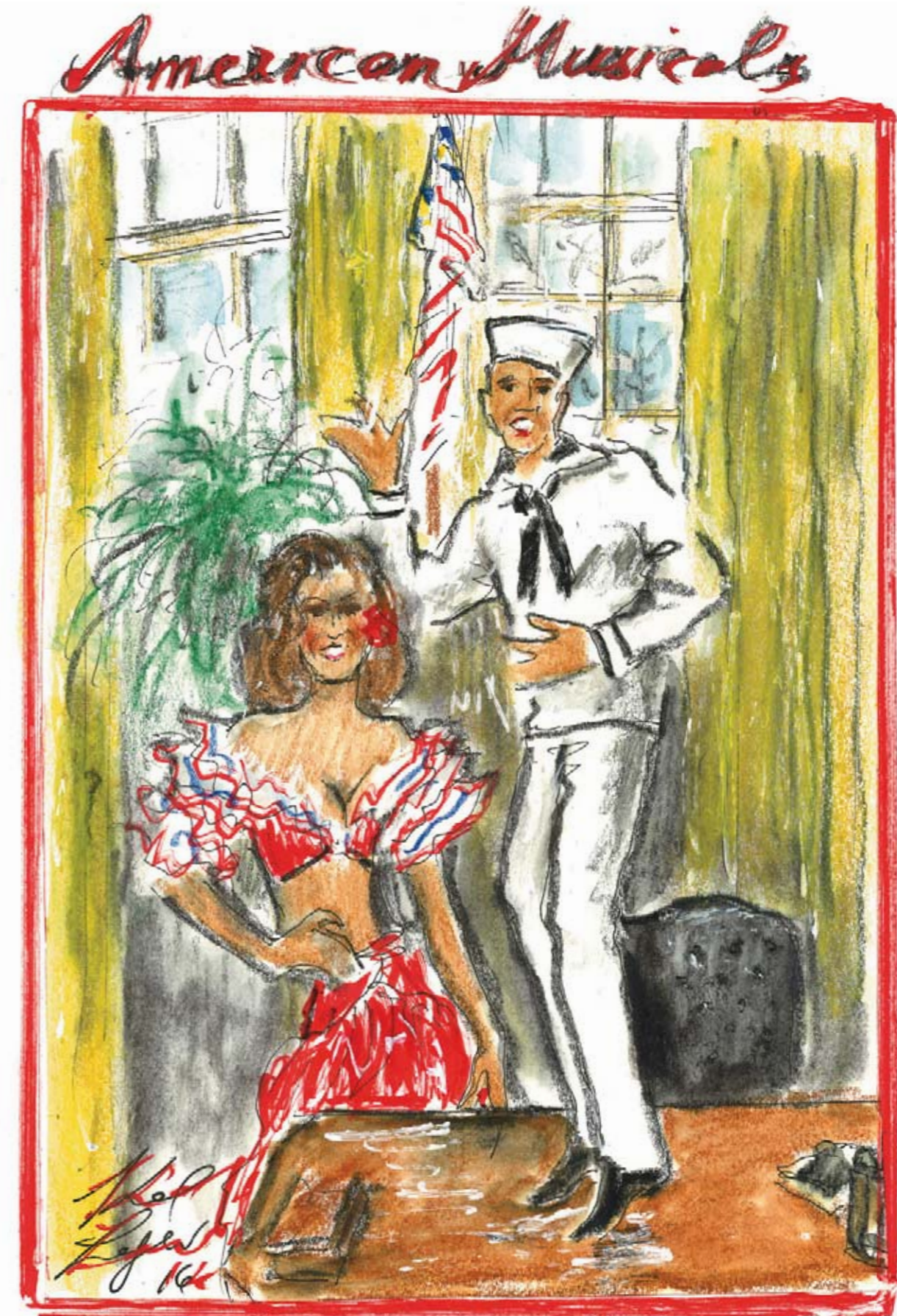
Ach ja, das Foto zeigt drei Hecktrawler und zwei Schuten. Aber darum ging es ja gar nicht. *Henning Sietz*

# Marc O'Polo

SHOES



FOLLOW YOUR NATURE  
JOSH HARTNETT



*In dem berühmten ovalen Büro  
des Weißen Hauses haben die  
Proben für die "Tournee" nach  
Cuba begonnen.*

## KARL LAGERFELD LÄSST DIE OBAMAS KUBANISCH TANZEN

Man kann und darf über die „lame duck“ Barack Obama ja fast nichts mehr sagen – die letzten Monate im Amt werden dem amerikanischen Präsidenten und dem Publikum in aller Welt sauer werden, weil andere die große Show abziehen. Aber die Versöhnung mit Kuba, die in dem Besuch des Präsidentenpaares auf der widerspenstigen Insel in gut einer Woche gipfeln wird, die darf man wenigstens schnell noch feiern. „Es ist so etwas wie Obamas letzter großer Auftritt vor den Wahlen“, sagt unser Zeichner, der Michelle Obama in typisch karibisches Outfit steckt und Barack Obama in eine Uniform der amerikanischen Navy. Wenn das keine nette

Geste der Gäste ist! Der Witz ist, wie immer bei Lagerfeld, nicht nur an der Oberfläche zu suchen. Denn erstens zeigt die Zeichnung, dass auch der Amtsinhaber ausdrucksstark sein kann, wenn auch nicht ganz so pittoresk wie einige seiner möglichen Nachfolger. Und zweitens ist es eine Abschiedsszene, die ein wichtiges Motiv der Präsidentschaft bündelt: „So nette, gutaussehende Leute hat es im Weißen Haus seit den Kennedys nicht mehr gegeben“, meint Lagerfeld. Der Modschöpfer sieht's naturgemäß mit anderen Augen als ein Politologe. Aber das scheint wirklich Obamas Geheimnis zu sein: dass er Politik zwar gemacht, aber einen Stil geprägt hat. (kai.)



# PRÊT-À-PARLER



## FÜR JÄGER, ANGLER UND SAMMLER

Die Weste hat keinen sonderlich guten Ruf. Sie ist die Requisite von Heizungsmonteuren, Mitarbeitern auf den Rollfeldern von Flughäfen, Straßenreinigern und liegengebliebenen Autofahrern. Stichwort Warnwestenpflicht: Seit 2014 muss jeder Autofahrer für Notfälle eine Weste im Kofferraum liegen haben. Zumindest die Farbe ist variabel: Sie darf rot, gelb oder orange sein.

Interessanterweise wird die Weste trotzdem beliebter, zum Beispiel bei Radfahrern. Ein einziges Rücklicht ist winters vielen nicht mehr sicher genug. Wer weiß, ob es mehr Fahrradfahrer gibt, die sich auf der Tour zur Arbeit nicht gleich den Hals brechen wollen, oder ob überhaupt das allgemeine Sicherheitsbewusstsein gestiegen ist. Aber neben einem hektisch blinkenden Zweitlicht am hinteren Schutzblech und einer zweiten Vorderleuchte werfen sich

nun immer mehr Radfahrer bei Dämmerung die Warnweste mit Reflexstreifen über. Das Modell von Stone Island (7) in Limettengrün dürfte die ästhetisch ideale Version einer solchen Warnweste für Radfahrer sein. So wie das Modell von Woolrich (3) auch die schönere Anglerweste wäre: Sie ist kürzer, mehr auf Taille geschnitten als die herkömmliche Variante und hat trotzdem die praktisch tiefen Taschen für Schnüre, Haken – und was Angler sonst noch so brauchen, um einen Fisch zu fangen.

Die oft so unpraktische Herrenmode – schmale Hosen, schmale Jacketts, Himbeerpink, Himmelblau, Blassgrau und Pistaziengrün – entdeckt jetzt das Funktionskleidungsstück Weste. Es ist nicht nur etwas für Jäger und Angler, sondern auch für Sammler mit einem Faible für feine Stoffe und gute Schnitte. Im Zweifel lassen sich sol-

che Teile schließlich wunderbar mit einer Daunenweste darüber inszenieren, wie bei Uniqlo (5). Wenn man, wie jetzt, die Winterjacke nach viereinhalb Monaten Dauernutzung nicht mehr sehen kann, wenn es aber noch nicht warm genug ist für die Übergangsjacke, kommt so eine warme Weste gerade recht. Die Weste von Z Zegna (2) hält die Brust schön warm, die Nieren bleiben leider eher kalt, denn statt aus Daunen ist das Rückenteil aus Wolle. Bei Herno (6) funktioniert das Prinzip genau andersherum, die Brust bleibt kalt, die Nieren warm. Geht auch beides? Ja! Die Modelle von Brunello Cucinelli (1) und Moncler (4) sind gesteppt, von innen mit Daunen gefüttert, von außen mit feinem Wildleder überzogen. Die erste ist in distinguiertem Bordeaux gehalten, die zweite in Karamell. Von wegen Weste und schlechter Ruf. (jwi.)

FOTOS: FRANK ROTH



## A JOURNEY THROUGH TIME – WITH RIMOWA

Die 1920er Jahre waren die Blütezeit von Hollywood und der Beginn der modernen Luftfahrt. Hugo Junkers stellte 1919 das erste Ganzmetall-Verkehrsflugzeug der Welt vor. Dieses wurde aus dem von Alfred Wilm im Jahre 1906 entdeckten Flugzeugaluminium gebaut. 1950 präsentierte RIMOWA den Reisekoffer mit dem unverwechselbaren Rillendesign aus dem gleichen Material – zu dieser Zeit der leichteste Reisekoffer der Welt. Schon damals setzte RIMOWA den Trend des geringen Gewichts – eine Pionierleistung in der Branche.



## KINDERKRAM

Weißt du, dass ich mich im Westend immer verlaufe, hatte unsere Freundin, die Buchhändlerin, ganz außer Atem gesagt, um zu erklären, warum sie zu spät ins Café gekommen war. Wir hatten eigentlich über den nächsten Spieleabend sprechen wollen, aber sie war immer noch bei den Himmelsrichtungen im Westend. Du gehst eine Straße entlang und bist ganz sicher, dass du am Ende auf die Uni stößt, und kommst statt dessen zum Reuterweg, das ist wirklich seltsam, hatte sie gesagt, und ich hatte gesagt, dass es mir genauso gehe. Dabei sei Frankfurt noch übersichtlich, hatte sie gesagt, aber Hamburg zum Beispiel ist richtig schwierig. Mein nordhessischer Cousin sagt immer, in Kassel gibt es nur zwei Richtungen, zum Herkules oder zum Rathaus, hatte ich gesagt, und die Buchhändlerin hatte gefragt, ob denn mein Cousin beim nächsten Spiel wieder mit dabei sein würde.

Also schickte ich ihn zum Öffnen, als die Buchhändlerin und ihr Mann bei uns klingelten, die Buchhändlerin fiel ihm um den Hals, und Ullrich boxte ihm gegen die Schulter. Au, sagte mein Cousin, und Ullrich sagte, dass das doch nur Spaß gewesen sei.

Möchtet ihr was trinken, fragte meine Frau.

Nach dem Essen packte mein Cousin das Spiel aus, das er mitgebracht hatte. Es hieß „Umtata“, auf dem Spielbrett war eine Europakarte abgebildet, die in vier Bereiche unterteilt war. Die Länder waren grün, violett, orange oder gelb.

Mein Cousin hielt einen Kartenstapel hoch. Hier sind Fragen, sagte er, und die Antwort ist immer genau ein Land. Jeder von uns bekommt eine Drehscheibe, auf der er eine Himmelsrichtung und eine Farbe einstellen kann. Wer die Antwort weiß, stellt auf seiner Scheibe das ein, was zu dem Land passt. Er kann aber auch, wenn er ganz sicher



ist, die Scheibe in den Karton des Spiels werfen. Wenn er recht hat, kriegt er drei Punkte, wenn nicht, keinen. Die anderen kriegen je einen Punkt für die richtige Farbe und die richtige Himmelsrichtung.

Toll, sagte Ullrich, und was sind das so für Fragen? Welches Land die meisten Regentage hat oder den höchsten Verbrauch an Weckewerk?

Nordhessen ist kein eigenes Land, wenn du das schon wieder meinst, sagte mein Cousin, und die Buchhändlerin fand, dass Nordhessen sicher genug an kulturellen Besonderheiten zu bieten hätte, um bei dem Spiel für sich allein vorzukommen. Das glaube ich allerdings auch, sagte Ullrich, und lachte hämisch.

Die Buchhändlerin wusste, dass es in Island eine Elfenbeauftragte gibt und dass in Malta die Kirchtürme zwei Zifferblätter haben, um den Teufel darüber zu täuschen, was die Stunde geschlagen hat. Sie wusste, dass der Erfinder des Zauberwürfels aus Ungarn stammt und dass es auf den Färöern mehr Schafe als Menschen gibt. Ullrich wusste nur, dass das stärkste Bier der Welt in Schottland gebraut wird. Er wurde Letzter. Die Buchhändlerin zog allen davon und machte die entscheidenden Punkte mit dem Wissen, dass das 1995 aufgelöste Brieftaubenkorps in der Schweiz zu Hause gewesen war.

Na toll, sagte Ullrich, hier gewinnt, wer in der Zeitung als erstes die Rubrik „Vermischtes“ liest und alles auswendig lernt.

Das mit dem Weckewerk stand aber nicht in der Zeitung, sagte mein Cousin.

Frag dich mal, warum, sagte Ullrich.

Und ich brachte unseren Sohn ins Bett.

Tilman Spreckelsen



Es leuchtet wieder: Im Düsseldorfer Dreischeidenhaus ist das Restaurant „Phoenix“ frisch eröffnet.

## „PHOENIX“ STEIGT AUF

Patrick Schwarz-Schütte hat viel zu tun. Erst seit kurzem ist der Düsseldorfer Unternehmer auch Gastronom. Im Dreischeidenhaus, seit 1960 Architektur-Ikone des deutschen Wirtschaftswunders in Düsseldorf und nach langer Sanierung nun in neuem alten Glanz, wurde gerade sein erstes Restaurant eröffnet. Wo einst das Dauerklingeln der Thyssen-Telefonzentrale den Raum erfüllte, klappern neuerdings nur leise Porzellanteller. Hier soll das „Phoenix“, benannt nach dem ursprünglichen Erbauer, der Phoenix-Rheinrohr AG, ein neuer Treffpunkt werden.

Auch der gestalterische Stil erinnert an die sechziger Jahre. Zur Zeit finden hier 70 Personen Platz, bald wird ein eigener Fine-Dining-Bereich im Zwischengeschoss eröffnet, und im Sommer sollen die Terrassen im 22. Stock geladenen Event-Gästen neben Delikatessen auch Düsseldorf von oben näher bringen. So eine Maschine muss erst mal zum Laufen gebracht werden.

„Eigentlich sollte das hier alles zur Entspannung dienen, aber für ein Hobby frisst es zu viel Zeit“, sagt Schwarz-Schütte lachend. „Am Anfang muss man alles selbst machen. Alle Prozesse, Probleme und Mitarbeiter verstehen. Wenn ich dann sehe, dass es läuft, kann ich aber auch delegieren. Ansonsten wäre ich nicht so weit gekommen.“

Als Unternehmer hat Patrick Schwarz-Schütte im Rheinland beinahe Kultstatus. Als er das vom Vater gegründete Familienunternehmen Schwarz Pharma 2010 veräußerte, schenkte er jedem Mitarbeiter, vom Fließbandarbeiter bis zum Abteilungsleiter, als Dankeschön 10.000 Euro. Weh getan hat den Schwarz-Schüttes die Sonderzahlung von 43 Millionen Euro wohl kaum, immerhin zählen sie zu den reichsten Familien Deutschlands.

Der entspannte Rheinländer, mittlerweile Chef der Investment-Gruppe Black Horse, will auch als Gastronom an unternehmerische Erfolge anknüpfen. Mit dem Dreischeidenhaus hat er 2011 nicht nur ein Denkmal gekauft, sondern sich selbst auch eines gesetzt – das schürt Erwartungen. „Indirekt steht hier überall mein Name drauf, und ich möchte selbst dafür sorgen, dass die Qualität stimmt. Deshalb habe ich mir auch keinen Pächter gesucht.“ Unterstützt wird er im „Phoenix“, dessen schummrig gepolstertes Interieur als Bar-Kulisse der Serie „Mad Men“ dienen könnte und in Zusammenarbeit mit den Berliner Architekten Etienne Descloux und Irina Kromayer entstand, von 35 Mitarbeitern, unter ihnen acht Köche unter kulinarischer Leitung von Philipp Soldan. Auf dessen Menükarte stehen etwa Fjordforelle mit Avocadosalsa, geschmorte Kalbsbacke mit Rahmpolenta oder Zanderfilet mit Blutwurst-Kartoffelstampf.

Patrick Schwarz-Schütte wird ihnen über die Schulter schauen, denn er ist selbst ein guter Koch. Die Leidenschaft wurde aus der Not geboren, wegen des schlechten Essens im Internat. „Es gab immer nur Nudeln, Kartoffeln und Brot, auf Dauer sehr trist.“ Ausgerechnet Johannes Mario Simmel brachte ihn darauf, selbst zu kochen: „Es muss nicht immer Kaviar sein“, für ihn die Mutter aller Kochbücher, erblickte im gleichen Jahr das Licht der Welt wie das Dreischeidenhaus. „Ein bisschen Crime, ein bisschen Sex, ein bisschen Kochen – es war der reinste Schund, aber es wurde darin gekocht, das habe ich geliebt.“

Wenn die Familie am Sonntag zum wöchentlichen Brunch eintrudelt, zaubert er wahlweise Lammkarree, Kalbsrücken, Rehkeule oder einen Wildschweinbraten. Auch Fisch ist mal dabei. Mit seinen Schulkameraden hat er früher Forellen geklaut oder mit dem Luftgewehr Kaninchen geschossen. Und als ein Mitschüler zu Weihnachten von seinem Vater per Postbeutel einen Hasen geschickt bekam, wusste er, was zu tun war. „Den haben wir dann auch noch gar gekriegt.“ Auch heute jagt Schwarz-Schütte selbst gelegentlich, unterstützt von seinen Söhnen. In Westfalen möchte er mit einer Rinderzucht anfangen – auch, um eine geschlossene Lieferkette aufzubauen, bei der man nachvollziehen kann, woher das Stück Fleisch tatsächlich kommt. „Außerdem ist mir wichtig, alle Teile eines Tieres zu verwenden. Dann gibt es halt mal Ravioli mit Rehfüllung oder einen tollen Fond aus der Schulter.“ Schließlich arbeitet man heute ganzheitlich. *Celina Plag*



Könnte auch selbst am Herd stehen: Patrick Schwarz-Schütte, hier vor dem Dreischeidenhaus, ist nun auch Gastronom.

# PRÊT-À-PARLER



# BOSS

HUGO BOSS

The Art of Tailoring  
HUGOBOSS.COM



Geschichte, Herkunft, Heilkraft: Die Zirbe ist dieser Tage eines der begehrtesten alpinen Hölzer. Serviettenring und Brett von 4betterdays, Luftbefeuchter von Zirb.

**EIN IMMERGRÜNER BAUM DER HOCHALPEN WÄCHST INS GROSSE PUBLIKUM**

Den Zirbenrauch gibt es in Österreich mindestens seit Juli 2014. Im Gebiet der Kärntner Nockalpen erwischte die Bergwacht damals einen Sammler mit mehr als 3000 Zirbenzapfen. Aus so vielen Samen der geschützten Kiefernart hätte er fast 1000 Liter Zirbengeist gewinnen können, einen Edelbrand mit roter Farbe und holzig-herbem Geschmack. Im Zirbenrauch sind eben nicht mehr nur österreichische Schnapstrinker – sondern viele, sehr viele andere.

Der immergrüne Baum, den die Schweizer Arve nennen, hat für die Bewohner der Hochalpen seit jeher eine mythische Bedeutung. „Die Königin der Alpen“ wächst in Höhen von 1500 bis 2800 Metern, wird bis zu 1000 Jahre alt und übersteht härteste Witterungen. Bauern zimmerten aus dem intensiv duftenden Holz schon vor Jahrhunderten ganze Stuben, Betten und Kleiderschränke und nutzten Zirbenöl bei Erkältung oder Gelenkschmerzen.

Mit dieser Mischung aus Historie, Herkunft und Heilkraft ist die Zirbe zu einem der begehrtesten alpinen Hölzer geworden. Schwebende Zirbenbetten findet man längst in den Stadtwohnungen naturverbundener Leistungsmenschen.

Wer nicht mindestens 2000 Euro für ein Bett aus metallfrei gesteckten Massivholzteilen ausgeben möchte, Holt sich wenigstens formschöne Wohnaccessoires aus Zirbe ins Haus, die nichts mit Schnörkel-Stil zu tun haben. Sei es eine schlicht gedrechselte Vase, ein Schneidebrett mit schwarzem Corian-Einsatz oder eine Glaskaraffe mit Zirbenkugel – so dass das Wasser schmeckt, als hätte man es mit Baumrinde aus einem Gebirgsbach geschöpft.

In seinem ausgesuchten Online-Shop 4betterdays bietet Elmar Frischmann neben Produkten aus anderen regionalen Holzarten fast für jeden Wohnbereich ein Stück aus unbehandeltem Zirbe an: ob Hundebett, Wäschtruhe, Garderobenbank oder stapelbares Regalsystem. Sein Siegel „Handmade in the Alps“ überzeugt Massivholzfreunde aus Deutschland, Australien oder den Vereinigten Staaten.

Frischmann sagt, die Kosten für Rohholz seien allein 2015 um 60 Prozent gestiegen. Viele Bauern mit Zirbenbeständen ließen gar nichts mehr fallen, im Glauben, auf Gold zu sitzen. „Dabei sind Föhre, Fichte oder Lärche genauso wohltuende Hölzer.“ Zirbe sei eine Rarität, die man auch so behandeln sollte.

Auch die drei jungen Gründer von Zirb, einem Start-up für Raumluftdesign, arbeiten am Mythos. In der Werkstatt seines Vaters entwickelte der Tiroler Student Benedikt Handler einen gleichnamigen Luftbefeuchter: In einen brandverzierten Korpus aus dem seltenen Kieferholz füllt man handgehobelte Späne, die er „Zirbenlocken“ nennt. Ein lautloser Ventilator potenziert deren Wirkung. Technik und Tradition, klares Design und die olfaktorische Erinnerung an den Wald – das faszinierte auch junge Menschen. „Beim üblichen Zirbenkissen denkt man an Omas Küchenbank, aber unser reduziertes Design fügt sich in jede Umgebung ein“, sagt Mitgründer Carl Simbruner. Steuerberater kaufen den Luftbefeuchter für ihren Besprechungsraum, Ärzte stellen ihn ins Wartezimmer, und der österreichische Fitnessguru Toni Klein stattet damit einige Studios aus. Ihr Anspruch an Natürlichkeit geht bis zur Verpackung: Zirb ist nicht in Ploppfolie gewickelt, sondern liegt auf Ötztaler Schafwolle gebettet in einer wachstversiegelten Zirbenholzkiste.

Das Material dafür sei zunehmend schwerer zu bekommen, sagt Handler. „Viele Lieferanten lassen das Holz nicht mehr an der Luft trocknen, sondern schnell in der Kammer.“ Verheerend für die ätherischen Öle. Ihren Rohstoff kaufen die Luftverbesserer bei einem Landwirt aus dem rauen Stubaital. Der alte Mann geht nur beim richtigen Mond zu den Zirben, um das kostbare Holz zu schlagen. So wie er es immer gemacht hat. *Rebecca Sandbichler*

**PRÊT-À-PARLER**

**WIE RIECHT DIE WÜSTE?**

David Seth Moltz kreiert nicht einfach Düfte, er will Geschichten erzählen. Diese Geschichten heißen dann „Bitter Rose, Broken Spear“ oder „Pale Grey Mountain, Small Black Lake“. Sie duften nach herben wilden Rosen und Berghymian oder Heidekraut und Brombeersträuchern, die entlang der Küste wachsen. Poesie in Duftakkorden. Diese Duftgeschichten füllt Moltz für sein Label „D.S.&Durga“ in Glasflaschen mit kantigen Linien. Wenn so viel in der Flasche steckt, dann braucht die Verpackung nicht viele Schnörkel.

Düfte beschäftigen Moltz seit seiner Kindheit, die er im ländlichen New England verbrachte. Vor mehr als zehn Jahren zog er nach New York und begann dort 2007, mit Ölen und Tinkturen herumzuxperimentieren. „Dabei kamen erst einige ganz grauenhafte Experimente heraus“, erinnert er sich heute. Seine erste gute Kreation sei „Cowboy Grass“ gewesen: Salbei, Präriegras und die Blüten des weißen Thymians. Eine Hommage an die rauen Männer in der amerikanischen Prärie, oder „Das Richtige, um auf

dem Rücken eines Pferdes Banken auszurauben“, wie es im Begleitheft zum Parfum heißt. Dazu ist das kolorierte Bild zweier Cowboys abgebildet, die einen Büffel jagen.

An solchen Bildern entlang entwickelt Moltz seine Kreationen. „Wenn eine Idee entsteht, recherchiere ich die gesamte Welt des Duftes, lese alte Bücher, Artikel, Reiseliteratur. Ich suche nach Hinweisen auf Aromen, die ich dann in einen Duftakkord für das Parfum verwandeln kann.“ Zuletzt zog es ihn besonders nach Nordeuropa, wo ihn die mythische Welt der Kelten faszinierte. Eine ganze Parfum-Reihe widmete er den Highlands, der schottischen Berglandschaft. Für „Spirit of the Glen“ beispielsweise schnupperte er sich dort durch einige Whiskey-Distillieren, um auf Herznoten wie „Wilde Kamille und Heu“ oder die Basisnoten „Bourbon- und Sherryfässer“ zu stoßen. „Manchmal braucht es 200 Versionen, bis alle Elemente so gemischt sind, dass sie zusammenpassen“, sagt Moltz. Manchmal genügten aber auch zehn Entwürfe, bis alles stimmt. Die Parfums stellt

Moltz in Handarbeit in seinem Atelier in Brooklyn her, die Zutaten für seine Nischendüfte ordert er in der ganzen Welt. Der zweite Teil des Teams hinter dem kleinen New Yorker Parfum-Label ist Kavi Moltz. Die gebürtige New Yorkerin hat Architektur in Los Angeles und Design in den Niederlanden studiert. Zurück in ihrer Heimatstadt, lernte sie ihren zukünftigen Mann David Seth Moltz kennen. Ihre Liebe für Design setzt sie in den klaren Glasquadern der Flaschen um. Außerdem leiht sie der Marke ihren Spitznamen „Durga“, angelehnt an die kämpferische vielarmige Hindu-Göttin. Zuletzt hat sie zusammen mit ihrem Mann versucht, den Duft der Wüste einzufangen. Wie das riecht? Nach Pinien, Kiefern und dem trockenen Sand in Westtexas.

Bisher musste man für die Nischendüfte nach New York reisen. Seit kurzem sind sie (50 ml ab 129 Euro) in ausgewählten deutschen Parfümerien sowie im Internet über [www.essenza-nobile.de](http://www.essenza-nobile.de) sowie [www.ausliebe-zumduft.de](http://www.ausliebe-zumduft.de) erhältlich. *Maria Wiesner*



FOTOS: EMANUEL KASER/PARTING (2), HERSTELLER (2)



Publicis EtNou

**DAMENBESUCH**

Es gibt in London wohl kaum einen maskulineren Ort als die Savile Row, jene unscheinbare Straße unweit von Piccadilly Circus, an der sich seit Generationen die Herrenschneider nebeneinander reihen. Ob in den Ladengeschäften im Hochparterre oder in den vom Bürgersteig einsehbaren Kellerateliers: Männer, wohin das Auge blickt.

Doch inmitten dieses Old-Boys-Networks gibt es in dem schmucken Altbau mit der Nummer 13 ein subversives Element: Phoebe Gormley, die erste Schneiderin an Londons Männermode-Meile, die sich einzig und allein um die weibliche Kundschaft kümmert.

Seit Oktober vergangenen Jahres residiert sie zur Untermiete bei „Cad & the Dandy“, einem der Platzhirsche an der Row. Von dort versorgt das „new kid on the block“, wie die britische Presse die gerade einmal 21 Jahre alte Phoebe Gormley nennt, Londons Geschäftsfrauen mit allem, nur nicht mit Massenware. Ihre erste Kundin war niemand Geringeres als Jayne-Anne Gadhia, die Vorstandsvorsitzende der Bank Virgin Money. Sie bestellte gleich ein Dutzend Teile. Besser hätte der Start für die junge Schneiderin nicht laufen können.

Ihr Ehrgeiz zeigte sich schon früh: Als ihre Eltern ihr im Alter von 13 Jahren ein Handy kaufen wollten, wünschte sich Phoebe – eine Nähmaschine. Als ihre Eltern ihr zum Wirtschaftsstudium rieten, schrieb sie sich für Kostümdesign ein. Von einem Modestudium hielt sie sich bewusst fern, „weil da alles auf Größe 34 ausgerichtet ist“. Sie aber wollte Kleidung machen, die sich der Trägerin anpasst und nicht umgekehrt.

Zu den beliebtesten Teilen ihrer Kollektion zählt „das kleine Notfall-Schwarze“, wie sie es nennt. Es ist aus Mohairwolle, federleicht und knitterfrei, ideal also für die viel reisende Geschäftsfrau. 400 Pfund kostet es – kein Schnäppchen, aber im Rahmen dessen, was man bei Selfridges oder Harvey Nichols auch für hochwertige Stangenware zahlt. Die Preise für Hosen und Röcke beginnen bei 300 Pfund, im Durchschnitt geben Phoebe Gormleys Kundinnen pro Outfit 1200 Pfund aus.

Ihre Aufnahme in den Kreis der Savile-Row-Schneider beschreibt sie als ausgesprochen freundlich. „Vielleicht hat es damit zu tun, dass ich für sie keine Konkurrenz bin.“ Einem ähnlich ambitionierten Herrenschneider hätten die Gentlemen wohl kaum so viel über Zulieferer und Schnitttechniken erklärt wie ihr während der Praktika in den Semesterferien. Phoebe Gormley empfand sie als so inspirierend, dass sie das Studium nach zwei von drei Jahren schmiss, um endlich selbst Hand anzulegen. Das damit verbundene Risiko spiegelt sich im Namen ihres Labels wider: Gormley & Gamble.

In diesem Sommer will sie mit ihrem vier Mitarbeiter starken Team nach New York reisen, um auch dort Maß zu nehmen. Dass eine große Unternehmensberatung die Dienste von Gormley & Gamble in ihrem Netzwerk empfiehlt, hilft bei der Akquise. Eines Tages will Phoebe Gormley raus aus dem Hinterzimmer und ihren eigenen Laden führen. Natürlich an der Savile Row. *Julia Löhr*

# PRÊT-À-PARLER



**„EIN KLEINER FLECK AM HEMDKRAGEN“**

*Philipp Krämer und Lukas Hofmann, beide um die zwanzig, arbeiten alte Krawatten unter ihrem Label Re-Tied in Schleifen um. Wer weiß, ob die Krawatte wirklich vom Niedergang bedroht ist. Aber für das Comeback der Schleife kommt die Idee gerade recht.*

*Herr Krämer, wie sind Sie auf die Idee gekommen, Krawatten in Schleifen umzuarbeiten?*  
Wir fingen selbst vor ein paar Jahren an, Schleifen zu tragen. Da merkten wir, dass es in Deutschland zu wenig Auswahl gibt. Es gibt zwar vorgebundene Schleifen, aber wir wollten welche zum Selbstbinden. Im Dezember 2014 haben wir für uns die ersten selbstgemacht, zunächst aus alten Gardinstoffen. Dann probierten wir es mit Krawatten.

*Und dabei sind Sie geblieben.*

Ja, wir mussten in den Stoff ein Baumwollvolumenfleece einarbeiten, ohne das wären die Schleifen zu dünn. Dann haben wir geschaut, was uns an herkömmlichen Schleifen nicht gefällt. Wir haben unsere mit Druckknöpfen versehen, so kann man sie schnell verstellen. Mit den Haken verheddert sich da oft etwas.

*Es wird viel vom Niedergang der Krawatte gesprochen – und vom Comeback der Schleife.*

Ja, auch Läden wie H&M legen das jüngeren Kunden nahe. Aber die meisten sind eben vorgebunden.

*Weshalb lassen sich Ihre Kunden die alten Krawatten in Schleifen umarbeiten?*

Oft sind das Muster, die nicht mehr angesagt sind. Als Krawatte ist das zu intensiv, und meistens sind diese Modelle zu breit für die heutige Zeit. Aber als Schleife ist es dezenter, es ist ja nur ein kleiner Fleck am Hemdkragen.

*So tragen sich die Muster auch einfacher ironisch.*

Man sagt ja auch, dass Schleifenträger eher lockere und lustige Menschen sind.

*Was halten Sie von dem Schleifenträger und Gesundheitspolitiker Karl Lauterbach (SPD)?*

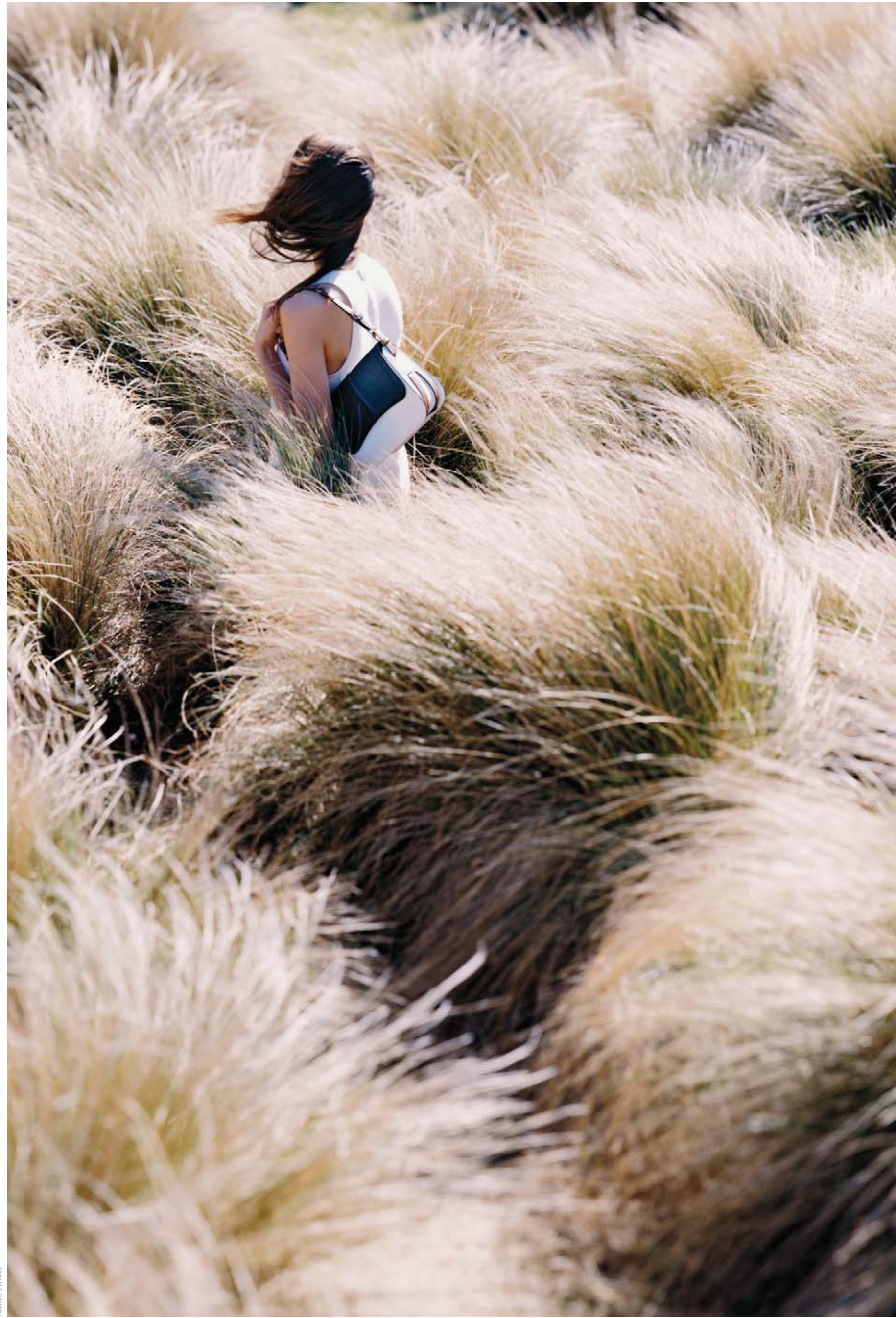
Dem sieht man an, dass er Schleifenträger ist. Das sind immer die, die auch ein paar mehr Witze machen. Besonders gerecht werden Schleifenträger ihrem Image deshalb auch mit selbstgebundenen Schleifen. Die sind nicht perfekt gerade und können auch mal an einer Seite ein bisschen herunterhängen.

*Was war bis jetzt das ausgefallenste Muster, das Sie bekommen haben?*

Das war eine Zusammenstellung aus verschiedenen Paisley-, Karo- und Golfmustern: Golfbälle und Golfspieler.

*Die Fragen stellte Jennifer Wiebking.*

Krawatten von gestern, Schleifen von heute: Re-Tied-Modelle



FOTOS: JULIA LOHR, HERSTELLER (4)

Publisch: Ethnos



45646 GARMENT DYED PIXEL REFLECTIVE HOODED JACKET IN PIXEL REFLECTIVE FABRIC. STONE ISLAND'S RESEARCH INTRODUCES GARMENT DYING ON REFLECTIVE FABRICS. THE LANDMARK Iridescent NYLON METAL FABRIC IS PRINTED WITH A RESIN SUBSTANCE CONTAINING THOUSANDS OF GLASS MICROSPHERES. THE GARMENT DYING PROCEDURE, WITH THE ADDITION OF A SPECIAL ANTI-DROP AGENT, LENDS EXTRAORDINARY COLOURS TO THE TEXTILE BASE. DOUBLE HOOD, THE DETACHABLE INNER ONE IN COTTON JERSEY. DIAGONAL HAND POCKETS WITH HIDDEN ZIP FASTENING. CHEST POCKETS WITH ZIP FASTENING. SNAP AT CUFFS. ZIP AND VELCRO FASTENING.

**STONE ISLAND**  
WWW.STONEISLAND.COM

REITUM/STYL\_C.-P.-HANSEN-ALLEE 1 MÜNCHEN/MAXIMILIANSTRASSE 27 HAMBURG\_HOHE BLEICHEN 22

SPORTSWEAR COMPANY GERMANY GMBH +49 (0)89 35892730

## AUF DIE KOKOSNUSS FOLGT DIE BIRKE

Eine frisch aufgeschlagene Kokosnuss, wahlweise mit Strohalm und bunten Schirmchen – das war noch vor ein paar Jahren der Hit auf jedem Urlaubsfoto. Doch man muss nicht mehr weit reisen für den exotischen Saft. Vor rund einem Jahrzehnt wurde die Getränkeindustrie aufmerksam – das Wasser aus der Nuss wurde vermarktet, der Hype um die Kokosnuss war geboren.

Warum nur? Kokosnusswasser mit seiner säuerlichen Note, die im schlimmsten Fall sogar leicht muffig riecht, ist gewöhnungsbedürftig. Und dennoch: Die milchige Flüssigkeit, die aus nicht viel mehr als Wasser besteht, hat Smoothies und Coffee-to-go-Becher auf den Paparazzi-Schnappschüssen der Stars abgelöst. In Deutschland steht das Wässerchen in vielen Supermarktregalen herum, vom Bioladen bis zum Discounter.

Doch obwohl (oder gerade weil?) Kokosnusswasser überall zu bekommen ist, bahnt sich der nächste „Superdrink“ bereits an: Birkenwasser. Und wie so oft bei Ernährungstrends, man denke nur an den Siegeszug des Grünkohls, ist auch dieses Wässerchen nicht neu, sondern nur neu aufgelegt. Schon die Wikinger sollen den Baumsaft getrunken haben. Bis heute ist der Konsum in Skandinavien und im östlichen Europa weit verbreitet.

Im Gegensatz zur Kokospalme, die mehrmals im Jahr Früchte trägt, kann das Birkenwasser nur zu einem bestimmten Zeitpunkt gewonnen werden. Zu Beginn des Frühlings, noch bevor die Bäume mit der weißen Rinde blühen, ziehen sie literweise Wasser aus dem Boden, verfeinern es mit Nährstoffen und pumpen es in ihre Kronen. Um an den Saft zu gelangen, werden die Stämme angebohrt. „Eine Birke produziert etwa 500 Liter Flüssigkeit, abgezapft wird nur rund ein Prozent. Solange das Bohrloch wieder geschlossen wird, schadet man dem Baum also nicht“, sagt Clara Vaisse, Mitbegründerin des britischen Start-ups „Sibberi“, das Birkenwasser seit 2015, hip verpackt, in Supermärkte und Onlineshops bringt. Während im Gründungsjahr nur etwa 500 Bäume dem Unternehmen ihren Saft gaben, ist für diesen Frühling wegen der hohen Nachfrage das Anbohren von mehr als 4000 Bäumen geplant. Dafür arbeitet „Sibberi“ mit Bauern in den baltischen Staaten und in Finnland zusammen.

Die Transportwege seien also vergleichsweise kurz, sagt Vaisse. Und noch einen Vorteil habe das Birken- im Vergleich zum Kokosnusswasser: „Beide Flüssigkeiten fördern die Hydrierung des Körpers. Birkenwasser hat jedoch nur ein Viertel soviel Zucker, 100 Milliliter kommen auf nur fünf Kalorien.“ Es schmecke aber immer noch süßlich



und habe viele Nährstoffe, die helfen sollen, den Körper von Giften zu reinigen. Sogar gegen unreine Haut und Cellulite soll das Wunderwasser helfen.

Belege dafür gibt es natürlich kaum. Aber Birkenwasser wird im Internet als einer der Trends für 2016 genannt. Und im echten Leben? Um an den milliardenschweren Kokosnusswassermarkt heranzukommen, müsste da noch einiges passieren – immerhin macht allein die größte Marke der Welt, „Vita Coco“, nach eigenen Angaben einen Jahresumsatz von 420 Millionen Dollar. Und auch als Zutat in Smoothies ist die Kokosnuss noch der Gewinner. Maik Kaiser von der Frankfurter Saftbar „Saftcraft“ setzt jedenfalls lieber auf die tropische Flüssigkeit: „Es ist einfach das isotonicste Getränk des Planeten.“ Vom Birkenwasser-Trend hat Kaiser noch nichts gehört.

Wird die Birke der Kokosnuss irgendwann doch noch das Wasser reichen? Fraglich. Da der Hype um „Superfoods“ und „Superdrinks“ aber nicht abreißt, ist wohl in den Regalen Platz für beide. *Madeline Dangmann*

FOTO FR

# PRÊT-À-PARLER

## IGNATIUS JOSEPH ERKLÄRT SICH

Mit Ignatius Joseph kann man neu sehen lernen. Der Modemann, der unter eigenem Namen Hemden entwirft, ist eines der am häufigsten fotografierten Stil-Vorbilder in Deutschland. Was für ein schöner Zufall, dass er bei den Vorbereitungen dieses Männerhefts in der Redaktion vorbeischaut und gleich mal einen kleinen Vortrag hält: „Wir

reden nicht von Mode, wir reden von Stil“, ruft er. „Die Deutschen haben auf ihren Geschäftsreisen in alle Welt nicht viel gelernt; die Belgier zum Beispiel sind besser angezogen.“ Unsere Gesellschaft, meint der Modemann aus Düsseldorf, sei weit gekommen, aber nicht in Sachen Stil. Daher hier einige Ratschläge. *(kai.)* Foto Helmut Fricke

Mit diesem Hemd ist er Werbeträger für sich selbst. Heute wirkt es fast blass, generell plädiert er für Farben. „Mit Orange zum Beispiel kann man ein bisschen Freude ins Leben holen.“



Heute mal keinen Bowlerhut, sonst aber gerne. „Man sieht so viele Baseball-Kappen, falsch herum. Warum dann nicht einen richtigen Hut? Wir hatten hier einen der größten Hutmärkte vor dem Krieg. Was ist aus uns geworden? In Florenz tragen die jungen Männer Hüte!“ Wenn es kein Hut ist: Auch Brille und Bart und graues Haar sind markante Accessoires.

Auch die letzten Krawattenmacher sterben aus, weil jeder an die Bequemlichkeit denkt. „In Londoner Clubs“, sagt Joseph, „kommt man nur mit Krawatte!“ Bei Autohändlern, meint er, lässt man sich genau beraten über die Vorzüge bestimmter Modelle, aber vom Herrenausstatter will man keinen Rat hören. „Kaufen sich neue iPads, aber laufen rum wie ein Lump“, sagt er über *digital natives*, die technisch avanciert sind, aber in der Selbstdarstellung von vorgestern. „Glauben Sie mir“, ruft Ignatius Joseph fast schon verzweifelt, „ich habe sogar schon Landräte gesehen, echte Landräte, die Krawatten mit Elefanten darauf tragen.“ Was soll man dazu noch sagen?

Helleres Blau, das wirkt nicht so spießig wie das ewige Dunkelblau. „Sie können das tragen, Herr Joseph, ich nicht“, sagen ihm Manager. Da wird er regelrecht wütend: Jeder kann das so tragen! Auch mit der Figur kann man sich nicht rausreden: „Es gibt heute so viele gut geschnittene Anzüge! Sogar Gianfranco Ferré sah gut im eng geschnittenen Anzug aus!“

Graue Flanellhose? Warum nicht! „Ich sehe kaum noch graue oder beigefarbene Anzüge, alle tragen Schwarz, heute morgen im Flugzeug bestimmt 70 Prozent. Dabei ist Schwarz doch für Beerdigungen.“ Es sei nicht so einfach, sich individuell zu kleiden. „Aber man kann es doch wenigstens mal ausprobieren!“ Man muss es ja mit dem Hochwasser nicht so übertreiben wie er.

Die allermeisten Schuhe, die in Deutschland gekauft werden, sind – schwarz. Man kann sich seine maßlose Enttäuschung darüber vorstellen: „Langweilig!“ Bei Sneakern, sagt er, gehe es ja auch mit der Farbe. Warum nicht auch beim klassischen Schuh?

Schwarz, schwarz, schwarz! „Es ist mir immer wieder ein großes Rätsel, warum deutsche Männer nur schwarze Socken tragen“, meint Joseph. „Für ihre Autos wollen sie tolle Farben, für ihren eigenen Fuß nicht.“ Er trägt mal Blau, mal Rot, mal Grün, je nach Wetter und Jahreszeit und Stimmung. „Warum nicht Orange, für einen Kick?“

AJ Filou Princ Sangius Graf  
 Sherome Perseides Rokka  
 Nillius Twilliam Frankson

**DIESE NAMEN GEHEN GAR NICHT**

Schön, wenn die Menschen kreativ sind. Aber es gibt auch Grenzen. Zum Beispiel, wenn andere Menschen ins Spiel kommen, erst recht der eigene Nachwuchs. Leider sehen das nicht alle Eltern so. Jedes Jahr lehnt die Gesellschaft für deutsche Sprache untragbare Namensvorschläge ab. An den in den neunziger Jahren in Schweden verweigerten Vornamen „Brfxcxcxmpccclllmmnprxvlmncskssqllb11116“

(ausgesprochen „Albin“) kommen die Ausbrüche deutscher Eltern im vergangenen Jahr zwar nicht heran. Aber kurios bis brutal sind die abgelehnten Ideen allemal. Die Gesellschaft für deutsche Sprache hat, von Ständesämtern nach ihrem Urteil befragt, 2015 rund 45 Jungennamen für unmöglich erklärt. Hier ein paar Beispiele – zum Glück muss niemand mit ihnen leben. *Madeline Dangmann*

**PRÊT-À-PARLER**

**SCHWARZWÄLDER BRETTGESCHICHTEN**



Ein Schreiner mit eigener Schreinerei hat es in Deutschland nicht leicht. Noch gehört er zwar nicht zu den stark gefährdeten oder sogar vergessenen Berufen wie Maulwurfänger oder Gasrieher. Aber die guten Zeiten, als sich jeder Haushalt seine Inneneinrichtung beim Tischler anfertigen ließ, sind lange vorbei. Die Massenware Stuhl, Tisch und Bett für Möbelhäuser und Onlineshops wird heutzutage überwiegend in Fernost hergestellt und eben nicht von einem Schreinermeister wie Raphael Pozsgai im schönen Oberheim-Örtchen Heitersheim. „Die Konkurrenz ist groß“, sagt Pozsgai und meint damit nicht nur die Kollegen aus China oder Polen. Auch in Deutschland buhlen viele Schreiner um die Gunst der wenigen Kunden. So kam Pozsgai mit drei anderen Schreiner aus dem Schwarzwaldraum auf die Idee, sich mit eigenen handgefertigten Entwürfen am Rande der Kölner Möbelmesse zu präsentieren. Die vier – Felix Forsbeck, Sebastian Schilling, Marco Singer und Raphael Pozsgai – kannten sich von der Meisterschule in Freiburg. 2010 stellte jeder von ihnen beim Begleitprogramm der IMM Cologne, den Passagen, erstmals eine Arbeit aus Holz vor. „Wir wollten gutes Design mit einem regionalen Bezug zeigen“, sagt Pozsgai. Die Gruppe nannte sich „Brettgeschichten“. Der Aufwand, jedes Jahr in Köln etwas Neues zu zeigen, war aber groß, der Erfolg mäßig. Einer nach dem anderen sprang ab. Pozsgai war in diesem Jahr der Einzige, der bei der größten deutschen Designveranstaltung wieder mitmachte. Dieses Mal waren seine Werke im „Café Central“ an der Jülicher Straße zu sehen, darunter einige ältere Entwürfe wie sein Schwarzwälder Melkschemel „Angus“, der auf

hohen Beinen zum Barhocker wird. Dazu aber auch seine „Wohnkiste“, die rechtzeitig zur Messe fertig wurde. Die Kiste ist schlicht und funktional. Sie passt sich von der Größe her an vieles an: Aktenordner und Bücher zum Beispiel, die sich in ihr passgenau transportieren, übereinander stapeln oder als Regale an die Wand hängen lassen. Dazu gibt es Deckel, so dass die geschlossene Kiste als Beistelltisch dienen kann.

Als Schreinermeister arbeitet Pozsgai nur mit natürlichen Materialien – vor allem mit geölter Eiche und Valchromat, einer aus Kiefernspänen verpressten Holzfasersplatte. Das innovative Produkt aus Portugal lässt sich komplett durchfärben und wird auch für Kinderspielzeuge verwendet. „Die Farbstoffe sind organisch und darum völlig unbedenklich.“ Die Farbpalette ist groß, der Ein- und vierzigjährige schätzt aber den Kontrast von Braun und Schwarz. Auch sein neues Sideboard wirkt dadurch edel. Die Türen sind aus schwarzem Valchromat hergestellt, eingelegte Details in Eiche zeigen an, wo die grifflosen Fronten berührt werden müssen, damit sie sich öffnen. Er nennt seine Anrichte „Ultimo16“. Raphael Pozsgai (www.pozsgai.de) hat sich nämlich ein Ultimatum gestellt: Sollte es mit seinem Durchbruch als Designer dieses Jahr nichts werden, dann finden die Brettgeschichten aus dem Schwarzwald endgültig ihr Ende. *(pps.)*



**EINIGE FRAGEN ZUR ZEIT, WOLFGANG JOOP**

*Herr Joop, Sie haben Ihre Arbeitsvilla in Potsdam hinter sich gelassen. Abgeschlossen und verkauft.*

*Ist das auch ein Abschied von Potsdam?*  
 Nein, ich bleibe da wohnen. Aber das Überrenovierte hat mir den melancholischen Zauber der Erinnerung geraubt.

*Jetzt fahren Sie also nach Berlin zur Arbeit, ins alte „Hotel Bogota“ an der Schlüterstraße. Wie ist es denn dort?*  
 Man braucht eine weiße Wand. Es sieht hier aus wie eine Luxus-Zahnarztpraxis, nur der Bohrer fehlt noch.

*Charlottenburg ist sicher inspirierend mit der Nähe zum Ku'damm. Warum aber präsentieren Sie dann Ihre Mode, wie im Februar, in Mailand, nicht in Berlin?*  
 Das wäre das falsche Umfeld. Die naive Selbstgefälligkeit hier in Berlin steht in großem Kontrast zum Zeitgefühl. In Berlin herrscht immer das Versprechen, dass es bald losgeht, aber alle sind schon über 35. Da war Mailand, der Corso Como, wirklich die bessere Wahl: Die Reaktionen waren hervorragend.

*Aber Berlin ist als Erinnerungs- und Sehnsuchtsort doch immer dabei.*

Schon. Auf dem Weg von zu Hause zur Arbeit komme ich am Funkturm vorbei. Als ich mit vier Jahren starke Hustenanfälle hatte, meinte meine Mutter, ich brauche Höhenluft, also fuhren wir zum Funkturm. Da habe ich den ersten Orangensaft meines Lebens getrunken. Und ich sah eine unvergessliche Frau mit grünem Kostüm und hohen Hacken. So etwas habe ich nie mehr gesehen.

*Das Modesystem gerät immer stärker durcheinander – mit der Saisonaufteilung, dem Druck von Investoren, der Konzentration auf eigene Geschäfte statt Multi-Label-Boutiquen.*  
 Ja, in der Mode spürt man die Falle der endlosen Beschleunigung und sucht zumindest optisch nach Themen, die entschleunigt wirken. Ein Trend zur Nostalgie ist überall sichtbar. Es ist schon erschreckend, dass wir uns seit 1800 zweihundertfach beschleunigt haben. Es gibt junge Designer, die Schwüre geleistet haben, niemals eine Pre- oder Cruise-Collection zu machen.

*Sie haben offenbar ein anderes Bild von der Mode als die meisten anderen Designer.*

Ja. Die mit Stiletto und Handtasche bewaffnete Frau wirkt alt. Nichts ist schlimmer als der hunderttausendfach wieder aufgegebene Teebeutel von Tom Ford. Ich will Mode machen aus Fleisch und Blut und unerfüllbaren Träumen.

*Die Stimmungslage in Deutschland ist irgendwie seltsam wegen der Flüchtlingskrise.*

Man vergisst schnell, dass der Planet Erde uns allen gehört. Der Planet Fashion war immer schon offen für alles Fremde, das Erneuerung und Fortschritt brachte. Es riecht alles nach neuen Wahrheiten, nach Revolution sogar. Wir sind aber noch immer die Alten. Wir haben uns noch nicht mit Apple gepaart und noch kein neues Genom geschaffen.

*Die Fragen stellte Alfons Kaiser.*

FOTOS: PATRICK SEBASTIAN, RALF JANKOWSKI (2)

© Cantiere Maggior



HERNO

# LECHTS UND



Er verliert jetzt seinen Winterpelz: Guido Wolf muss Walesco dringend büsten.

Foto Rüdiger Soldt

## „Im Stall fällt alles von mir ab“

Mit CDU-Kandidat Guido Wolf beim Pferd Walesco

Von Rüdiger Soldt

Südwesten weiß das: Er ist fast so lange politisch tätig, wie er sich mit Pferden beschäftigt.

Walesco ist 27 Jahre alt. Guido Wolf reitet ihn seit 23 Jahren. „Es gab schon viele Begegnungen mit ihm“, sagt Wolf, greift zum Zügel und zum Kehrlriemen und zieht Walesco etwas zu sich heran. „Der verliert jetzt seinen Winterpelz, da muss man ihn ein bisschen büsten.“

Guido Wolf ist in einer Familie mit großer Nähe zur Landwirtschaft aufgewachsen. Sein Großvater mütterlicherseits, Franz Weiß, war von 1946 bis 1952 Landwirtschaftsminister von Württemberg-Hohenzollern. Sein Vater, heute 95 Jahre alt, arbeitete in einer landwirtschaftlichen Genossenschaft. Striegeln, Aufsatteln, Hufe auskratzen – der Politiker hat das als Jugendlicher gelernt. Sein Vater, fest mit der oberwälbischen Bauernwelt verbunden, sei schon immer ein „großer Pferdenarr“ gewesen, im Krieg sei er bei der Kavallerie gewesen. Als er 16 oder 17 Jahre alt war, die Geschwister waren gerade aus dem Haus, da habe der Vater eher zufällig eine Fuchsstute ersteigert. „Wir mussten dann einen Unterstand für das Pferd finden, und ich musste mich kümmern und war verantwortlich.“

Der Reiter Guido Wolf ist ein anderer Mensch als der Politiker Guido Wolf. Er kann endlich einmal so reden, wie er möchte, kann das Korsett der politischen Rhetorik ablegen – so wie man ein Pferd vom Halfter befreit. „Wenn ich im Pferdestall bin, wenn ich Walesco putze, sattle oder

reite, dann ist das wunderbar, dann fällt alles von mir ab.“ Wolf mag es, wenn die Tiere auf der Koppel herumtoben, wenn er mit Freunden durch das Umland von Weingarten reiten kann, wenn es am Ende des Ausritts eine kräftige Vesper gibt. Zwei bis drei Stunden dauern Wolfs Ausritte, meistens ist er am Sonntag unterwegs; in der Woche kümmert sich eine befreundete Familie um das Tier.

„Auf dem Rücken eines Pferdes erlebt man die Natur ganz anders, unmittelbarer, auch noch direkter als auf einem Fahrrad, das ist für mich eine ganz besondere Form der Entspannung.“

Solange er sich im Wahlkampf befindet, müssen allerdings fast alle Ausritte ausfallen. Statt ammoniakhaltiger Luft im Pferdestall schnuppert Wolf den Bierdunst in den Stadthallen, in denen er für seine Politik wirbt. Auch für ein anderes Tier, das Wolf ans Herz gewachsen ist, hat er im Moment wenig Zeit: den Ziegenbock Joggeli. Das braun-weiße Tier war ihm auf einer politischen Sommerfahrradtour begegnet. Fast wäre der Ziegenbock im Alter von drei Monaten zum Schlachter geführt worden. Wolf hatte Mitleid und brachte ihn in einen Streichelzoo auf den Risiberg bei Tuttlingen, das auch in seinem Wahlkreis liegt. Guido Wolf erzählt gern von seiner Tierliebe, ohne dass er es schamlos für seinen Wahlkampf ausnutzen würde. Ein privater Regionalsender hat aber darüber sogar mal einen halbstündigen Film gedreht.

Wie oft wird er Walesco und Joggeli noch begegnen, falls er Ministerpräsident werden sollte? „Ich habe schon vor, mir dieses Hobby zu erhalten. Man kann sich nicht alles selbst verbieten, was einem gut tut.“

Wolf führt Walesco zurück in den Stall, holt eine Decke und nimmt das Halfter ab. Wenn das politische Leben mal hinter ihm liegen wird, kann Wolf sich vorstellen, sich auf einen Bauernhof zurückzuziehen, mit Hunden, Katzen, Pferden. Aber sein nächstes Ziel ist die Staatskanzlei. Der frühere Ministerpräsident Günther Oettinger ließ dort im Garten damals seinen Golden Retriever herumlaufen. Der Hund namens Lucky begleitet den EU-Kommissar heute noch.

# RINKS

Am Sonntag wählt Baden-Württemberg einen neuen Landtag. Die beiden Spitzenkandidaten zehren von ihren Hobbys – besonders in ungewissen Zeiten.



Japanische Säge als Erweckungserlebnis: Winfried Kretschmann entspannt beim Heimwerken zu Hause in Sigmaringen.

Foto Wolfgang Eilmes

## „Es geht ums Herstellen“

Mit Ministerpräsident Winfried Kretschmann in der Werkstatt

Von Jasper von Altenbockum

lassen – für den Biologen in Kretschmann muss das ein persönlicher Evolutionssprung gewesen sein. Aber eigentlich ist es ganz trivial: „Vieles, was ich handwerklich kann, kommt nur vom Zuschauen, vom Dabeisein.“

Außerdem ist da noch die japanische Säge als Erweckungserlebnis, und natürlich die elektrische Stichsäge, zwei Offenbarungen für jeden Heimwerker, der dachte, mitteleuropäischer Maschinenbau habe nicht mehr als den Fuchsschwanz hervorgebracht. Ein Beruf wurde daraus nicht, aber weit mehr als nur ein Hobby. Das wird klar, als Kretschmann das Wort „Poiesis“ in die Werkstatt wirft, in der, wie man bei dieser Gelegenheit sieht, ziemlich harte Bretter gebohrt werden.

Das Gefühl von damals, in der Schmiede im Dorf, stellt sich nicht mehr ganz so oft ein wie vor Jahren, als Winfried Kretschmann zwar schon Politiker (der Grünen übrigens), aber noch nicht Ministerpräsident von Baden-Württemberg war. Seither zimmert er von morgens bis abends Gesetze. Aber das ist etwas ganz anderes. Da kann man zwar auch seinen „natürlichen Hang“ ausleben, „dass man etwas macht, was bleibt“. Aber bleibt es wirklich? Vor allem aber: Ist Politik nicht ein ewiges Werden? Der Ministerpräsident sagt: „Bei einem normalen Gesetz herrscht eher das Gefühl: Man ist wieder ein Stück weitergekommen. Es gibt nur selten die Gelegenheit, dass man das Gefühl hat: Jetzt ist was da!“ Das ist das ganze Geheimnis der Heimwerkerei. „Du stellst etwas her, und dann ist das

fertig. Als Lebenskontrast zur Politik ist das unglaublich wichtig. Man macht etwas, und das ist dann endgültig fertig, das ist dann zum Anfassen.“ Eigentlich ist es der Lebenskontrast zu allem, was man so tut im Leben und womit man nie fertig wird.

Was hat es also mit der „Poiesis“ auf sich? „Es geht ums Herstellen, ums Machen, um Poiesis und nicht um Handeln, um Praxis.“ Winfried Kretschmann hat das von Hannah Arendt, die er verehrt und die nicht umsonst einen Schüler hervorgebracht hat, Richard Sennett, der ein ganzes Buch lang über „Handwerk“ philosophierte. Was Kretschmann über seine Heimwerkerei sagt, könnte aus diesem Brevier des *homo faber* stammen: „Etwas ins Werk setzen ist für mich ein Gegenpol zur Politik, man bekommt den Kopf frei. Bei nichts bekomme ich den Kopf so frei wie beim handwerklichen Arbeiten. Du musst dich auf die Arbeit konzentrieren. Sonst bekommt man nichts hin. Wenn man sich nicht konzentriert, dann misst man falsch, im Ergebnis funktioniert es nicht, dann krieg ich einen Anfall. Nach 20 Minuten bin ich in dieser Poiesis, und das Andere verschwindet. Das ist die maximale Erholung. Ich schalte um auf dieses andere Tun.“

So weit weg von der Politik ist das „Abschalten“ aber nun auch wieder nicht. Das war schließlich immer der Sehnsuchtsort aller Politik: dass der Mensch wieder ganz zu sich finden möge, wieder Kind sein darf, eins mit sich und der Welt, oder in der heimwerkergerechten Sprache im Baumarkt von Hannah Arendt: „dass der gleiche Stuhl und der gleiche Tisch den jeden Tag veränderten Menschen mit gleichbleibender Vertrautheit entgegenstehen“.

Womit wir wieder beim Tisch im Garten der Kretschmanns wären, der noch einige Zeit immer der gleiche sein dürfte – wie der Fels, vor dem er steht. Das Gefühl, das Kretschmann in den Werkstätten seiner Kindheit hatte, wird sich hier vielleicht auch einstellen, ohne dass er gerade an der Hobelbank steht. Aber wahrscheinlich steckt in jedem Holz, das Kretschmann bearbeitet hat, ein Stück Heimweh nach dem Dorf und der Werkstatt und dem Feuer des Schmieds.

Mr. Jones: Der leichtfüßige Sessel auf Rollen (Adea) ist nach Alexander Lerviks Jugendidol benannt, dem britischen Musiker Howard Jones.



HangSmart: Den Wandhaken hat Lervik für Absolut Art entworfen, eine Plattform für zeitgenössische Kunst.



HomeLift: Bis zu sechs Stockwerke hoch kann der Fahrstuhl (Aritco) fahren. Er ist der erste seiner Art für die Privatwohnung, das Design lässt sich beliebig anpassen.



ALEXANDER LERVIK

Das altehrwürdige Warenhaus Nordiska Kompaniet in Stockholm, kurz NK, hat berühmte Vorbilder: Harrods in London, Galeries Lafayette in Paris und KaDeWe in Berlin. Zur diesjährigen Stockholmer Möbelmesse feierte das Haus an der Hamngatan, das auch „kungl. Hovleverantör“ ist, einen Designer besonders – den Schweden Alexander Lervik. Neun Monate hatte er zuvor an seiner Ausstellung in dem Kaufhaus gearbeitet, an der niemand so einfach vorbeigehen konnte. Die Werk-schau begann nämlich schon vor der Tür in den Schaufenstern. Selbst ein Produkt, das gar nicht zu sehen war, zog die Aufmerksamkeit auf sich. Lervik, Jahrgang 1972, hat einen Wandhaken für Bilder entworfen. Das klingt banal, doch mit der kleinen Plastikarbeit „HangSmart“ lässt sich ein Gemälde einfach ein paar Zentimeter nach links und rechts, oben und unten schieben, bis die richtige Position gefunden ist. Um das zu veranschaulichen, bewegten sich im Schaufenster acht großformatige gerahmte Fotos wie von Geisterhand über eine Wand. Gutes Design, sagt Lervik, muss schön und innovativ sein. Das gilt auch für den Lift, den er für den privaten Hausgebrauch entworfen hat. Ein Fahrstuhl fürs Wohnzimmer oder die Küche, um zum Beispiel Koffer oder Einkaufstaschen zu befördern oder auch selbst vom Schlafzimmer hinunter zur Sauna zu fahren, ist als marktauglicher „HomeLift“ etwas nie Dagewesenes, und dass man in der gläsernen Box keine Knöpfe drückt, sondern an einem Rad dreht, ist auch neu. Lervik sieht in seinem Lift, der nicht mehr Energie verbraucht als eine Glühbirne, eher ein Möbelstück als eine technische Errungenschaft. Vor drei Jahren hat er die ersten Skizzen aufs Papier gebracht.

Was ihm am meisten bei dem Entwurf zu schaffen gemacht hat? Die vielen gesetzlichen Auflagen. Denn natürlich darf auch in seinem „HomeLift“ zum Beispiel ein Alarmpknopf nicht fehlen.

# NORDISK BY NATURE

Skandinavische Designer sind auch heute noch formgebend.

Von Peter-Philipp Schmitt



Bergen: Bei dem Stuhl (Offect), zunächst entworfen für die Aula der Universität von Bergen, scheinen Sitz und Lehne zu schweben.



Balance: Die Vasen (Muuto) sind fest mit ihrem Untergrund verbunden.

HALLGEIR HOMSTVEDT

Sein jüngster Entwurf heißt „Bergen“. Mit ihm gewann Hallgeir Homstvedt einen Wettbewerb gegen neun Konkurrenten. Gesucht wurde ein neues Sitzmöbel für ein altes Gebäude der Universität Bergen – die Aula aus dem Jahr 1894. Der Norweger ließ sich von den imposanten Rundbogenfenstern des Baus anregen. Er nahm ein Stück Papier, zeichnete ein Fenster, malte ein Viereck und einen Kreis passgenau hinein, schnitt sein Werk aus, knickte es in der Mitte – fertig war der Stuhl. Sitz und Lehne bilden, wenn das Licht von hinten auf sie fällt, am Fußboden einen Schatten, der die Form der Fenster zeigt. Das hat wohl auch die Juroren überzeugt. „Ursprünglich“, erzählt der Mann aus Oslo, „sollte der Stuhl ‚Lui‘ heißen, weil er an einen Sessel aus der Zeit Ludwigs XV. erinnert. Der Name war aber schon vergeben.“ Bei „Bergen“ bilden der runde Sitz und die eckige Lehne, die in der Luft zu schweben scheinen, einen starken Kontrast. Beim Sessel des französischen Königs war es übrigens genau umgekehrt: der Sitz war eckig, die Lehne rund. Der Stuhl, entworfen für den schwedischen Hersteller Offect, ist wie geschaffen für ein Auditorium. Er lässt sich stapeln, die Sitzreihen sind dank der eckigen Rücken äußerst akkurat, und wenn der Stuhl mit Stoff bespannt ist, schluckt er störende Nebengeräusche. In Holz steht „Bergen“ in der Cafeteria der Universität, auch mit höheren Beinen als Barhocker. Homstvedt, Jahrgang 1977, sollte eigentlich – wie sein Vater – Ingenieur werden. Doch das war ihm viel zu langweilig. Seit sechs Jahren hat er sein eigenes Studio in Oslo und entwirft Möbel, Leuchten und Alltagsgegenstände wie etwa die Vasen „Balance“ für den dänischen Produzenten Muuto. Die kleinen getöpften Skulpturen stehen mal zu zweit, mal zu dritt beieinander oder auch ganz alleine. Montiert hat sie der Norweger auf einen flachen stählernen Untergrund, damit die Gefäße selbst in Schiefelage nicht aus dem Gleichgewicht geraten.



Frame: Diese Skulptur ist auch ein Sessel (Materia), in den man sich von beiden Seiten hineinsetzen kann.

DUVERELL & GIERTZ

Raumteiler und Schallabsorber haben Konjunktur, seit Unternehmen die Vorteile von Großraumbüros wiederentdeckt haben. Wer morgens zur Arbeit geht, hat heute oft seinen Laptop unterm Arm und muss sich jeden Tag aufs Neue einen Platz suchen. Privatsphäre ist untersagt, der eigene Blumentopf auf dem Schreibtisch oder gar das Bild der Ehefrau samt Kindern ist verboten. Trotzdem soll das Arbeiten angenehm gestaltet sein, was Designer wie Roger Duverell (auf dem unteren Bild links) und Ola Gierzt auf den Plan rufen. Sie haben für den schwedischen Büroausstatter S-Line Office den Raumteiler „Pixel“ und den Schallabsorber „Wave“ entworfen. Die beiden – Gierzt ist Designer, Duverell Architekt – arbeiten seit zwei Jahren zusammen. Beide haben ihr jeweils eigenes Studio in Helsingborg in Süd-Schweden. „Gemeinsam sind wir stärker“, sagt der 30 Jahre alte Gierzt. Auch wenn Duverell 26 Jahre älter sei als er, so hätten sie doch denselben Humor. „Bei der Arbeit sind wir Kindsköpfe und eigentlich gleich alt“, meint Duverell. Ihre Produkte sind alles andere als kindisch. „Pixel“ und „Wave“ bestehen aus gleichgroßen Modulen, sie sind aus Stahl und mit Filz bezogen. Die einzelnen Elemente, die es in 50 Farben geben soll, lassen sich einfach verschieben, „Wave“ kann zudem auch in Wellenform über Ecken und Kanten hinwegfließen. Mit ungewöhnlichen Raumteilern hat Ola Gierzt bereits Erfahrung: Für Materia hat er 2015 einen ganz und gar ungewöhnlichen Sessel entworfen. „Frame“ ist ein dreidimensionales Möbel auf vier Beinen. Wer sich hineinsetzt, wird umrahmt, von der Seite verschwindet zumindest der Oberkörper komplett. „Frame“ kann an der Wand stehen, die dann zur Rückenlehne wird, als Skulptur mitten im Raum, so dass man von beiden Seiten Platz nehmen kann, und wenn man mehrere der Sessel zusammenschiebt, werden sie zu einem Bett.



Pixel: Die einzelnen Elemente des Raumteilers (S-Line Office) lassen sich verschieben.



Hector: Das Kastensofa (Erik Jørgensen) ist wieder da, mit besonders weichen Lederkissen.

ANDERSSEN & VOLL

Torbjørn Anderssen saß im vergangenen Jahr im Flugzeug nach Mailand und zeichnete. Heraus kam ein Sofa mit harten kantigen Linien außen und weichen runden Polstern innen. Er wusste sofort, wer als Hersteller am besten zu dem Entwurf passen würde: die Erik Jørgensen Möbel-fabrik aus Svendborg in Dänemark. Im Mai sprachen Torbjørn Anderssen (auf dem Bild rechts) und sein Designpartner seit Studienzeiten, Espen Voll, bei Erik Jørgensen vor, im Juli wurde der Vertrag unterschrieben, im Februar wurde das fertige Produkt mit Namen „Hector“ auf der Stockholmer Möbelmesse präsentiert. Anderssen nennt es ein „super-klassisches Erik-Jørgensen-Sofa mit einer zeitgemäßen Wendung“. Fast könnte man meinen, die beiden Norweger hätten eine Kiste aufgeschnitten, sie auf dünne Beinchen gestellt und dann sehr weiche Lederkissen in sie hineingelegt. Anderssen & Voll bilden seit 2009 eine Studiogemeinschaft. Zuvor waren die beiden schon Gründer einer Designergruppe mit Namen „Norway Says“. Mit ihr wollten sie das Interesse für eine junge Designergeneration im hohen Norden Europas wecken und prägen gleich auch eine neue Richtung im Design, „New Nordic“ genannt. Höhepunkt und Ende ihrer Pioniertat war 2009 eine Retrospektive der zehn Jahre „Norway Says“ im Museum für Kunst, Architektur und Design in Oslo. „Als norwegischer Designer muss man sich international ausrichten“, sagt Anderssen. „Denn in Norwegen gibt es keine starke Möbel-industrie wie in Schweden oder Dänemark.“ Trotzdem sind die beiden – Anderssen, Jahrgang 1976, stammt aus Elverum, Voll ist neun Jahre älter und in Trondheim geboren – Norwegen treu geblieben. Ihr Studio befindet sich in Grünerløkka, Oslo. Künstlerviertel. Und längst sind sie auch international erfolgreich, wie ihr skandinavisch minimalistischer Hocker „Tibu“ für den italienischen Hersteller Magis beweist.



Tibu: Minimalistisch und doch funktional ist der in der Höhe verstellbare Hocker (Magis), der drinnen wie draußen stehen kann.



Howdoyoudo und Giardini: Die Stühle stammen aus der neuen Kollektion von Björn Dahlströms Label Articles.



BJÖRN DAHLSTRÖM

Der Sessel ist fast schon ein Klassiker, er steht auch in der Sammlung des Nationalmuseums in Stockholm. Trotzdem wird er nicht mehr hergestellt. Das heißt: jetzt wieder, denn sein Designer Björn Dahlström hat ein eigenes Label gegründet und produziert nun selbst. „Mein ‚Superstructure‘ ist ja ein gutes Produkt“, meint er. „Das sollte man auch kaufen können.“ So gründete der Schwede Articles und legte einige ältere Entwürfe neu auf – wie den „Superstructure“, dessen Sitzschale an ein rundes Blatt erinnert, von dem nur die Rippen übrig sind. Auch einige neue Entwürfe hat Dahlström, Jahrgang 1957, in die Kollektion aufgenommen – den Holzstuhl „Howdoyoudo“ und den Garrenstuhl „Giardini“ aus Stahl zum Beispiel. Der Schwede, der seit 1982 sein Studio in Stockholm hat, zählt zu den bekanntesten und gefragtesten skandinavischen Designern. Als ein solcher sieht er sich auch: „Ich bin ja hier aufgewachsen.“ Design, meint er, hätten die Schweden in den Genen. „Ehe ich wusste, was Design überhaupt ist, war es schon da.“ Wie selbstverständlich hatten seine Eltern all die Klassiker von Firmen wie Fritz Hansen und Iittala oder Designern wie Arne Jacobsen und Alvar Aalto in ihrer Wohnung. Auch das Drahtrahmen-Regal, das Nils Strinning 1949 entwarf und mit dem schon ein Jahr später das UN-Hauptquartier in New York ausgestattet wurde, hing bei den Dahlströms zu Hause an der Wand. Seit kurzem arbeitet nun der Sohn erfolgreich für den schwedischen Hersteller String: Vergangenes Jahr entwickelte er mit Anna von Schewen „String Works“, eine Möbelerie mit freistehendem Regal und höhenverstellbarem Schreibtisch, die sich an Strinnings minimalistischem Gestaltungsprinzip orientieren. „Wichtig war uns die Ergonomie der Möbel“, sagt Dahlström. Denn auch das sei ein Merkmal von gutem skandinavischem Design: „Wir orientieren uns an den Menschen.“



String Works: Der Schreibtisch ist in der Höhe verstellbar, das Regal ist zugleich auch Raumteiler.





**Stochastic:** Der Zufall scheint diese metallisierten Glaskugeln zu einer leuchtenden Wolke zusammengeführt zu haben.



**DANIEL RYBAKKEN**

Daniel Rybakken ist ein Experte für Licht. Das hat natürlich auch Schattenseiten, denn wo Licht ist, muss der dunkle Begleiter mitbedacht werden. Rybakken, in Oslo geboren und auch in Göteborg in Schweden zu Hause, bewegt sich zwischen Kunst und Design. Der Norweger, gerade 32 Jahre alt, hat allerdings auch schon erfolgreiche Industrieprodukte entworfen. Dazu zählt gewiss sein „Kronleuchter des Zufalls“, wie Rybakken ihn nennt. So trägt die leuchtende Wolke auch den Namen „Stochastic“ (Luceplan). „Üblicherweise sind Kronleuchter völlig symmetrisch aufgebaut“, meint Rybakken. Einzelne Elemente, etwa der immer gleich geschliffene Kristall, ergeben ein großes Ganzes. Bei seinem Leuchter „Stochastic“ sind es 48 gleich große Kugeln aus metallisiertem Borosilikatglas, die aber nicht nach System von der Decke hängen, sondern dank unterschiedlich langer Stäbe aus Stahl wie zufällig eine Traube bilden. Das Licht kommt von innen, von einem LED-Modul, und wird durch die Kugeln gebrochen und zurückgeworfen. Woher seine Faszination fürs Licht kommt? Im Haus seiner Mutter in Oslo habe es einen leeren Raum mit einem großen Fenster und weißer Gardine davor gegeben. Nur unter der Decke hing noch eine Leuchte. „Dort konnte ich die Unterschiede zwischen natürlichem und künstlichem Licht schon als kleiner Junge studieren.“ Daraus entstand später auch sein Anspruch, nicht etwa Leuchten zu gestalten, sondern Licht – wie bei seiner Arbeit „Daylight Entrance“. Dabei plazierte er LED-Panele so geschickt in einem dunklen Treppenhaus in Stockholm, dass man glaubt, Tageslicht würde auf geheimnisvolle Weise hineinfallen. Der Trick: Die weißen Wände, hinter denen sich die LEDs verbergen, sind halbdurchsichtig. Das Licht scheint von hinten durch sie hindurch und bildet vorne Flecken, die auch von der Sonne kommen könnten. Die aufsehenerregende Installation ist für Rybakken eine seiner bislang wichtigsten Arbeiten.



**Compendium:** Wie bei einer Kamera leitet eine Streulichtblende das Licht dieser Stehleuchten (Luceplan) nur in eine Richtung.

**Nap:** Der Name steht für „Normal, Aktiv, Passiv“, um zu betonen, dass man auch beim Sitzen ständig in Bewegung ist.



**Pluralis:** Die geschwungenen Böcke unterm Tisch (Fritz Hansen) bieten Beinfreiheit.



**KASPER SALTO**

Er hat das Talent von Mutter und Großvater geerbt: Axel Salto war vor allem Keramikünstler, der von 1933 an als Designer auch für die Porzellanmanufaktur Royal Copenhagen tätig war. Tochter Naja ist Malerin und auf die Arbeit mit Textilien spezialisiert. Kasper Salto wiederum ist gelernter Tischler, bevor er, wie Mutter und Großvater zuvor, in den späten Achtzigern an der Königlich Dänischen Designschule studierte. Seit 1998 hat er sein eigenes Studio in Kopenhagen. Er sei, sagt er, wie von selbst zum Design gekommen. In einer kreativen Familie aufzuwachsen bedeute, von klein auf zu zeichnen und Dinge herzustellen. Dazu sei er früh in Kontakt mit dem Werk großer dänischer Designer wie Arne Jacobsen und Poul Kjærholm gekommen. Salto, Jahrgang 1967, vergleicht seine Arbeit als Designer mit einer Katze, die vom Dach fällt und sich im Fallen drehen muss, um am Ende sicher auf den Pfoten zu landen. „Anfangs sind da nur deine Ideen und vielleicht auch noch die Vorgaben des Herstellers. Bis daraus schließlich ein Möbelstück wird, muss man etliche Drehungen und Wendungen vollführen.“ Seit bald 20 Jahren arbeitet Salto besonders intensiv mit dem dänischen Hersteller Fritz Hansen zusammen. Gerade erst hat er den Tisch „Pluralis“ fertiggestellt: Eine schlichte hölzerne Platte ruht auf zwei vermeintlich einfachen Böcken aus Metall. Gerade an dem Gestell aber hat Salto lange gefeilt, denn die nach außen geschwungenen Beine sollen dazu einladen, sich an den Tisch zu setzen. Auch in eine Serie sehr leichter Stühle hat der Däne viel Zeit investiert. „Nap“ ist nicht nur selbst mit Armlehnen stapelbar, er ist auch komplett wiederverwertbar, seine Schale besteht aus spritzgegossenem, durchgefärbtem Nylon, die vier Beine oder Kufen aus Stahl. „Manchmal denke ich, es gibt doch schon genug Stühle auf der Welt“, meint Salto. „Doch solange ich das Gefühl habe, dass ich einen Stuhl noch besser machen kann, denke ich, die Arbeit lohnt sich.“



**Row of:** Wie Häuser an einer Straße lassen sich die Schränke (Mitab) aneinanderreihen.

**DANIEL SVAHN**

Einst waren sie fast ausgerottet. Nun aber haben sich die Biberbestände auch um Stockholm merklich erholt. „Jeder Schwede hat so seine Erfahrungen mit den Nagern gemacht“, sagt Daniel Svahn und lacht. Biber hinterlassen Spuren, auch in Svahns Vasen „Castor“. Eigentlich ist es aber umgekehrt: Der Sechsendreißigjährige geht hinaus in die Wälder und sucht nach abgenagten Stämmen, die er in Stücke schneidet und so lange mit Hammer und Meißel bearbeitet, bis Gefäße und Schalen daraus werden. Das nennt man wohl Statement-Design. Und skandinavischer kann Design auch kaum sein: minimalistisch und aus Holz, mystisch und der Natur entnommen. „Wir sind gut darin, Geschichten zu erzählen“, meint Svahn. „Und wir achten die Natur.“ Dann fügt er noch hinzu, dass skandinavische Designer Wert darauf legen, dass ihre Produkte eine Bedeutung haben. Svahn nennt sich selbst einen Autodidakten. Dabei hat er Kunst in Stockholm studiert, mit dem Schwerpunkt Bildhauerei, danach Produktdesign an der Beckmans-Designhochschule. Seit 2009 hat er sein eigenes Studio. Eine seiner ersten Arbeiten war ein Schranksystem für den schwedischen Hersteller Mitab. „Row of“ lässt sich beliebig aneinanderreihen und farblich kombinieren. Es besteht aus vier Grundelementen, die auf Sockeln in vier verschiedenen Größen angeordnet werden können. Alle Schränke sind eher schlank und hoch als breit und niedrig. Dazu kann Svahn natürlich auch eine Geschichte erzählen. „Bei dem Entwurf dachte ich an die vielen Häuser in Stockholm, die aufgereiht nebeneinander stehen und zur Straße hin zwar schmal sind, allerdings nach hinten in die Tiefe gehen.“ Dafür gibt es einen einfachen Grund: Früher zahlte man in Schweden Steuern auch nach der Größe der Hausfassade. „Mitab war der erste Hersteller, der an mich glaubte und mir half, mich in meinem Beruf zu behaupten“, sagt Svahn. Und das sei für jeden jungen Designer unabdingbar.



**Castor:** Svahns Vasen sind von Hammer, Meißel und Bibern gezeichnet.



SITZSYSTEM YANG | DESIGN RODOLFO DORDONI

Minotti BERLIN BY HERRENDORF, BERLIN, LIETZENBURGER STR. 99 - T. 030 755 4204 56  
 AUCH BEI ANDEREN AUTORISIERTEN HÄNDLERN UND IN ANDEREN STÄDTEN.  
 PLZ 01121/314/5 HANDELSAGENTUR STOLLENWERK - T. 0221 2828259 - TIM.STOLLENWERK@WEB.DE  
 PLZ 61718/9 HANDELSAGENTUR RIEKINGER - T. 07121 325953 - INFO@HANDELSAGENTUR-RIEKINGER.DE

Minotti  
 CREATE YOUR OWN DESIGN EXPERIENCE AT MINOTTI.COM



Stich-Tag: Der Schmerz gehört beim Tätowieren dazu.

# „Tattoos muss man sich verdienen“

Tätowierungen sind ein Massenphänomen geworden. Wie es dazu kam, was das aus erotischer Sicht bedeutet und warum auch das „Arschgewei“ seine Berechtigung hat, erklärt der Münchner Tattoo-Künstler Besen.

Fotos Andreas Müller

*Besen, was kam bei Ihnen zuerst: Tätowieren oder Tätowiertwerden?*

Beides gleichzeitig: Mein erstes Tattoo habe ich mir selbst gestochen, mit 14. Ich hab' eine Nadel genommen und einen Faden drum herum gewickelt. Der war in Farbe getränkt. Damit hab' ich mir ein Stacheldrahtglied auf den Unterarm tätowiert.

*Wieso Tätowieren, wieso Stacheldraht?*

Das war so ein Revoluzzerding. Ich war Punk, hatte einen Irokesenschnitt, der anscheinend aussah wie ein Besen. Daher auch mein Künstlername.

*Wie war das erste Mal?*

Ich war überrascht, dass die Nadel so schwer in die Haut geht. Die Farbe muss ja in die zweite Hautschicht.

*Woher wussten Sie das?*

Wusste ich wahrscheinlich gar nicht. Ich hab' unterschiedlich tief gestochen, deswegen ist die Tätowierung auch nicht gleichmäßig abgeheilt.

*Wie kam das Tattoo bei den Eltern an?*

Es war so klein, dass sie es nicht wirklich realisiert haben. Das kam dann beim zweiten mit 15, 16. Damals war es ein Bekannter mit einer selbstgebauten Tätowiermaschine, die ursprünglich mal ein Rasierapparat war. Das Tattoo, diesmal auf dem rechten Oberarm, sollte ein Porträt von Sid Vicious sein, war aber nicht wirklich zu erkennen. Da haben meine eher unspeißigen Eltern dann doch gesagt, dass ich es später bereuen würde.

*Und: Haben Sie?*

Nein. Aber ich würde trotzdem keinem empfehlen, einfach drauflos zu tätowieren, schon wegen der Hygiene. Das kann auf die Gesundheit gehen.

*Es gibt Mediziner, die generell vor Tattoos warnen.*

Die langfristigen Folgen kennt tatsächlich niemand. Es gibt meines Wissens keine wissenschaftlichen Studien,

die Unbedenklichkeit oder Bedenklichkeit attestieren. Das Einzige, was man sicher weiß: Menschen lassen sich seit Ewigkeiten tätowieren, offenbar ohne größere Schäden. Trotzdem sollte jedem klar sein, dass mit der Farbe ein Fremdkörper in den eigenen Körper kommt.

*Wie wurden Sie zum Tätowierprofi?*

Schon in der Schule war mir klar: Ein Nine-to-Five-Job ist nicht mein Ding. Mir fehlte aber die Idee, womit ich sonst Geld verdienen könnte. Der Aha-Effekt kam auf einer Indien-Reise. Ich hab' dort einen wahnsinnig guten

Tätowierer aus Europa kennengelernt, der mit Fotomappe und Tätowiermaschine unterwegs war. Zu der Zeit bin ich viel gereist und habe dann eben gemerkt: Reisen und Tätowieren geht zusammen. Also hab' ich mir eine Maschine gekauft. Da war ich 23.

*Und dann?*

Hab' ich an mir selber und im Freundeskreis rumprobiert. Das würde ich auch nicht mehr machen, aber so hatte ich immerhin erste Arbeitsproben. Mit denen und meinen Zeichnungen hab' ich dann auf einer Tattoo-Convention



Kunst und Kundendienst: Besen macht nicht jeden Wunsch seiner Auftraggeber mit. Grundsätzlich aber gilt: „Die Tätowierung gehört den Tätowierten, sie sollen damit glücklich sein.“

die Tätowierer abgeklappert. Ich wusste: Um weiterzukommen, brauche ich professionelle Hilfe. Wenig später habe ich in München meine Ausbildung begonnen, zweieinhalb Jahre.

*Was macht einen guten Tätowierer aus?*

Er berücksichtigt zum Beispiel, dass die Haut ein lebendiges Gewebe ist und dass die Tätowierfarbe altert. Eine frisch tätowierte Linie ist satt und scharf. Nach ein paar Jahren wird sie heller, läuft leicht aus. Deswegen ist nicht unbedingt derjenige der Beste, der besonders filigran arbeitet. Frisch gestochen mag das beeindruckend sein, aber wenn ich nicht im Hinterkopf habe, dass in zehn Jahren dort, wo vorher zwei feine Linien nah beieinander waren, nur noch eine dicke zu erkennen ist, dann ist es schlecht.

*Können Tätowierungen mit dem Alter gewinnen?*

Ich finde sie am schönsten, wenn sie ungefähr ein Jahr alt sind und eine gewisse Weichheit entwickelt haben. Dann sehen sie nicht mehr aus wie ein Bild auf der Haut, sondern wie ein Teil von ihr.

*Gibt es Hauttypen, bei denen Tätowierungen besser wirken als bei anderen?*

Es klingt widersinnig, aber je heller die Haut ist, desto besser funktionieren helle Farben. Die erste Hautschicht ist wie das Glas bei der Hinterglasmalerei. Wenn es dunkel ist, sehe ich nicht mehr viel von dem dahinterliegenden Bild.

*Wie sieht's mit Leberflecken aus? Kann man die in Tattoos einbauen, etwa, wenn sich jemand ein Porträt vom Motörhead-Sänger Lemmy inklusive Warze wünscht?*

Man kann alles. Priorität bei der Platzierung sollte aber haben, dass das Tattoo mit den Körperformen harmoniert. Wenn ich eine Schlange an einer Stelle tätowiere, an der Muskeln zu sehen sind, sollte die Schlange dem Muskelverlauf folgen – und nicht quer dazu liegen.

*Sie sind Künstler und Dienstleister. Wenn ein Kunde sagt:*

*Die Schlange soll sich quer zum Muskel schlängeln – inwieweit sind Sie da bereit, Ihre Kunst dem Kundenwunsch unterzuordnen?*

Natürlich gebe ich Ratschläge, manche Wünsche lehne ich auch ab, denn jedes Tattoo ist ja auch eine Art Visitenkarte für mich. In erster Linie verstehe ich mich aber als Dienstleister. Die Tätowierung gehört den Tätowierten, sie sollen damit glücklich sein.

*Welche Art von Körper lässt sich am besten tätowieren?*

Extreme sind von Nachteil. Wenn ein Kunde dürr und knochig ist, hat man kaum Fläche. Zu muskulös ist auch nicht ideal. Am geeignetsten ist jemand, der gerade ein bisschen zugenommen hat. Die Haut ist dann schön gedehnt. Das gilt auch für bestimmte Körperstellen. Unterschenkel zum Beispiel sind bei Tätowierern beliebt.

*Jeder macht Fehler. Was bedeutet das in Ihrem Fall?*

Das hängt von der Tätowierung und vom Kunden ab. Manche Designs verzeihen nicht das Geringste, zwei gerade Linien ums Handgelenk zum Beispiel. Wenn ich etwas Organisches wie eine Rosenblüte mache, habe ich mehr Spielraum. Unter den Kunden sind diejenigen am kritischsten, die sich zum ersten Mal tätowieren lassen – meistens etwas sehr Kleines. Die schauen auf jedes Detail. Leute, die öfter kommen, sind entspannter.

*Gibt es Motive und Körperstellen, von denen Sie abraten? Sagen Sie auch mal: „Arschgewei haben so viele, würde ich nicht machen“?*

Das ist für mich kein Argument. Viele Leute wollen ja gerade, was viele andere haben. Und keiner weiß, was in fünf Jahren Mode ist. Es gibt aber Tätowierer, die sehen das anders. Als das Ornament am Sacrum, sprich: das „Arschgewei“, so beliebt war, hat ein Kollege an seinem Stand auf der Tattoo-Convention ein Schild aufgehängt: „Keine Arschgeweihe“. Kann sein, dass er sogar der Urheber des Wortes ist, jedenfalls ist es mir bei ihm zum ersten Mal begegnet.

*Wie entstehen Tätowiermoden?*

Das Paradoxe ist ja, dass das Tätowieren, obwohl auf Dauer angelegt, überhaupt Moden unterworfen ist. Wie bei allen Moden spielt eine Rolle, was die Leute bei



Fahrzeugarstellung zeigt Sonderausstattung.

DAS NEUE MINI CABRIO.  
STAY OPEN.



# „Tattoos muss man sich verdienen“

Prominenten sehen, in den Medien. Das hat man auch bei den angeblich temporären Tattoos gesehen, den „Tempoos“ oder „Bio-Tattoos“, die nach zwei oder drei Jahren wieder weggehen sollten.

## Wieso angeblich?

Weil es nicht funktioniert. Aus meiner Sicht war der Auslöser Thomas Gottschalk, der sich bei „Wetten, dass...?“ so ein Tempoos stechen ließ. In den folgenden Jahren, Mitte, Ende der Neunziger, sind wahnsinnig viele Leute gekommen und haben danach gefragt. Wir haben immer wieder erklärt: Das ist Quatsch. Pigmente verblasen, aber das ist nicht steuerbar auf zwei oder drei Jahre. Man kann die Farbe auch nicht nur in die erste Hautschicht einbringen, denn dann wäre sie schon nach einem Monat wieder weg. Irgendwann hatten es die Leute kapiert, dann kamen sie zu uns mit ihren ausgelaufenen Tempoos, um sie überstechen zu lassen.

Die Tür des Studios „Wild at Heart“, das Besen vor 20 Jahren mit seinem Kompagnon Ralf gegründet hat, geht auf. Ein Typ mit Wollmütze, Mitte 50, tritt ein.

Mit sächsischem Akzent sagt er:

Sind Sie hier die Fachleute, oder was?

Besen: Ja, aber wir haben jetzt eigentlich geschlossen.

Typ: Was würde mir denn das kosten, hier (zeigt auf eines seiner Handgelenke) die 88, nur die 88?

Besen: Zwei Mal die Acht? Warum?

Typ: Darum.

Besen: Würd' ich schon gerne wissen.

Typ: Warum?

Besen: Wofür steht das?

Typ: Zwei Mal die Acht will ich haben. Und hier (zeigt aufs andere Handgelenk) die 13.

Besen: Warum?

Typ: Ich muss das doch nicht erklären.

Besen: Müssen tust du nichts. Aber wenn ich dir ein



Gesunde Hautfarbe? Welche langfristigen körperlichen Folgen Tätowierungen haben können, ist noch nicht genau erforscht.

Design mach', frag' ich immer nach, egal um was es geht. Da frag' ich, was das für eine Bedeutung hat. Typ: Das hat eine Bedeutung vom Sport her.

Was machen Sie mit so einem Kunden? Kann sein, dass er sich den Zablencode der Neonazis für „Heil Hitler“ tätowieren lassen will. Ist aber auch nicht ausgeschlossen, dass er wirklich Fan eines Sportlers mit der Rückennummer 88 ist. Ich hatte gerade nicht den Nerv, mich intensiver mit dem zu beschäftigen. Es war aber komisch, dass er nicht gleich antworten wollte. Für mich ist jedenfalls klar: Sobald sich andeutet, dass es da einen rechtsextremen Hintergrund geben könnte, mach' ich es nicht.

Selbst wenn der Typ gerade kein Neonazi war, bleibt erstaunlich, dass er sich in seinem Alter noch tätowieren lassen will. Hätten Sie sich damals, als junger Punk, vorstellen können, dass das Tätowieren mal so sehr Mainstream wird, dass ältere Männer mit Wollmütze in Ihr Studio kommen? Damit konnte niemand rechnen.

Betriebswirtschaftlich gesehen ist es doch top.

Auch künstlerisch gesehen hat es Vorteile. In dem Maß, in dem Tattoos gängig geworden sind, hat die Bereitschaft zugenommen, sich große Designs stechen zu lassen. Ich kann mich dadurch viel mehr austoben.

Der Nachteil: Je verbreiteter etwas ist, desto uncooler. Irgendwann kippt es.

Im Moment nimmt es noch zu. Aber das ist natürlich die Eine-Million-Dollar-Frage, ob es mal einen krassen Gegentrend geben wird.

Angst?

Das Szenario ist im Moment zu abstrakt, also nein.

Bedauern, dass es nicht mehr ist wie früher?

Ein bisschen. Man sieht das auf den Tattoo-Conventions. Früher waren da vor allem Freaks, heute heißt es in der Vorankündigung: „mit Hüpfburg“. Früher gab es Stripshows. Heute ist eine Burlesque-Tänzerin das höchste der Gefühle. Aber so gut kenne ich mich auch nicht mehr aus. Ich war länger auf keiner Convention – eigentlich, seit es keine Stripshows mehr gibt.

Hat Tätowieren und Tätowiertwerden für Sie auch eine erotische Komponente?

Die Kundin eines Kollegen hatte während der Sitzung mal einen Orgasmus. Aber selbst Leute aus der Sado-Maso-Szene dürften es doch überwiegend als unangenehm empfinden. Aber der Schmerz gehört dazu.

Warum?

Er lädt die Sache mit Wert auf. Für ein Tattoo ist eben mehr nötig, als in den Laden zu gehen, Geld auf den Tisch zu legen, Ware mitzunehmen, nach Hause zu gehen. Es erfordert Zeit, Überwindung, Kampf. Man verdient es sich. Das schafft einen engen Bezug.

Wenn ich jetzt sagen würde, ich habe eine Rose auf dem Po, würde Sie das wundern?

Nach 20 Jahren in dem Geschäft wundert einen gar nichts mehr. Einem Kunden habe ich einen Komplett-Body-Suit gemacht. Unauffälliger Mann, unauffälliger Job. Niemand ahnt, was der unterm Anzug trägt.

Wie viele Tattoos haben Sie selbst?

Vielleicht zehn? Die Anzahl ist doch relativ. Was ist mit dem eben beschriebenen Mann? Der hat so gesehen ja nur ein Tattoo.

Was sind die Geschichten hinter Ihren Tattoos?

Da gibt es keine großen Geschichten. Die meisten meiner Tattoos sind so entstanden: Mir gefällt, was ein anderer Tätowierer macht. Den frage ich dann, ob er eine Idee hat, und dann lass' ich dem ziemlich freie Hand. Hier, auf dem rechten Unterarm, habe ich einen Gitarrenhals, der in einen Totenkopf übergeht. Ich spiele Gitarre, ich mag Totenköpfe: Mehr Bedeutung ist nicht.

Wie ist es bei Ihren Kunden?

Durch die Doku-Soaps im Fernsehen wurde der Eindruck erweckt, dass Leute sich nur tätowieren lassen, nachdem sie Krebs oder einen Unfall hatten. Das ist nicht so. Aber ich hatte zeitweise den Eindruck, dass Kunden meinen, sie schuldeten mir und sich selbst eine Begründung. Auch das ist nicht so. Eine Begründung für ein Tattoo ist nicht erforderlich.

Die Fragen stellte Timo Frasch.



Besen gründete 1996 in München das Studio „Wild at Heart“.

geox.com

GEOX

#STARTBREATHING

Geox - Respira - - are trademarks of Geox Spa

NEBULA™



### Mel Gibson

Seine beste späte schauspielerische Leistung hat dieser inzwischen sechzigjährige, Zeit seiner Karriere im Filmwesen ins unbedingt Aufrichtige, ja bis zum gemeingefährlichen Schwachsinn Konsequente verliebte Schauspieler, der auch ein beachtlicher Quälfilm-Regisseur ist („The Passion of the Christ“, 2004, und „Apocalypse“, 2006), in Adrian Grunbergs Thriller „Get the Gringo“ 2012 hingelegt: Eingesperrt in ein mexikanisches Gefängnis, das so groß ist und so funktioniert wie eine Stadt, in der es nichts als Armut und Faustrecht gibt, erkämpft er sich einen Platz im sozialen Gefüge einer ihm völlig fremden Welt, nur um mithilfe der Verbindungen, die er so herstellt, seine Flucht von eben diesem Ort vorzubereiten. Wie ein in inneren und äußeren Zwängen Gefangener, ein Gehetzter, von seinen eigenen großen und manchmal schiefen Ideen Getriebener wirkt Mel Gibson schon länger. Und seine Episoden häuslicher Gewalt, betrunkenen Randal-Ausfahrten, antisemitischer Ausfälligkeiten und verbissenen alt-katholischer Äußerungen weisen ihn als jemanden aus, der vor dem Verrat an seinen eigenen Überzeugungen jedenfalls mehr Angst hat als davor, dass ihn irgendeine Gemeinschaft, und heiße sie selbst Hollywood, scheel ansehen oder gar ausschließen könnte. Der Dickschädel, der deutsche Fans dazu gebracht hat, ihm den wenig schmeichelhaften, aber liebevollen Spitznamen „Mel Gipskopf“ anzuhängen, hat ihm viele Scherereien und manch berechnete soziale Sanktion eingetragen – aber auch den Respekt und die tiefe, stets solidarische Freundschaft einer Frau, die in vielen Fragen Überzeugungen pflegt und Lebensstilentscheidungen verantwortet, die von seinen nicht weiter entfernten sein könnten, aber immer zu ihm hält, weil ihre jeweiligen Sturheiten sie verbinden: Jodie Foster.

### Chuck Norris

Wie das Erdmännchen, das sich mit weit aufgerissenen Glotzaugen schlagartig umdreht, oder der Fuchs, der kopfüber in ein Schneeloch springt, ist Chuck Norris inzwischen ein drolliges Internet-Tierchen geworden, umzingelt von sogenannten Chuck-Norris-Fakten, also Witzchen, die davon handeln, dass dieser Mann ein Herz aus Eisen, ein Hirn aus Stein und Muskeln aus unzerreißbaren Kohlefasern besitzt – Scherze der Sorte: „Chuck Norris ist vor zwanzig Jahren gestorben, der Tod hat nur noch nicht den Mut gehabt, es ihm mitzuteilen.“ Die besten dieser Späße leben davon, dass sie ganz nah an die Starkstromleitung rutschen, die das alte Image dieses Actionstarspielers mit Energie versorgt hat, nämlich die unbedingte Humorlosigkeit – mit Ironie, Schlitzohrigkeit und flottem Filou-Schabernack à la Burr Reynolds brauchte man Norris nie kommen. Seine Stunts sollten den echten Kampfsportler verraten und seine Aufräumarbeiten unter anti-amerikanischen Ganoven den wahrhaftigen politischen Patrioten. Man macht sich mit den Chuck-Norris-Witzen nicht über diesen Menschen lustig, sondern freut sich gleichsam darüber, dass es in einer Welt voller Uneigentlichkeit, Hipster-Ironie und auf nichts Greifbares mehr gerichteten endlosen Verweisketten noch einen geraden Bezugsposten gibt, an dem man das Lustige eben deshalb festmachen kann, weil er selbst so wenig lustig ist oder je sein wollte. Weil er mit abgeleiteten Rede- und Darstellungsweisen so wenig anfangen kann, hat Norris bis jetzt auch keine zweite, späte, mit Neo-Coolness imprägnierte Karriere erlebt. Denn die würde ja bedeuten, dass er sich als Zitat seiner selbst zur Verfügung stellt, und das ist bei jemandem, der wahrscheinlich nicht mal weiß, was Anführungszeichen außerhalb der Markierung wörtlicher Rede in spannenden Romanen überhaupt sollen, völlig unvorstellbar.



### Bruce Willis

In deutscher Gegenwartsliteratur kommen Actionstars eher selten vor. Aber wenn, dann schafft es der entsprechende Titel manchmal sogar bis auf die Shortlist für den deutschen Buchpreis wie Rolf Lapperts „Nach Hause schwimmen“ im Jahr 2008: ein Roman, in dem der Held gern so wäre wie der Darsteller des einfach nicht ausrottbaren Polizisten John McClane in der seit 1988 in fünf Teilen produzierten „Stirb Langsam“-Filmreihe. Bruce Willis spielt darin keinen Rächer, keinen Schläger und keinen Gerechtigkeitsfanatiker, sondern einen Typen, der seine Ruhe will, und dafür, dass er sie kriegt, zur Not halt immer wieder die Welt rettet, die ihm sonst mit dem Getöse ihres Untergangs sein bisschen Frieden rauben würde. Willis hat eine schöne Singstimme, mehrere Töchter und zuletzt die Absicht bekundet, sich fortpflanzungsmedizinische Hilfe zu holen, damit es beim nächsten Mal ein Junge wird. In Interviews ist er nicht geschwätzig, lächelt manchmal einfach, anstatt auf eine etwas weniger intelligente Frage überhaupt eine Antwort zu geben, und so ehrt man ihn wohl am besten, wenn man auch nicht mehr Worte über ihn verliert, als er selbst nötig fände.

# ACTION, BIS DER ARZT KOMMT

Echte Kino-Kerle haben eines verinnerlicht: nie aufgeben. Schon gar nicht aus Altersgründen.

Von Dietmar Dath

Illustrationen Mart Klein und Miriam Migliazzi



### Harrison Ford

In einer Zeit, in der das überlebensgroße Männerbild im Kino am Ideal des prallen Medizinballs orientiert schien, nämlich den frühen achtziger Jahren, war Harrison Ford die Ausnahme: Anders als Stallone, Schwarzenegger und tutti quanti lebte in ihm nicht nur die Tradition des moralisch unzuverlässigen Schlaumeiers als Frauenschwarm fort, den vor ihm Burr Reynolds (oder, für Europäer: Terence Hill) darzustellen pflegten, und den er als kosmischer Pirat und Schmuggler Han Solo in den „Star Wars“-Filmen ab 1977, als Abenteuer-Archäologe Indiana Jones in dessen Abenteuern ab 1981, sowie als Neo-Noir-Detektiv der nahen Zukunft in „Blade Runner“ 1982 am Leben hielt – sogar ein wenig von der romantischen Anmutung vergangener Hollywood-Füchse Marke Errol Flynn haftete dem Mann an. Er musste deshalb auch nicht permanent die wasserdichte und feuerfeste

### Clint Eastwood

Er geht munter auf seinen 86. Geburtstag zu und ist doch immer noch eine Action-Ikone. Nicht mehr als Schauspieler, da ist seit dem Meisterwerk „Gran Torino“ von 2008, in dem Clint Eastwood als Walt Kowalski noch einmal sein Leben im Kampf einsetzte, lediglich ein Auftritt dazugekommen: als bärtiger Baseball-Talentscout in „Back in the Game“ (2012), und das war eher eine Schlummerrolle für den Mann, der „Dirty Harry“ Callahan war, Bill Munny in „Erbarungslos“, Frank Horrigan in „In the Line of Fire“ oder Joe, Monco und Blondie in Sergio Leones Dollar-Trilogie. Das waren allesamt harte Burschen, die ihren Darsteller zum generationenübergreifenden Idol des *tough guy* gemacht haben, wie es seit James Cagney keinen mehr im Filmgeschäft gegeben hatte (und Cagney ist denn auch sein Lieblingschauspieler). Doch seit Eastwood höchstpersönlich 1983 neben

Unverwundbarkeit des typischen amerikanischen männlichen Stars der Achtziger raushängen lassen, sondern konnte 1991 als gebrochener, durch einen Unfall aus der Lebensbahn geworfener Mann in „In Sachen Henry“ sogar Anschluss an das neue Kulturvorbildmuster des sensiblen Neunzigertypen Kevin Costner finden. Ford hatte und hat Hirn, überzeugt als Bösewicht, der schließlich doch noch lernt, wie man einem von Daniel Craig gespielten Helden zur Seite steht („Cowboys & Aliens“, 2011), ebenso mühelos wie als Han Solo in der Serienwiederbelebung „Star Wars Episode VII: Das Erwachen der Macht“ (2015). Und er wird hoffentlich auch nochmal Indiana Jones spielen, bevor irgendwer auf die blödsinnige Idee kommt, diese Rolle mit irgendeinem pffiffigen Jungwulf zu besetzen, der vielleicht die Peitsche schwingen kann, seine Sätze aber nicht so großzügig seitlich aus dem losen Mundwerk in die Szene wirft wie Ford.

der Hauptrolle auch die Regie in „Dirty Harry kehrt zurück“ übernahm, hat er vielfach bewiesen, dass er Action nicht nur spielen, sondern auch inszenieren kann – zuletzt noch 2015 im allerdings unerfreulich nationalzynischen „American Sniper“. Was macht die Energie dieses Greises aus? Sein Zorn: Wer hätte gedacht, dass der alte Mann noch so viel Wut in sich hat! Eastwood ist einer der wenigen bekennenden Konservativen in Hollywood, Parteigänger der Republikaner und Waffenlobbyist. Dass er bei diesen Qualifikationen als „Dirty Harry“ gar nicht erste Wahl war, ist eine der beliebtesten Anekdoten der Kinogeschichte – dass er auch für die Titelrolle in dem Film „Rambo“ im Gespräch war, ist weniger bekannt. Seine eigene Lieblingsrolle war die des Bürgermeisters der kalifornischen Kleinstadt Carmel-by-the-Sea, zu dem er im Jahr 1986 gewählt wurde. *Andreas Plattsch*

# ACTION, BIS DER ARZT KOMMT



## Arnold Schwarzenegger

Tragisch, aber wahr, und irgendwie auch wieder nicht so schlimm: Ein Kerl kann sich im Lauf der Zeit zu einer so allseits bekannten Größe auswachsen, dass es überhaupt keine Rolle mehr spielt, ob er sich bei dem, was er tut, noch verbessert, ob er einfach sein Niveau hält oder abschmiert. Arnold Schwarzeneggers letzte Performance im wie für seine sparsame Mimik geschaffenen Part als Killerroboter im jüngsten „Terminator“-Film „Terminator Genisys“ von 2015 war in vielerlei Hinsicht eine wundervolle, sehr späte Zusammenfassung von erkennbar zahlreichen Gedanken, die der Schauspieler seit 1984, als er den Blechkerl mit Fleischmantel das erste Mal darstellen durfte, in diese Figur investiert hatte – man nahm ihm ab, dass er sich überlegt hatte, wie sich das Altern eines biokybernetischen Kunstorganismus von seinem eigenen Altern als Bodybuilder, Filmstar und Markenzeichen

unterscheiden müsste, welche Sorten von zurückhaltender Liebe für sterbliche Schützlinge oder Trauer um verpasste Gelegenheiten der Apparat empfinden mochte und wie man das am besten im Gesicht, in der Sprechweise und in kleinen Bewegungsfehlern ausdrückt. Aber es hat schlicht niemanden interessiert. Die Kritik nahm es nicht wahr, der Film wurde nicht als neue Arbeit, sondern als erwartbare Zugabe zu einer im Grunde längst fertigen Sache wahrgenommen. Wahre Zähigkeit besteht aber darin weiterzumachen, wenn keiner mehr positive Überraschungen erwartet, und so ist es auch nicht schlimm, dass das Beste, was Schwarzenegger in seinem Kinoberuf je gemacht hat, das todtraurige Porträt eines Vaters, der unter grausamsten Umständen von seinem Kind Abschied nehmen muss, in dem Independent-Horror drama „Maggie“ von 2015 noch weniger Leuten aufgefallen ist als die „Terminator“-Reprise.

## Sylvester Stallone

Die beiden erfolgreichsten Figuren, die er gespielt hat, der 1976 das erste Mal im Kino verdroschene Boxer Rocky Balboa und der von seiner Regierung enttäuschte, aber seinem Land unverbrüchlich verbundene Elitesoldat John Rambo, der sein Filmdebüt 1982 gab, waren vom jeweils zweiten Film an, also „Rocky II“ aus dem Jahr 1979 und „Rambo II: Der Auftrag“ von 1985, überlebensgroße Symbole dafür, dass in einer Epoche ständiger Politik-, Mode- und Lebensformwechsels das eigentlich Heldenhafte am heldenhaften Mann nicht die Selbstüberwindung ist, mit der er vom Jungsportler oder Rekruten zum Helden wird – sondern die Beharrlichkeit, mit der er Held bleibt auch dann, wenn seine Umgebung davon ausgeht, keine Helden mehr zu benötigen. Seitdem ist Sylvester Stallones Körper, der sich gegen Natur und Zivilisationsgeschick weigert, zu erschaffen oder von neueren

Modellen überholt zu werden, eine Art Gefäß für die Idee des Comebacks an sich geworden. Sein letzter „Rambo“-Auftritt liegt nur acht Jahre zurück, als Rocky war er erst neulich wieder auf der Leinwand damit beschäftigt, sein Reflexwissen und seine Durchhaltepacke einem Jüngeren aufs Auge zu drücken. Und selbst der Film „Expendables“, in dem er mit anderen Gewaltverkörperern von Dolph Lundgren bis Bruce Willis die Gruppensaga des Nicht-Nachlassen-Wollens erzählen durfte, hat inzwischen schon zwei Fortsetzungen erlitten. Darf er nicht aufhören? Will er nicht aufhören? Nur ein einziges Mal hat er sich gestattet, die Schönheit des Überlebens, Kaputten, Enttäuschten zu verkörpern, und selbst da hat er sich am Ende durchsetzen müssen, in James Mangolds „Cop Land“ (1997). Dort glaubte man ausnahmsweise wirklich: Vielleicht schafft er es diesmal nicht. Das war, wie merkwürdig, seine größte, seine tiefste Rolle.



MONDSCHHEINSONATE  MORGENZEITUNG



SPIRIO

Ob Klassik, Rock oder Jazz, ob morgens, mittags oder abends – Spirio ist das erste hochauflösende *Selbstspielsystem*, das Live-Darbietungen der weltbesten Pianisten in all ihren Nuancen originalgetreu wiedergeben kann. Es ist ein Meisterwerk aus Handwerk und Perfektion, das dem Namen Steinway & Sons alle Ehre macht und eine Bereicherung für Ihr Zuhause ist. Sie lassen es spielen, Sie hören zu und genießen – und wenn Sie mögen, spielen Sie selbst. [SPIRIO@STEINWAY.DE](mailto:SPIRIO@STEINWAY.DE) | [STEINWAYSPIRIO.COM](http://STEINWAYSPIRIO.COM)



STEINWAY & SONS

# COMMANDER IN SCHIEF

Die wollen nur spielen!  
Oder liegen sie wirklich falsch?  
Vielleicht suchen sie was?  
Oder sie haben sich aufgegeben.  
Ein neues Bild des Mannes  
in neuer Männermode.

*Fotos Meinke Klein  
Styling Almut Vogel*



Brauner Zweireiher von  
Ralph Lauren Collection,  
Jacke mit Leopardenmuster,  
als Hemd getragen, von  
Acne Studios.



Schmal geschnittener  
bordeauxfarbener Anzug,  
Spitzenhemd, Spitzen-  
krawatte, alles von Burberry,  
Loafer von A.P.C.

# COMMANDER IN SCHIEF



Gemusterter Anzug von Lemaire.



Bordeauxrotes Jackett, blaue Hose und gemustertes Hemd mit großem Kragen, alles von Marni; Loafer von Ermenegildo Zegna Couture.



Fein gestreiftes rosafarbenes Jackett von Hugo Boss, Hemd mit beschichtetem Pünktchenkragen von Jil Sander.

# COMMANDER IN SCHIEF



Leichte Wollhose mit weitem Bein, rosafarbenes Jackett, darunter kariertes Doppelreihert sowie Loafer, alles von Ermenegildo Zegna Couture.



# COMMANDER IN SCHIEF



Blaue Anzughose von Brioni, Gürtel von Dior Homme.



Kariertes Jackett und Hose, Hemd mit Nadelstreifen und gepunktete Krawatte, alles von Paul Smith.

In der Mode wird immer ein Traum verkauft. Erfolgreiche Designer bauen ein konkretes Image mit ihren Kleidern auf. Der Käufer wird dazu eingeladen, etwas zu sein, was er nicht ist, aber was er sein könnte. Der Grundbaustein der Männermode ist trotzdem der Anzug. Aber es kommt darauf an, welcher Markenname in die Brusttasche eingenäht ist. Damit verbindet man dann einen erfolgreichen Geschäftsmann (Berluti, Hermès, Dior Homme, Boss), einen Intellektuellen (Comme des Garçons, Yohji Yamamoto, Lemaire), einen Mann, der jünger aussehen will (Givenchy, Balmain), oder einen künstlerisch veranlagten Mann, der sich um sein Aussehen viele Gedanken macht (Dries Van Noten, Burberry, Rick Owens).

Und weil Designer auch normale Menschen sind, die manchmal selbst Träume haben, kommen wir hier zunächst einmal auf Dries Van Noten, einen der konsequentesten Modemacher. Seit Jahren zählen seine Kollektionen zum Besten, was es in der Mode bei Damen und Herren gibt. Mit wunderbarer Kunststickerei, dem Zeitgeist immer nahe, auch verkäuflich und immer mit einem Traum des romantischen Lebens.

Man unterschätze aber nicht die Durchsetzungskraft. Er hat sich nie von einem Konzern aufkaufen lassen, er entwirft nicht für andere Marken, er gibt keine Zweitlinie heraus, er macht also nichts Halbes, sondern nur Ganzes – und kocht sogar für seine Angestellten. Rein modisch gesehen, führt er den Trend der Individualisierung der Männergarderobe an, mit Pailletten, die er schon lange im Programm hat, oder auch mit Hosen, die er mit besonders weitem Schlag versieht.

Eine weitere Neuentwicklung unter Männern ist die Flexibilität der Garderobe. Und damit sind wir schon beim zweiten Thema neben der Individualisierung, das von den Fotografen Meinke Klein in der Modestrecke für dieses Magazin ins Bild gesetzt wird. Man kann in der aktuellen Männermode gehen, laufen, klettern, sogar U-Bahn fahren in Paris. Und man sieht trotzdem nach einem Mann mit Stil aus, auch weil sich nun natürlich die David-Bowie-Referenzen in all die guten Stücke einweben.

Für die Freiheit der Mode wiederum steht Rick Owens, der es vom Außenseiter aus Los Angeles in die Höhen des Pariser Schauenkalenders geschafft hat. Er hat die Silhouette des Mannes der einer Frau am stärksten angenähert. Röcke, Shorts und gut sitzende Zweireiher in Rostfarben sind dabei. Wer hätte das gedacht: Auch bei Rick Owens kann man einen Anzug finden!

Sicher, die Männermode muss überbordend sein, wie man es an Valentino sieht oder an Prada oder Dolce & Gabbana. Militärische Tarnflecken, feminine Einsprengel oder cowboyhafte Selbstinszenierung sind aber natürlich nur Vorschläge. In Deutschland wird das Dekor in kleiner Münze ausgezahlt. Wenn die beiden Valentino-Designer, die auch in der Männermode mitbestimmen, Straßenkultur-Einflüsse unter den Händen der Schneider ihres römischen Ateliers zu Haute Couture machen, also zu Alta Sartoria – dann bedeutet das aber auch für den Massenmarkt, dass es schöner, dekoriertes, teurer sein darf.

Bestimmt wird der Männermarkt inzwischen auch von den großen Konzernen. LVMH mischt mit: Louis

# Die Mode für Männer ist wirklich beweglich

Warum Paris die Herren neu denkt und warum sich diese Modestrecke so verbiegt



Heller Anzug aus Baumwolle und Seide, Hemd mit Pferdchen-Print, Seidentuch und Schuhe, alles von Hermès.

Vuitton, Givenchy, Berluti und Dior Homme. Kim Jones betet für Vuitton das Archiv des Hauses herunter: Der Stempel eines der ersten Vuitton-Läden erscheint als Druck. Riccardo Tisci von Givenchy verbringt viel Zeit in Berlin, seine Kollektion ist von den Clubs der Stadt inspiriert. Dennoch steckt er seine Energie in klassische Schneiderei und verziert seine Mäntel und Bomberjacken mit Kupferknöpfen für eine coole Urbanität. Alessandro Sartori macht zum Schluss bei Berluti seine beste Kollektion überhaupt – jetzt zieht es ihn wieder zurück zu Zegna. Kris Van Assche macht bei Dior Homme einfach weiter, obwohl die Damen verwaist sind. Mit seinem neuen Chef Serge Brunswig will er Dior Homme einen weiteren Kick geben – zum Beispiel wurde gerade in Düsseldorf der erste eigenständige Dior-Homme-Laden aufgemacht.

Bei Kris Van Assche trägt der Mann einen klassischen Anzug mit Turnschuhen. Da ähnelt er wiederum Véronique Nichanian, der legendären Herren-Designerin bei Hermès, die das klassische Vokabular der Modemarke immer wieder neu durchdekliniert – von Trenchcoats über Blousons bis zu Anzügen. Manchmal kombiniert sie die Anzüge zu Turnschuhen im typischen Hermès-Orange. Das verleiht der Kollektion Frische. Aber wie man an der Modestrecke in diesem Heft sieht, muss das auch gar nicht sein: Wenn sich die Männer so verbiegen, geht auch ein Paar klassischer Herrenschuhe. *Markus Ebner*



Vis à vis sofa, design by Piergiorgio Cazzaniga

Living the good life outside.  
Love it, live it, share it.

[www.tribu.com](http://www.tribu.com)

**TRIBU**  
The art of leisure

# Die Regent-Retter



Der Chef: Peter Krampf



Der Fertigungsleiter: Martin Kury



Der Designer: Detlev Diehm

Der Herrenausstatter aus Franken hatte den Faden verloren. Ein Unternehmensberater nimmt ihn wieder auf. Bei der Wiederbelebung helfen Designer, Fertigungsleiter – und der gute Ruf.

Von Rüdiger Köhn (Text) und Andreas Müller (Fotos)

**H**ätte er einen Wunsch frei, dann hätte Peter Krampf gern Dirk Nowitzki als Markenbotschafter. Besser könnte der Name Regent nicht in die Welt getragen werden. Aus Leidenschaft müsste der Basketballspieler das machen, nicht wegen des Geldes. Ein James-Bond-Schauspieler wäre als Werbe-Ikone zu teuer und würde an der Zielgruppe vorbeiziehen. „Aber Nowitzki: ein Franke, kommt aus Würzburg, ist bescheiden und hat außergewöhnliche Körpermaße.“

Der 2,13 Meter große Profi der Dallas Mavericks wäre eine Herausforderung für einen maßgefertigten Anzug aus feinstem Garn. Leicht verarbeitet, könnte das Sakko lässig wirken. Auf's Schulterpolster würde verzichtet, Schulter hat Nowitzki schließlich genug. Ein Jackett aus Jersey, mit 200 Gramm das leichteste überhaupt, könnte dem Riesen Fülle nehmen und Eleganz verleihen.

Peter Krampf spricht gerne vom „Koffer-Sakko“, also einer Jacke aus Jersey oder gar Seide, die eingeknauscht in einem vollen Koffer überlebt. Ein Sakko aus Jersey? Kein anderer Hersteller luxuriöser Herrenmode hat es bislang kopiert, nicht einmal Brioni. Die Qualität erkennt man auch daran, dass das Innenfutter genäht ist und nicht geblebt, so dass die Jacketts ihre besondere Form behalten.

Die Galerie der Markenbotschafter bei dem fränkischen Unternehmen ist noch klein. Immerhin wirbt Martin Strobel aus Überzeugung für die Marke, ohne Geld zu verlangen. Der 30 Jahre alte Handballspieler trug zum Beispiel auf dem „Ball des Sports“ in Frankfurt einen Anzug aus der Kollektion, wenige Tage nachdem er mit der Nationalmannschaft Europameister geworden war.

Damit steht er für eine neue Zielgruppe. Detlev Diehm, der Designer von Regent, spricht von der „post-italienisch orientierten Altersgruppe“ zwischen 35 und 45 Jahren, die das „Handmade in Germany“ cool findet. Regent ist der einzige deutsche Herrenmodeausstatter, der einen Anzug der Luxusklasse per Hand näht. Nach mehr als 10.000 Handstichen ist er fertig. Jedes Karo im Muster wird genau vermessen, jeder Streifen deckungsgleich gelegt. Ein Industrie-Sakko, sagt Krampf, ist nicht nach 20, sondern schon nach zwei Stunden zusammengenäht.

Ein Freund sagte während eines Besuchs in der Manufaktur im fränkischen Weißenburg zu Krampf: „Bei dir fühlt man sich nach zehn Minuten ausgezogen.“ Will meinen: Mit dem in Singapur maßgeschneiderten „China-Kittel“ (Krampf) fühlt man sich richtig schlecht. Man schämt sich in den archaisch anmutenden Schneider-Räumen im ersten Stockwerk, in denen betagte Pfaff-Nähmaschinen rattern, die Mitarbeiter konzentriert vor sich hin nähen und Stoffteile an Stehpuppen hängen.

Man fühlt sich an eine alte Schneiderei erinnert, und hier geht es auch um Maßarbeit, für Einzelkunden, die ein Drittel des Geschäfts ausmachen. Zwei Drittel entfallen auf Kollektionen, die Händler verkaufen. Das Innenfutter oder ein Ärmel wird standardisiert an spezialisierten Arbeitsplätzen angenäht. Es bleibt aber Handarbeit. Selten ist das Wort „Manufaktur“ so berechtigt. Legendar das Markenzeichen: Der Knopf mit drei Löchern, der von Hand angenäht wird, denn Maschinen können nur Knöpfe mit vier Löchern.

Eine Etage tiefer, im Erdgeschoss, führt ein langer Flur zum Präsentations- und Konferenzraum. An der

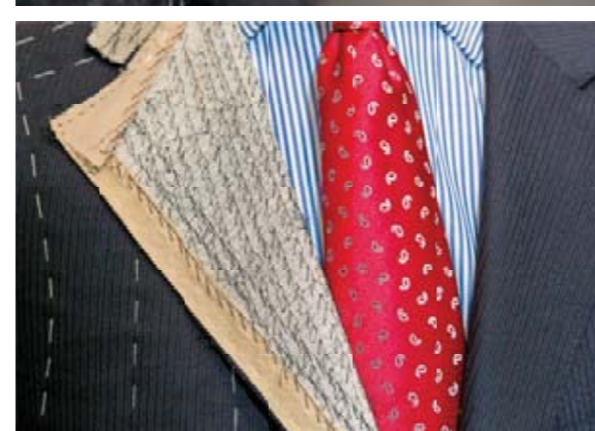
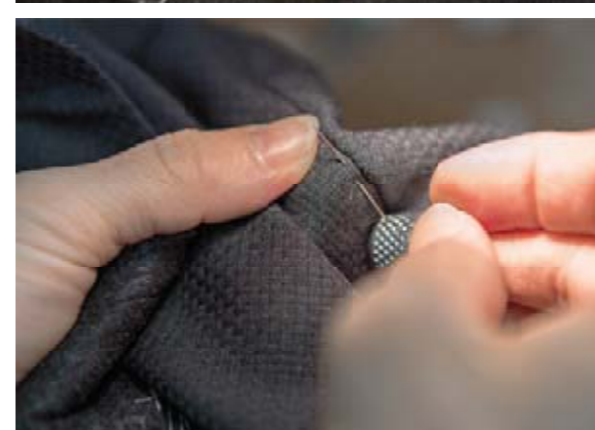
Wand hängen windschief Kundenfotos. Trotz lächelnder Gesichter wirkt die Galerie lustlos. Dabei hat der vor genau 70 Jahren gegründete Herrenausstatter viele Prominente aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Gesellschaft als Kunden. In einer früheren Zeit, vor dem Eigentümer Peter Krampf, gab es tatsächlich einen James Bond. Roger Moore geht indes in der Fülle ebenso unter wie Mario Adorf, Anthony Hopkins, Michael Caine, John Cleese, Otto Waalkes oder die Boxer-Brüder Klitschko. Helmut Schmidt, Franz-Josef Strauß und José Carreras wecken Erinnerungen. Als hätte es keinen anderen Platz mehr gegeben, wurde über all diese Bilder Prinz Willem-Alexander gehängt, der zu seiner Krönung als König der Niederlande im Jahr 2013 einen Frack aus Weißenburg trug. Zwei Reihen unter ihm ist ein Platz frei, der Nagel steckt noch in der Wand. Das Foto hat Peter Krampf unter Verschluss genommen: Der höchst prominente Kunde hat seine letzte Rechnung nicht bezahlt. Nun strahlt als jüngste Errungenschaft Martin Strobel gerahmt von der Wand. Was soll sich der Geschäftsführer da mit alten Geschichten von säumigen Prominenten herumschlagen?

Das unauffällige Gebäude an der lauten Einfallsstraße von Weißenburg – es passt so gar nicht zum Glanz einer Marke, der immer noch da ist, aber immer weniger wahrgenommen wird. Statt in einen teuren Anstrich für das unscheinbare Gebäude mit angeschlossenem Outlet-Verkauf zu investieren, setzt der Fünfundvierzigjährige andere Prioritäten. Im früheren Leben Unternehmensberater und Manager, geboren und aufgewachsen in Weißenburg, muss er einem Unternehmen mit klingvollem Namen wieder Leben einhauchen. Regent buhlt mit Brioni und Zegna um eine so teure wie treue Klientel.

Vor einem Jahr kaufte Krampf das Unternehmen aus der Insolvenz heraus. „Am Ende war es nur noch ein Durchwurschteln“, sagt er. Nach 13 Jahren nahm die Regentschaft der italienischen Textilfamilie Tombolini ein Ende. Es herrschte kreatives Chaos und enormes Improvisationsgeschick. Kurz vor Toresschluss war so wenig Geld da, dass nicht einmal ausreichend Stoffe eingekauft werden konnten. Die Knöpfe mit den drei Löchern, Innenfutter oder Schulterstücke gab es nur noch gegen Vorkasse. Und doch lief der Betrieb weiter. Die Kollektionen wurden zusammengezimmert. Designer Detlev Diehm zog im Jahr 2012 frustriert zum belgischen Weber Scabal.

„Als ich das Unternehmen übernahm, wurde kaum noch produziert“, erinnert sich Krampf. „Am Anfang habe ich den Lieferanten das Geld von meinem Girokonto überwiesen, um überhaupt Material zu bekommen.“ Er nennt es ein großes Glück, dass Diehm im September nach Weißenburg zurückkehrte. „Es ist ein Neuanfang“, sagt der 50 Jahre alte Designer. Bisher hat er zusammengekommen 19 Jahre für Regent gearbeitet. Unter Tombolini habe er sehr frei arbeiten können. „Am Ende aber war die Lethargie groß, man war irgendwie gelähmt.“

Durchgehalten hat Martin Kury, die zweite große Stütze für Krampf. Der technische Leiter, 58 Jahre alt, brachte es nicht übers Herz wegzugehen, es wäre ihm wie Verrat vorgekommen. Kury hoffte immer auf die Rettung. „Das war schon ein ziemlich levantinisches Geschäftsgeschehen“, erinnert er sich an die Italiener, die Regent im Jahr 2001 von Quandt übernommen hatten. Die Familiendynastie hatte einst Pläne für ein Textilimperium gehegt.



Maßarbeit: In der Manufaktur in Weißenburg braucht es nicht Stunden, sondern Tage, bis ein Anzug fertig ist.

Von Henryk Barig und Michael Aisenstadt, die Regent 1946 gegründet hatten, übernahmen sie die Firma 1990. Aus der Absicht wurde dann jedoch nicht viel.

Tombolini, ein Massenhersteller von Textilien, verlor schnell die Begeisterung für das Luxus-Label. Viel Geld und die Fertigung einzelner Linien wie die Freizeitmode zog man nach Italien ab. Irgendwann waren die Probleme auch gegenüber den Kunden nicht zu verbergen, zu denen große Häuser wie Breuninger oder Lodenfrey gehörten. Die Qualität wurde nicht geliefert, andere Stoffe verwendet als vereinbart, Lieferzeiten nicht eingehalten. Martin Kury lavierte sich damals als Verantwortlicher für die Fertigung mit einer schrumpfenden Belegschaft durch, die heute noch 34 Näherinnen, Näher und Schneider umfasst – früher hatte Regent einmal 500 Beschäftigte.

Peter Krampf litt mit dem Niedergang. 15 Jahre lang ließ er sich als Stammkunde seine Anzüge dort fertigen. „Seit dem ersten Anzug habe ich keinen anderen mehr angefasst.“ Er wurde nicht zum Retter, weil er so stark an Mode interessiert wäre, sondern weil ihn die Leidenschaft für Qualität und der Idealismus einer Marke begeistern.

Als der promovierte Betriebswirt in der Unternehmensberatung McKinsey arbeitete, musste er Wert auf elegante Kleidung legen, also dezent, mit Understatement, ohne übermäßig aufzufallen. Immer wieder hielt er auf der Heimfahrt an, um neue Anzüge zu kaufen – ohne

zu merken, dass sich hinter der Fassade ein dramatischer Niedergang abzeichnete. 2013 hörte er als Geschäftsführer beim Energiekonzern EnBW auf, wo er verantwortlich fürs Beteiligungsmanagement war, und machte sich als Unternehmensberater selbständig. „Da begann ich, mich mit den Zahlen zu beschäftigen.“ Hilfe als Berater anzubieten war da schon zwecklos. So ging er das Wagnis ein.

Mit Fertigungsleiter Kury verstand er sich sofort. Als Diehm zurückkam, blieben nicht einmal drei Monate für eine neue Kollektion für Herbst 2016. „Unsere erste“, wie Krampf sagt, der zugibt, von der Materie nicht viel Ahnung und allenfalls mal einen Knopf angenäht zu haben. Doch darauf kommt es wohl nicht an. Er bringt nicht nur das Geld ein, sondern auch frische Perspektiven. Die Erfahrungen eines Unternehmensberaters mit riesigem Netzwerk sind Geld wert. Seit November ist Darrell Moos an Bord. Bisher arbeitete er für Brioni in Deutschland, nun verantwortet er den Vertrieb.

„Wir haben ordentlich auf den Putz gehauen“, sagt Detlev Diehm über die zurückliegenden Wochen. Noch nie hat Regent eine so große Kollektion in so kurzer Zeit zusammengestellt. 23 Freizeit- und Casual-Modelle, sechs Neuheiten fürs Klassische – früher waren es gerade mal die Hälfte. „Unser gedachtes Vorbild ist der Kunde zwischen 30 und 50 Jahren, der körperlich in guter Form ist, nicht übermäßig eitel, aber mit kulturellem Hintergrund“, sagt Diehm über den Musterkunden. Selbstverständlich und ungezwungen müsse es aussehen, ohne Effekthascherei.

Der Wegfall von Schulterpolster und anderen Hilfsmaterialien ermöglicht neue Schnitte. Schulter und Ärmel können zu einer zwanglosen Silhouette verarbeitet werden. Man kommt mit wenig Innenfutter aus. Neben Kamelhaar hat Diehm Beaver eingesetzt, einen gebürsteten Stoff, widerstandsfähig, aber luxuriös, griffig, aber anschniegsam. Für die Wintersaison gibt es viel Blau, Grau, Grün und rötlisches Dunkelbraun.

„Wir müssen lauter werden“, sagt Diehm, „ohne ostentativ Luxus zu präsentieren.“ Auch Peter Krampf geht es um neue Akzente. Das Business-Sakko wird heutzutage zum Beispiel nicht mehr in der Freizeit angezogen. Das Freizeitsakko ist kürzer und lässt mehr Farben, mehr Muster, mehr Stoffe zu. „Mutiger müssen wir werden.“ Blau- oder Brombeertöne, kernige Farben. Als Stoff hat man Yak in die Kollektion aufgenommen. Lederelemente und Pelzkragen sollen wertig wirken. Neben Smoking, Frack, Anzügen und Hosen hängen auch Trachtenjacken. Die Jeans, klassischer Schnitt, kosten 240 Euro.

Die Experimentierfreude scheint Wirkung zu zeigen. „Immer mehr Dreißigjährige kommen auf uns zu.“ Das Modehaus Breuninger, das 2013 abgesprungen war, ist im vergangenen Sommer zurückgekommen. Andere sind ebenfalls zurückgekehrt oder ordern wieder mehr, wie Lodenfrey in München. Nun herrscht Zuversicht, dass Regent den Umsatz auf vier Millionen Euro verdoppeln kann. Wann genau, vermag Krampf nicht zu sagen. 5000 Sakkos im Jahr will er handgenäht fertigen lassen, noch ist es die Hälfte. 100 Beschäftigte soll es geben, doppelt so viele wie heute. Mut macht ihm, dass die Marke stark ist: „Regent hat noch eine unglaubliche Strahlkraft.“

Zum Glück auch unter den Lieferanten. So ist nicht einmal das Haar vom Vikunja zu entlegen, der bedrohten Kamel-Art aus den Hochanden, der kein Haar gekrümmt werden darf, weshalb die Einheimischen mühselig abgefallene oder an Ästen hängengebliebene Haarbüschel aufsammeln. Nur zwei italienische Weber verarbeiten dieses extrem begehrte und teure Rohmaterial, und sie teilen zu. Wenn Regent für einen Kunden 2,50 oder 3,50 Meter Vikunja-Stoff für einen Anzug braucht, wird auch geliefert. Anstehen müssen sie dafür nicht, so gut ist ihr Ruf. ◀

UNION  
GLASHÜTTE/SA.  
DEUTSCHE UHRMACHERKUNST. 1893



VON MECHANISCHEN WERKEN,  
KLASSISCHEN FORMEN UND  
MAGISCHEN MOMENTEN.



1893  
KLEINE SEKUNDE

www.union-glashuette.com

# OUT & BACK

R.M. Williams stattet seit Jahrzehnten australische Viehzüchter aus. Jetzt will das Unternehmen zur globalen Luxusmarke aufsteigen.

Von Christoph Hein

Man kann diesen Lederstiefel so beschreiben: Gut 40 Einzelteile stecken darin, die Herstellung dauert 65 Minuten, gestreckt über fünf Tage, und bestellen lässt er sich per Internet. Oder man beschreibt ihn so: Genährt am anderen Ende der Welt in einer kleinen Manufaktur auf Maschinen aus Deutschland, von denen einige 100 Jahre auf dem Buckel haben, von Menschen, die ihr Handwerk ein Leben lang ausüben, aus einem einzigen Stück Leder, das aus den feinsten Gerbereien der Welt stammt, wird er von seinen Besitzern über Jahre getragen. Und dann repariert.

Die Stiefel von R.M. Williams erzählen Geschichten. Und schreiben Geschichte.

Reginald Murray Williams ist ihre Hauptperson. Den jungen Gelegenheitsarbeiter hatte es während der großen Depression in den südaustralischen Busch verschlagen. Dort traf er im Sommer des Jahres 1932 Michael George Smith. Jeder hier nannte Williams nur „RM“, und Smith, einen Pferdedieb und begnadeten Reiter, riefen die *drover*, die australischen Cowboys, „Dollar Mick“. Doch Smith kannte sich auch mit dem Nähen von Sätteln aus, mit Pferdegeschirr und Lederstiefeln. Und beide, RM und Dollar Mick, wussten, dass von guten Boots das Leben und Sterben in der Hölle des Outback abhing.

Zwischen Innenfutter und Außenleder schmierten sie Hammelfett. Das trat über die Monate aus und hielt den Stiefel geschmeidig. Mit der Hilfe Dollar Micks entwickelte RM ein Paar Boots aus einem einzigen Stück Leder, das nur hinten über der Ferse zusammengenäht wurde. Viele Männer

trugen damals keine Socken in den Stiefeln – und in denen von RM und Dollar Mick bekamen sie keine Blasen, weil sie keine Nähte hatten. 1934, zurück in Adelaide, schaltete Williams im „Chronicle“ seine erste Kleinanzeige. Bald schon fabrizierte er ein Paar Stiefel am Tag.

„Das Leben von RM ist ein Synonym für den wahren Kern Australiens“, sagt Rupert Murdoch, der australische Medienzar. Heute ist RMW, wie die Australier die Marke nennen, der größte Hersteller der Welt von Stiefeln aus einem einzigen Stück Leder plus Sohle. Zudem ist RMW der bekannteste Lieferant von Ausrüstung und Kleidung für Farmer und Viehzüchter in Australien – und zugleich seit Ende 2014 ein Unternehmen im Besitz von L-Capital, dem Investitionsvehikel unter dem Dach von Bernard Arnaults Pariser Luxusgruppe LVMH. Damit bekommt die Busch-Marke honorige Brüder und Schwestern: Louis Vuitton zählt genauso dazu wie Moët & Chandon, Guerlain, Hennessy, Bulgari, Givenchy oder Fendi.

Wie bitte? Roch R.M. Williams nicht gerade noch nach Pferd? War die Marke nicht staubig vom roten Sand des Outback? Und hatte nicht der damalige Vorstandschef Hamish Turner erst vor drei Jahren gesagt: „Wir sind nicht Louis Vuitton und nicht Hermès. Wir stellen ‚casual luxury‘ her. Das ist das, was Australien ausmacht.“

Turner ist inzwischen weg, und die Franzosen scheinen mit „casual luxury made in Australia“ nicht das geringste Problem zu haben. „Jede weltumspannende Luxusmarke hat eine starke Handwerks-tradition im Hintergrund. Deshalb bietet R.M. Williams alles, was es braucht, um

eine globale Luxusmarke zu werden“, sagt Martin Rippon, der das Marketing übernommen hat. So muss die Traditionsfirma auf ihre alten Tage, will sie überleben, den Spagat lernen: Das Unternehmen darf seine Wurzeln nicht kappen, soll aber in die weite Welt vordringen und unterwegs die Leiter des Luxus emporklettern. Bislang stellen die Australier etwa 150.000 Paar Stiefel im Jahr her und ebenso viele Leder-gürtel, 200.000 Jeans, Hosen und Shorts, 250.000 Hemden und 50.000 Taschen oder Schlüsselringe aus hochwertigem Leder.

Die fußballfeldgroße Manufaktur von R.M. Williams vor den Toren Adelaides wirkt wie aus der Zeit gefallen. Es riecht nach Leder und Klebstoff, Nagelautomaten hämmern, Nähmaschinen rattern. Doch auch Produktionsleiter Geoff Thiel meint es ernst: Wachstum tue not. „Die Bauern machen nur fünf Prozent der Menschen in Australien aus.“ Wer durch Sydneys Geschäftsbezirk schlendert, stößt deshalb nicht nur in den besten Lagen auf Geschäfte von RMW, er sieht auch junge Banker, die Boots zum Anzug tragen. Ihre Freundinnen, oder die, die es werden wollen, ziehen sie abends in die Disco an. „Down under“ ist es chic, Farm-Style und Urban-Style zu kombinieren. „Unsere Marke ist noch sehr australisch, ein bisschen rau an den Rändern vielleicht. Die müssen wir abschleifen“, sagt der Manager. „Wir wollen und werden unsere Landbevölkerung nicht als Kunden verlieren, wir werden auch eine australische Marke bleiben. Aber wir müssen wachsen. Wir brauchen jüngere Kunden, wir brauchen Kunden in Übersee.“

Dafür scheint nun das Fundament gelegt. L-Capital hat aus dem Firmengeflecht

unter der Dachmarke die Filetstücke herausgelöst: den Schuh- und KleidungsHersteller und einen Verlag, der Zeitschriften herausgibt, die australische Schwestern der „Landlust“ sein könnten. Konzentration auf die Globalisierung, ohne den Kern zu gefährden – das ist die Parole.

Auch Rodney Kelsey kennt sie. Er arbeitet in der Reparaturwerkstatt, ganz hinten in der Fabrik. R.M. Williams kümmert sich um jeden jemals gefertigten Stiefel, und dies sein Leben lang. Etwa 500 Boots werden in der Woche nach Adelaide zurückgesandt, aus London, Hongkong, Melbourne, Stockholm. Alle eröffnen einen Blick in das Leben ihrer Besitzer: abgeschliffenes Leder, abgetretene Absätze, vollgespritzt mit rosa Farbe, so stehen sie hier und warten auf ihr zweites Leben. Zwölf Arbeiter nehmen sich der Stiefel-Wracks an, stempeln nach dem Aufarbeiten ein „RR“ in den Innenschuh, die Abkürzung für *repair*.

„Wir können alles reparieren, solange das Leder noch erhalten ist“, sagt der 62 Jahre alte Kelsey. „Die Leute lieben ihre Boots. Sie warnen uns sogar, bloß das Leder nicht zu polieren.“ Sein Chef Thiel sieht darin auch geschäftliche Vorteile. „Uns bringt das Reparaturgeschäft vor allem den direkten Kontakt mit unseren Kunden“, sagt er. „Sie kommen zweimal in unsere Läden, um den Stiefel zu bringen und um ihn wieder abzuholen. Oft kaufen sie dabei auch ein neues Paar.“ Und das ist heute nicht unter 400 Dollar zu haben.

Seit den frühen Tagen hat sich am Produkt nicht viel geändert. Wohl aber am Unternehmen. Über Jahre ging es auf und ab, Investoren stiegen ein und aus. 2003, als Gründervater Williams starb, lag der

Umsatz nur noch bei 50 Millionen Australischen Dollar (6,3 Millionen Euro). Heute sind es mehr als 120 Millionen Dollar. Und die französischen Eigentümer haben noch viel vor. Sie grasen gerade den Fünften Kontinent ab. Dort sprießen erstaunliche Marken, wie der Bademodenhersteller Seafolly oder die Motorradmodemarke Deus Ex Machina, die Qualität, Luxus und australische Lebensfreude vereinen. Auch R.M. Williams ist so ein Schatz, der nur gehoben werden musste.

Plötzlich scheint alles möglich. „Natürlich können wir Stiefel aus Emu-Leder



Er ritt voraus: Reginald Murray Williams (1908 bis 2003) hinterließ zehn Kinder aus zwei Ehen und eine ausbaufähige Outback-Marke.

nähen, Krokodil oder Känguru. So ein Paar kann, den Wünschen des Kunden entsprechend, bis zu 8000 Dollar kosten“, sagt Michael Williams. Der Leiter der Stiefelfertigung zählt zum Urgestein in der Manufaktur. Seit 40 Jahren arbeitet der 56 Jahre alte Williams hier, zwischen Nähmaschinen und Lederamboss hat er seine Frau Kimbra getroffen. Jeden der 80 Arbeitsschritte zum Bau eines Stiefels beherrscht er aus dem Effeff. „Angefangen habe ich mit 48 Dollar Lohn in der Woche“, sagt er. Heute ist vieles

anders geworden. „Wir brauchen jetzt mindestens 100 Leute mehr in der Herstellung der Stiefel, wir müssen eine zweite Schicht bis Mitternacht einführen.“

Geoff Thiel hat, wie viele Australier im tiefen Süden, deutsche Wurzeln. Sie reichen bis weit in die Fabrik. Ihr erster Manager, „unser Henry Ford“, wie sie ihn nennen, war Erich „Eric“ Dragon. „Manche der alten Maschinen aus Deutschland sind so gut, dass wir eine sogar nachgebaut haben, weil man sie seit Jahrzehnten nicht mehr kaufen kann“, sagt Thiel. Und die Traditionsgerberei Josef Heinen aus der Nähe von Mönchengladbach liefert gerabertes Bullenleder für die Stiefel der Australier.

Thiels Leute werden an verschiedenen Maschinen und in verschiedenen Tätigkeiten ausgebildet, sie wechseln siebenmal während der Schicht den Arbeitsplatz. „Wir haben analysiert, wie in China gearbeitet wird. Und haben uns entschieden, es in vielen Dingen genau andersherum zu machen“, sagt Thiel. „Wir sind vielleicht nicht in allen Bereichen effizient, aber wir sind sehr effektiv.“ China mit seiner Billigproduktion scheint kein Angstthema mehr zu sein. „Für Stiefel aus Krokodillleder braucht man allein schon zwei Häute, die jeweils tausend Dollar kosten. Am Ende sind die China-Boots nur 25 Dollar billiger als unsere. Deshalb können wir sie weiter hier herstellen“, sagt der Produktionsfachmann.

Viele Arbeiter sind seit Jahrzehnten befreundet oder arbeiten mit Angehörigen unter einem Dach. „Mehr als die Hälfte bleiben 20 Jahre und länger“, sagt Thiel. Dabei sind die Löhne – für australische Verhältnisse – gering: Um die 50.000 Dollar im Jahr verdienen erfahrene Schuster, eine

Schneiderin bekommt etwa 35.000 Dollar. Es scheinen eher Stolz, Tradition, Kameradschaft zu sein, die die Leute hier halten. Wie Marija Bisak. Sie flicht fünf Gürtel am Tag aus Känguruleder. Und jeder erkennt den Unterschied: ob Marija einen Gürtel per Hand aus den Lederstreifen geflochten hat, oder ob eine Maschine das gemacht hat.

1976 schafften sie 40 Paar Stiefel am Tag. Heute sind es mehr als 700. Bislang trägt die Manufaktur etwa die Hälfte zum Umsatz bei, 40 Prozent stammen aus dem Stiefel-Geschäft. Dafür, dass es mehr wird, sind Manager wie Rippon zuständig. 1400 Kilometer östlich, in einer Büroetage mit Blick auf das Opernhaus in Sydney, feilen er und seine Kollegen an der Globalisierung der australischen Ikone. „Natürlich hilft uns die Übernahme durch L-Capital: Wir finden leichter Mitarbeiter, kommen leichter an Lieferanten heran, profitieren von dem riesigen Netzwerk“, sagt Rippon. Und von den Namen der Stiefelträger: Prinz William trägt Boots aus Adelaide, David Cameron und die australischen Ministerpräsidenten.

Bislang machen die Australier 80 Prozent ihres Umsatzes auf dem Fünften Kontinent. Schweden ist der größte Auslandsmarkt, mit 15.000 verkauften Paar Stiefeln im Jahr – dort fand sich früh ein Liebhaber, der den Handel begann. Darauf folgt Großbritannien mit etwa 5000 Paar. „Wir werden uns jetzt nach Westen aufmachen. Erst weiter nach England, dann Festland-Europa, danach Amerika. Dafür geben wir uns drei bis fünf Jahre“, sagt Thiel. Immerhin wirbt auch das runderneuerte Unternehmen weiter mit dem Satz: „Solange es ein einziger Bushman noch braucht, werden wir unser Handwerk weiterbetreiben.“

Schritt für Schritt: Die Manufaktur vor den Toren Adelaides stellt heute mehr als 700 Paar Stiefel am Tag her. Man sieht sie längst nicht mehr nur an Farmerfüßen – sondern auch in Sydneys Bankenviertel.

# Radikal integriert

**A**hmad Mansour ist so etwas wie der Mann der Stunde. Das erkennt man an einem Mittwochabend in einer Bibliothek im Berliner Stadtteil Reinickendorf. Vor der Tür steht ein VW-Bus der Polizei im Graupelregen, am Eingang kontrolliert ein Sicherheitsdienst die Taschen. Damit niemand von außen Einblick hat, sind die Jalousien neben der Bühne heruntergelassen. Männer mit polierten Schuhen und Knopf im Ohr lassen ihre Blicke durch den Raum gleiten. Die Leiterin der Bücherei sagt, so eine aufregende Veranstaltung habe sie noch nicht erlebt. Aber der Polizeischutz verrät weniger über die tatsächliche Bedeutung einer Person, als vielmehr etwas über den potentiellen Wahnsinn ihrer Gegner.

Der örtliche Abgeordnete Burkard Dregger stellt seinen Gast vor. Er redet nicht nur von „einem der anerkanntesten Extremismusexperten“, sondern auch von einem „mutigen Mann“ und „Medienstar“. Der CDU-Politiker sagt: „Ich bin richtig stolz, ihn zu kennen.“ Daraufhin übernimmt Ahmad Mansour das Mikrofon. Eine Stunde lang redet der Neununddreißigjährige, frei, ohne Manuskript, ein exzellenter Rhetoriker. Dabei lispelt er sanft und lächelt herzlich.

Ahmad Mansour ist arabischer Israeli, aber er sagt „wir“, wenn er Deutschland meint. Einer seiner Kernsätze: „Integration bedeutet nicht nur Sprache und Arbeit, Wohnung und Aufenthalt, sondern Menschen hier zu haben, die ohne Wenn und Aber hinter dem Grundgesetz stehen.“ Er fügt hinzu: Wer dieses Rechtssystem nicht akzeptiere, der habe hier nichts suchen. Da gibt es spontan Applaus. Gegen Ende der Veranstaltung meldet sich eine Frau zu Wort: „So wie Sie reden“, sagt sie, „das ist wie ein Sommerregen nach einer langen Hitze.“ Wieder Applaus.

Nach der Veranstaltung schiebt Mansour seinen Laptop unbenutzt zurück in den Rucksack. Eigentlich hatte der studierte Psychologe einen Power-Point-Vortrag vorbereitet. Er hatte über die Ursachen islamistischer Radikalisierung sprechen wollen, über junge Salafisten in Deutschland und die Anziehungskraft ihrer Ideologie. Dann jedoch sah

**Ganz Berlin will etwas wissen von Ahmad Mansour: Was heißt Integration? Wo beginnt die Radikalisierung? Der Muslim, der Muslime kritisiert, erlebt gerade die Dialektik der Aufklärung.**

*Von Julia Schaaf (Text) und Daniel Pilar (Fotos)*

er sein Publikum. Anders, als er es sonst von seinen Veranstaltungen kennt, saßen da weder Lehrer noch Sozialarbeiter noch Menschen mit Migrationshintergrund. Stattdessen: Männer mit dünnem und Frauen mit weißem Haar, die Wangen von innerer Hitze gerötet. „Menschen voller Ängste und Sorgen“, sagt Ahmad Mansour. Deshalb änderte er spontan seinen Plan. „Sonst hätte ich bestimmte Vorurteile bedient, und das wollte ich nicht.“ Einem älteren Herrn, der Kriegsflüchtlinge nach dem Ende der Kämpfe in ihr Land zurückschicken will, erklärt er freundlich, aber bestimmt, damit verschleife man die Chance auf Integration. „Wir brauchen Konzepte jetzt!“ Interessanterweise wird der Herr später sagen, Mansour habe ihm aus dem Herzen gesprochen.

Ahmad Mansour ist wie ein Joker der migrationspolitischen Debatte. Er kann vor Praktikern oder in Fachkreisen auftreten, weiß aber auch mit normalen Leuten umzugehen. Er ist auf jüdischen Tagungen willkommen, berät die Polizei, und von der Union bis zur Linken laden alle politischen Parteien ihn ein. Seit den Anschlägen auf das französische Satire-Magazin „Charlie Hebdo“ im Januar 2015 war er, wie er selbst sagt, 200 Mal in den Medien. „Es freut mich, dass so viele Anfragen kommen“, sagt der

Muslim, der mit einer Deutschen verheiratet ist. Sein Smartphone zeigt die ungelesenen Mails in seinem Postfach an: Es sind 3031.

Ahmad Mansour hat zu allem etwas zu sagen, was die Gesellschaft in Sachen Zuwanderung beschäftigt. Als Migranten in Berlin gegen die Politik Israels demonstrierten, warnte er vor muslimischem Antisemitismus. Nach jedem Terroranschlag wird er zur Deradikalisierung von Salafisten befragt. Spätestens seit der Silvesternacht von Köln ist seine Fachkunde zum Thema Machokultur im Fokus. Und weil nichts das Land so umtreibt wie die Flüchtlingsfrage, nimmt Mansour auch dazu Stellung. „Ich bin auch Flüchtling“, sagt er auf dem Podium der Stadtbibliothek. Elf Jahre ist es her, dass er in Tel Aviv Zeuge eines Anschlags wurde. Da beschloss er, es müsse ein besseres Leben geben als das, was im Zentrum des Nahostkonflikts möglich war. Ohne ein Wort Deutsch zu können, kam er nach Berlin. Die ersten Monate seien „eine Art von Trauma“ gewesen. Längst gewöhnt, seinen Lebensunterhalt selbst zu verdienen, sei er plötzlich nicht mehr in der Lage gewesen, ohne Hilfe von A nach B zu gelangen. Und dabei habe er, anders als viele Flüchtlinge, Geld und ein WG-Zimmer gehabt.

Heute staunt er manchmal, welchen Weg er seitdem genommen hat. Ahmad Mansour hat das Berliner Präventionsprojekt „Heroes“ gegen Gewalt im Namen der Ehre mit aufgebaut. Zur Zeit arbeitet er vor allem für die Deradikalisierungsberatung „Hayat“, die Familien potentieller Extremisten bei dem Versuch begleitet, ihre Kinder zurück in die Gesellschaft zu holen. Seit fünf, sechs Jahren, seit den ersten Salafisten-Aufmärschen und der Attacke mutmaßlich arabischstämmiger Jugendlicher auf einen Rabbiner in Berlin, sucht er in Zeitungsbeiträgen den Weg in die Öffentlichkeit: aus Angst, dass auch seine neue Heimat von den Verwerfungen der alten durchzogen werden könnte. So wurde aus dem Praktiker, einer Mischung aus Sozialarbeiter, Coach und Therapeut, ein Mahner im integrationspolitischen Diskurs.

„Mein Beruf ist es aufzuklären, zu sensibilisieren und bestimmte antidemokratische Strukturen zu bekämpfen“, sagt Ahmad Mansour über sich. Im Herbst ist sein Buch „Generation Allah“ erschienen. Darin verquickt er berufliche Erfahrungen mit seiner Biographie und leitet daraus eine Analyse her, in der er Antisemitismus, Sexismus und Extremismus unter Heranwachsenden mit Migrationshintergrund auf dieselbe Wurzel zurückführt.

„Alles Unheil in unserer Gesellschaft hat mit patriarchalen Strukturen zu tun“, sagt Mansour in der Stadtbibliothek Reinickendorf. „Wir brauchen eine mutige innerislamische Debatte.“

Ein Islamverständnis, das mit Angstpädagogik und einer Tabuisierung der Sexualität einhergeht, während religiöse Texte einer kritisch-historischen Betrachtung entzogen werden, sei nicht mit dem Grundgesetz kompatibel, meint Mansour. Das ist starker Tobak, mal abgesehen von der Anmaßung, die komplexen Probleme eines Einwanderungslandes im Zeitalter des globalisierten Terrors auf 271 Seiten zu lösen. Und während die einen ihn hierfür als Lichtgestalt preisen, die endlich Klartext rede, schicken andere ihm Morddrohungen, die das Landeskriminalamt auf den Plan rufen. Fachleute bemängeln Pauschalierungen und den alarmistischen Ton. Islamwissenschaftler seufzen, Ahmad Mansour möge sich auf die Themen beschränken, von denen er wirklich Ahnung hat. Die Deutschen wünschen sich aber ihre Muslime vielleicht genau so. Ob es hilfreich ist, allen Zuwanderern eine



Ahmad Mansour, der 1976 als Muslim in Israel geboren wurde, ist über Umwege zu einem der wichtigsten Islamismuskleriker in Deutschland geworden. Vor allem geht er gegen Verallgemeinerungen vor.

sprache, bei denen zwischendrin eine Pizza bestellt wird, bis sich selbst die Hardliner öffnen, bringen ihn ins Schwärmen. „Das ist das Schönste.“ Vermutlich spüren junge Leute, dass er sie respektiert und sich für sie interessiert – selbst wenn er ihre Überzeugungen ablehnt.

Wenn er die angehenden Erzieher an der Marie-Elisabeth-Lüders-Oberschule darauf vorbereitet, wie eine „Kultur der Ehre“ schon in der Arbeit mit kleinen Kindern zu Konflikten führen kann, etwa weil Jungen und Mädchen im Sommer nicht nackt im Sandkasten matschen dürfen oder von einer Frau mit Burka abgeholt würden, schickt er zur Einordnung voraus: „Ich bitte euch, nicht zu verallgemeinern. Nicht von Arabern, von Türken, von Muslimen zu reden. Wir werden über Missstände reden. Es betrifft eine Gruppe. Wie groß diese Gruppe ist? Ich weiß es nicht.“ Er will keine Vorurteile schüren, niemanden in Schubladen stecken. „Wir müssen gewinnend arbeiten.“

Selbst die Deutschtürkin mit Kopftuch ist überrascht: „Am Anfang dachte ich, es geht gegen den Islam.“ Aber das Seminar sei eine Bereicherung gewesen, sagt die junge Frau: „Hier sind ganz viele mit solchem Hintergrund. Das ist sehr wichtig, dass man weiß, wie man mit solchen Leuten umgehen soll und warum sie so handeln.“

Wer Ahmad Mansours Buch liest, fragt sich jedoch bisweilen, wie er Muslime in Deutschland gewinnen will, wenn er ihre Erziehungsmethoden, ihre Familienstrukturen, ihr Gottesbild an den Pranger stellt. Mansour entgegnet, es gebe einen Unterschied zwischen pädagogischer Präventionsarbeit und einer gesellschaftlichen Debatte. Und es ärgert ihn wirklich, dass man das Mainstream-Islamverständnis nicht inhaltlich kritisieren könne, ohne dass sofort von einem Generalverdacht gegen Muslime die Rede sei. „Die Tatsachen sind da“, sagt Mansour und klingt jetzt scharf. „Es gab Anschläge. Köln ist da. Es gibt Probleme mit der Integration. Die Zustände können nicht warten.“

Ahmad Mansour, 1976 in einem arabischen Dorf in Israel geboren, ist kein Wissenschaftler. Dafür untermauert er seine Überzeugungen mit persönlichen Erfahrungen. Bevor er in Tel Aviv an der Universität die Erfahrung machte, wie aus vermeintlichen Feinden Freunde wurden, weil die jüdischen Kommilitonen vorbehaltlos auf ihn zugehen, bevor er Nietzsche und Freud zu lesen anfing und das Zweifeln lernte, hatte er eine Phase, über die er heute sagt: „Ich war radikal.“

Dabei sei seine Empfänglichkeit für extremistische Einflüsterer damals mit der von Jugendlichen heute vergleichbar. Er wurde von Mitschülern als Streber gemobbt und geriet in eine Krise, die niemand in seinem Umfeld bemerkte – nur der örtliche Imam. „Ich hatte das Gefühl, auserwählt zu sein“, erzählt Mansour bei seinem Vortrag in Reinickendorf. „Gott sitzt in seinem siebten Himmel und guckt runter und sagt: Diese Gruppe mit Ahmad Mansour hat Recht. Die habe ich viel lieber als andere.“ Plötzlich habe er, der Underdog, seine weniger frommen Mitschüler zurechtweisen können. „Diese Macht habe ich genossen: dass ich auf einmal ein Mensch bin, der etwas zu sagen hat. Dass ich die Wahrheit besitze.“ Extremismus als Halt und Rettung vor Orientierungslosigkeit: Es hat eine gewisse Wucht, wenn dieser Mann heute sagt, Salafisten seien die besseren Sozialarbeiter.

Nach dem Vortrag geht es schnell nach draußen. Dort wartet eine schwarze Limousine. Ahmad Mansour und zwei Männer mit Knöpfen im Ohr steigen ein. Ein dritter schlägt zweimal mit der Hand gegen die Karosserie, dann rauscht der Wagen davon, in die Berliner Nacht. ◀



Mit Sicherheit: Ahmad Mansour stellt sich nach dem Auftritt in Reinickendorf der Diskussion.

ähnliche Entwicklung abzuverlangen, steht auf einem anderen Blatt.

Ein Montagmorgen, Marie-Elisabeth-Lüders-Oberschule in Berlin. Fast 20 angehende Erzieher in ihrem letzten Ausbildungsjahr haben Trinkflaschen und Kaffee-Pappbecher vor sich auf die Tische gestellt. Das zweitägige Seminar mit den „Heroes“ zum Thema patriarchale Familienstrukturen und Geschlechterrollen gehört mittlerweile fest ins Curriculum der Schule.

Ahmad Mansour ist überzeugt davon, dass Lehrer, Erzieher und Sozialarbeiter mehr darüber wissen müssen, wie solche Familienstrukturen sich auf Kinder auswirken und wie man dem entgegenarbeitet – mit Offenheit für kulturelle Unterschiede, aber entschieden und klar, sobald das Grundgesetz berührt ist. Am Schwimmunterricht, das sagt Mansour bei jeder Gelegenheit, müssten auch muslimische Mädchen teilnehmen.

An diesem Morgen hat Ahmad Mansour einen kurzen Film gezeigt, in dem Männer und Frauen in Jordanien befragt werden, was sie unter Ehre verstehen. Auf den letzten Bildern ist ein Eimer mit Tierblut zu sehen. Anschließend schlendert Mansour durch den Klassenraum, die Hände in den Hosentaschen vergraben. „Wo seid ihr?“, fragt er. „Was denkt ihr? Was macht das mit euch?“ Schnell hat er

eine Atmosphäre geschaffen, in der man „du“ zueinander sagt und offen reden kann. Wenn er dann eine Definition von Männlichkeit an die Tafel projiziert, in der es um Stärke und Selbstbewusstsein geht und die Fähigkeit, Frauen zu beschützen, sagt einer der Kursteilnehmer: „Ich habe keine feste Definition von meiner Männlichkeit. Ich mache mir über so was keine Gedanken.“ Eine junge Frau sagt, sie könne sich nicht vorstellen, sich von einem Mann aushalten zu lassen: „Ich würde nie ein gemeinsames Konto wollen.“

Ahmad Mansour lacht. „Mir ist das so fremd“, sagt er mit Blick auf seine arabischen Wurzeln. Und erzählt, dass er gemeinsames Wirtschaften in der Ehe für selbstverständlich halte. Dass er, seit er Vater einer kleinen Tochter sei, ständig den Druck spüre, seine Rolle als Ernährer auszufüllen. Dass er bis heute ungern in die Sauna gehe, weil Nacktheit für ihn tabubehaftet sei. „Damit bin ich nicht aufgewachsen. Ich schäme mich zugrunde.“

Man kann sich vorstellen, wie dieser Mann mit seiner persönlichen, selbstkritischen und humorvollen Art, bei der Fragen wichtiger sind als Antworten, auch hartgesottene Machos und angehende Fundamentalisten zum Nachdenken bringt. Er geht in solche Diskussionen nicht mit dem Anspruch, Jugendliche zu ändern. Aber stundenlange Ge-





Stiller Ort in steiler Welt: Im Winter ist das Hospiz auf der Passhöhe des Großen St. Bernhard nur auf Ski oder zu Fuß erreichbar.

# HOHES HAUS

Seit fast tausend Jahren führen Chorherren das Hospiz auf dem Großen St. Bernhard. Die Zuflucht im Hochgebirge lockt Sinnsucher, Wintersportler – und Hundefreunde.

Von Bernd Steinle



Auf den Hund gekommen: Um die wundersamen Rettungstaten des Bernhardiners Barry ranken sich viele Legenden.

Im September“, sagt Raphael Duchoud, „fragen die Leute oft: Und, schöne Ferien gehabt?“ Er wundert sich dann immer ein bisschen, denn Urlaub im Sommer, das ist für ihn undenkbar. Im Sommer sind die Touristen da und mit ihnen die Bernhardiner, im Sommer sind alle Gasthäuser und Restaurants geöffnet, dann drängen sich Autos, Motorräder und Radsportler auf den engen Serpentina der Passstraße, Wanderer und Spaziergänger bevölkern die Wege in die Berge. Im Sommer ist an Ferien nicht zu denken für Duchoud. „Der Winter“, sagt er und lächelt, „ist mir lieber.“

Gut für ihn. Denn da, wo Duchoud lebt, ist acht Monate lang Winter. Raphael Duchoud ist einer von fünf Chorherren, die das Hospiz auf dem Großen St. Bernhard führen – auf einem der geschichtsrächtigsten Alpenübergänge, der den Schweizer Kanton Wallis mit dem italienischen Aostatal verbindet. Die Passhöhe, und damit das Hospiz, liegt auf knapp 2500 Metern, eng umschlossen von steil aufragenden Bergflanken. Im Sommer, wenn täglich Tausende über den Pass ziehen, herrscht hier helle Aufregung. Im Winter – Stille. Dann wird die Welt auf dem Großen St. Bernhard plötzlich sehr klein.

Die Passstraße ist von Oktober bis Mai gesperrt, meist liegt sie unter einer dicken Schneedecke. Erreichbar ist das Hospiz im Winter nur mit Tourenski oder Schneeschuhen. Der kleine Bergsee auf der Passhöhe, durch den die Grenze verläuft, erstarrt in Eis, die wenigen anderen Gebäude auf der Passhöhe dämmern, fest verrammelt, im Winterschlaf. Wie in einem Zeitsprung ist das Hospiz dann zurückgeworfen auf die ursprüngliche Bestimmung, die es seit nun fast 1000 Jahren erfüllt: Schutz zu bieten in einer wilden, unwirtlichen Landschaft. Zuflucht zu sein in karger, eisiger Höhe. Ein Ort der Einkehr, der Geborgenheit, des Innehaltens.

Begonnen hat diese Bestimmung mit Bernhard von Menthon. Bernhard stammte aus einer Adelsfamilie und war Erzdiakon von Aosta. Um 1050 gründete er das Hospiz auf dem Mont-Joux-Pass, wie der Übergang früher hieß. Bernhard, heute Schutzpatron der Bergsteiger, war immer wieder erschöpften Reisenden begegnet, die ins Tal herunter kamen wie Geschlagene. Der Pass war eine der gefährlichsten Routen in Europa, wegen der oft heiklen Wetterbedingun-

gen, Stürmen, Eis, Lawinen – und wegen der Überfälle. Der Durchschlupf durch das Hochgebirge war ein perfektes Revier für Banditen. Zwischen dem Ort Bourg St. Pierre in der Schweiz und Saint Rhémy im Aostatal stand nicht ein einziges Haus, der Übergang war Niemandsland, ein Terrain wie geschaffen für Räuber, die Kaufleute, Pilger, Handwerkern oder Flüchtlingen auflauerten. Deshalb schuf Bernhard auf der Passhöhe eine Anlaufstelle. Deren Leitung übertrug er den Augustiner-Chorherren. Die kommen diesem Ruf seit mehr als neun Jahrhunderten nach. Bis heute.

Für Raphael Duchoud ist es der fünfte Winter hier oben. Früher war er Pfarrer, jetzt lebt er in Gemeinschaft mit anderen Priestern auf der Passhöhe, das heißt: Alle Güter gehören der Vereinigung, Privatbesitz gibt es nicht. Das Hospiz ist nicht nur Herberge, es war immer auch ein Ort der Spiritualität. Wallfahrer auf der Via Francigena machen hier Station, einem Pilgerweg vom englischen Bischofssitz Canterbury in die Papststadt Rom. Der Weg hat eine lange Tradition. Allein im Jahr 1300, als Papst Bonifatius VIII. ein Heiliges Jahr ausrief und die Pilger in Massen nach Rom zogen, verzeichnete das Hospiz auf dem Großen St. Bernhard Abertausende von Übernachtungen.

Noch heute bietet das Hospiz den Gästen mehr als Bett und Brotzeit. Die Menschen kommen zu Exerzitien und Bergwallfahrten. Wer will, kann sich in stillen Tagen im Hochgebirge wieder neu ausrichten, in Gesprächen, Gebeten, Gedanken neue Kraft finden. Aus diesen Tagen



Bernhard, hilf: Appell an den Schutzpatron der Bergsteiger

werden manchmal Monate oder Jahre. Manche Besucher kehren als Hilfskräfte auf Zeit ins Hospiz zurück, zum Teil gegen Bezahlung, zum Teil auch freiwillig. Ohne ihre Arbeit wäre der Betrieb des Hauses nicht möglich. 11.000 Gäste jährlich übernachten heute im Hospiz – viel zu viele für fünf Chorherren.

An diesem Wintertag ist wenig los im Essensaal: an einem Tisch ein wild diskutierender Gesprächskreis, daneben zwei Amerikanerinnen in schrill-bunter Skikleidung, in einer Ecke am Fenster ein stilles Pärchen. Der Aufstieg mit Tourenski dauert gut zwei Stunden, er beginnt am Parkplatz eines stillgelegten Skigebiets, gleich hinter der Einfahrt zum St.-Bernhard-Autotunnel, der 1964 eröffnet wurde. Über sanfte Hänge windet sich die verschneite Straße durch die Berge, vorbei an mächtigen Entlüftungsschächten des Tunnels und, fast winzig dagegen, alten steinernen Schutzhütten. An der Steinwand eines Häuschens hängt das Bild eines Geistlichen, untermalt von der Bitte: „Heiliger Bernhard, führe unsere Schritte“.

Die Bergwelt mit ihren Gipfelkämmen, Felswänden und Schneerinnen ist beeindruckend – aber auch gefährlich. Nicht weit von der Passhöhe verlässt der Winteraufstieg die Serpentina der Straße und führt durch die Combe des Morts weiter nach oben, eine Mulde, in der vor einem Jahr erst vier italienische Tourengeher in einer Lawine ums Leben kamen. Der Bergführer Eric Berclaz war damals bei den Rettungsarbeiten dabei, er half bei schwierigsten Bedingungen, starkem Wind und Nebel, die Opfer zu bergen. Die Verschütteten, sagt Berclaz, seien bis zu zwei Meter unter den Schneemassen begraben gewesen. „Da hast du keine Chance mehr.“

Heute fliegt bei derartigen Unglücken die Bergrettung per Helikopter an, wird moderne Such- und Bergungstechnik eingesetzt. Früher gab es nur eine Chance auf Rettung: die Chorherren. Über Jahrhunderte war es ihre Aufgabe, jeden Tag, bei jedem Wetter, Bergführer auszuschicken, die sich talwärts aufmachten, um aufsteigende Gäste zu empfangen. Brot, Wein und Käse im Rucksack, geleiteten sie die oft gebirgsfremden Reisenden zum Hospiz. Trotz aller Erfahrung kam es auch unter ihnen zu Unglücken, verloren Führer bei Bergunfällen und Lawinenabgängen ihr Leben. „Sie erfüllten neun Jahrhunderte ihre Pflicht, setzten ihr



DRESDNER MUSIKFESTSPIELE

www.musikfestspiele.com

ERLEBEN SIE HOCHKARÄTIGE KÜNSTLER UND ORCHESTER IN EINZIGARTIGEN SPIELSTÄTTEN:

- Boston Symphony Orchestra, Königliches Concertgebouworchester,
- Israel Philharmonic Orchestra, WDR Sinfonieorchester Köln,
- Singapore Symphony Orchestra, Pittsburgh Symphony Orchestra,
- Dresdner Festspielorchester, Michael Nyman Band,
- Sächsische Staatskapelle Dresden u. a.

# ZEIT

5. MAI – 5. JUNI 2016

VOLKSWAGEN AKTIENGESELLSCHAFT



Die Dresdner Musikfestspiele sind eine Einrichtung der Landeshauptstadt Dresden und werden gefördert vom Sächsischen Staatsministerium für Wissenschaft und Kunst.

FOTOS: PIRELLA GÖTTSCHE LOWE/ST. BERNHARD, MUSEUMSSTÄTTE/ST. BERNHARD, BERND STEINLE (2); DIE REISE WURDE UNTERSTÜTZT VON SCHWEIZ TOURISMUS



Berg und Tat: Viele Chorherren auf dem Hospiz waren versierte Alpinisten. Für verirrt oder verunglückte Reisende waren sie oft die einzige Rettung.

Leben ein für andere“, sagt Duchoud. An ihrer Seite hatten sie verlässliche Begleiter. Die führten den Heiligen Bernhard sogar im Namen, und sie machten diesen Namen, und damit das Hospiz, in aller Welt bekannt: die Bernhardiner.

Die Geschichte der Bernhardiner hat sich längst selbstständig. Jeder kennt das Bild des treuen, mächtigen, kumpelhaften Wuschelhunds, der Schnapsfässchen um den Hals, unglückselige Lawinenofer vor dem Erfrieren oder dem Ersticken bewahrt. Und viele kennen die Legende von Barry, dem famosen Rettungshund auf dem Hospiz, der eigenmächtig einen Knaben aus den Schneemassen befreit und auf dem Rücken ins Haus zurück getragen haben soll. 40 Menschen hat Barry der Überlieferung nach dem Tod entrissen, und am Ende ist er selbst den Helden Tod gestorben, als der Einundvierzigste, ein halb erfrorener Soldat Napoleons, den tapferen Lebensretter mit einem Wolf verwechselte, in Todesangst zustach und Barry tödliche Verletzungen zufügte. Eine Geschichte, wie gemalt für einen Disney-Film: „Barry of the Great St. Bernhard“ kam 1977 in die Kinos.

Es gibt viele Geschichten über die Bernhardiner, Legenden, in denen sie wie liebenswerte Fabelwesen erscheinen. Sie sollen sich mit dem Fressen stets brav vor dem Futternapf geduldet haben, bis das Amen des Tischgebets im Essensraum erschollen war. Fragt sich nur: Was ist dran an solchen Geschichten?

Seit dem 17. Jahrhundert, sagt Duchoud, lebten Hunde im Hospiz. Sie waren schmaler, leichter und wendiger als die heutigen Bernhardiner und bewährten sich schnell als Rettungshelfer, wie alte Aufzeichnungen belegen – als Schneeflug, als Suchtrupp, als Navigationshilfe. Dank ihrer breiten Pfoten kamen sie im Schnee gut vorwärts, sie ebneten Pfade, spürten Wege, fanden und führten in Nacht und Nebel verirrt und geschwächte Wanderer. Barry, der ab 1800 auf dem Hospiz lebte, leistete dabei, so legen es Berichte nahe, wirklich Außergewöhnliches. Nur die Geschichte mit dem geretteten Knaben gehört wohl ebenso ins Reich der Fabel wie der Schluck Rum für die Lawinenofer. Und gestorben ist Barry in Wahrheit in Bern, an Altersschwäche – zwei Jahre, nachdem ihn die Chorherren im Alter von zwölf Jahren in den Ruhestand geschickt hatten.

Der Legende tut das keinen Abbruch. „Wo sind die Hunde“, werden die Chorherren immer wieder gefragt. Besonders im Winter. Denn da ist von Bernhardinern

# HOHES HAUS

keine Spur auf dem Hospiz. 2005 mussten die Chorherren ihre Bernhardiner-Zucht verkaufen, an die Fondation Barry, die Barry-Stiftung in Martigny. Grund waren strengere Gesetze, sagt Duchoud. Dadurch konnten die Chorherren mit ihren Möglichkeiten die Hunde nicht mehr auf dem Hospiz halten – etwa die vorgeschriebene tierärztliche Begleitung gewährleisten.

Seither wird im Sommer ein Dutzend der knapp 40 Bernhardiner der Stiftung zum Hospiz hochgebracht, für Spaziergänge und Wanderungen mit Touristen. Denn suchten einst die Bernhardiner die Menschen, so suchen heute die Menschen die Bernhardiner. Für die Lawinensuche sind die Hunde inzwischen viel zu schwerfällig geworden. Die Bernhardiner retten heute eher die Tourismus-Bilanz. In Martigny gibt es ein Hundemuseum, im Naturhistorischen Museum in Bern ist Barry eine Dauerausstellung gewidmet, inklusive des präparierten Superhunds hinter Glas, und selbst die moderne Sicherheitstechnik verneigt sich vor dem Größten aller Bernhardiner:



Chorrherr Raphael Duchoud lebt seit fünf Jahren im Hospiz.

Ein modernes Verschlüsseltensuchgerät trägt den Namen Barryvox. Wenigstens Barrys Stimme lebt weiter.

Auch das Refugium in den Bergen ist dank Internet-Reservierung und Hubschrauber-Versorgung längst in der Moderne angekommen. Das Leben im Hospiz ist heute angenehmer, bequemer, vielfältiger. „Es war früher ein schweres Leben hier oben“, sagt Duchoud. Die Ernährung, das Klima, die Lebensbedingungen, die Abgeschiedenheit, die Gefahren – der Alltag im Hospiz war nichts für schwache Nerven. Nach dem Winter mussten die Chorherren oft zeitweise ins Tal nach Martigny, um Körper und Geist aufzufrischen. Das erste elektrische Licht, sagt Duchoud, gab es am 11. 11. 1911. Mit dem Bau des Autotunnels wurde das Hospiz 1962 ans Elektrizitätsnetz angeschlossen. Seither können sie dort nicht nur richtig heizen, sondern auch jede Woche waschen – davor wurde die Wäsche zweimal im Jahr ins Aostatal geschickt.

Das Hospiz wurde immer wieder erweitert und umgebaut. Heute ist es ein langgezogener, wuchtiger Bau, kleine Fenster ducken sich gegen die Kälte in dicke Mauern. Im Innern klackern die Skischuhe über raue Steinböden, gewölbte Decken und gemauerte Wände erinnern an alte Klostersgänge. Eine dunkle Holztür führt in die schöne Barockkirche, durch eine Automattür, die hier fast futuristisch wirkt, geht es zum prächtigen Hospizschatz, jahrhundertalten Büsten, Ringen, Monstranzen, Bibelausgaben. Eine enge Wendeltreppe leitet hinab zur Kapelle, mit einer freigelegten Steinmauer, die, wie Duchoud sagt, vom ersten Hospizbau stammen soll.

Es dauert nicht lang, und man ahnt, warum das Hospiz auf dem Großen St. Bernhard zu allen Zeiten die Menschen angezogen, berührt, inspiriert hat – Glaubensleute und Sinnsucher, Bergsteiger und Skifahrer, Hundefreunde und Disney-Zeichner. Napoleon zog im Mai 1800 mit 40.000 Soldaten über den Pass und war so beeindruckt, dass er gleich ein weiteres Hospiz unter Führung der Chorherren in Auftrag gab, auf dem Simplon-Pass. Und für die Dichterin Annette von Droste-Hülshoff war die Faszination dieses Orts grenzenlos. In ihrem Versepos „Das Hospiz auf dem Großen St. Bernhard“ erzählt sie die Geschichte eines Großvaters und seines Enkels, die im Winter über den Pass ziehen und in der erhabenen Landschaft dramatisch scheitern. Es ist eine phantastische Geschichte, buchstäblich: Annette von Droste-Hülshoff ist ihr Leben lang nie auf dem Großen St. Bernhard gewesen.

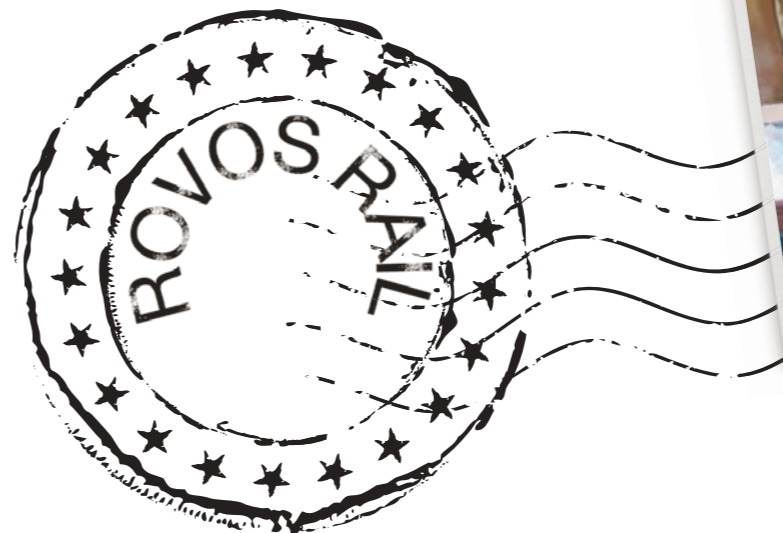
Seit 1989 fährt der Rovos Rail vor allem durch Südafrika und Namibia, aber auch von Durban und Pretoria zu den Victoriafällen in Zimbabwe und sogar von Kapstadt bis nach Daressalam in Tansania. Die längste Reise mit dem Luxuszug dauert gut zwei Wochen, die kürzeste nur 48 Stunden.



Im Bahnhof wie hier in Pretoria laden Pagen die Koffer der Reisenden ein und aus. Die Waggon, zum Teil mehr als 100 Jahre alt, sind sorgfältig restauriert. Bis zu 72 Passagiere finden Platz in 36 Suiten mit eigenem Bad. Neben der Raucherlounge liegt die Bar, am Ende des Zuges folgt ein offener Panoramawagen.



# Grüße aus dem



Im Luxuszug lässt sich Südafrika auf einzigartige Weise entdecken. Und das nicht nur im Vorbeifahren.

Von Peter-Philipp Schmitt (Text) und Norbert Franchini (Fotos)



Die Speisewagen erinnern an Königin Viktorias Zeiten, dabei stammen die ältesten Waggon aus den zwanziger Jahren. Viktorianisch streng ist aber auch die Kleiderordnung: Zum Dinner sind Anzug und Krawatte für die Herren, Abendkleider für die Damen Pflicht. Zum stets mehrgängigen Menü bietet der Sommelier auch schon mittags den jeweils passenden Wein aus Südafrika an.



Der Blick aus dem Fenster lohnt den ganzen Tag: Denn nirgendwo sonst ändert sich die Landschaft wohl so schnell wie in Südafrika. Genauso verhält es sich mit dem Wetter. Morgens in Spioenkop nördlich von Durban ist es selbst im Sommer oft bitterkalt, wenig später auf dem Weg zu den Drakensbergen brennt die Sonne schon wieder unerbittlich.



Zu fast jeder Reise mit dem Luxuszug gehört eine Safari. Die Gäste wollen die „Big Five“ sehen. Im Nambiti Private Game Reserve bei Ladysmith lassen sich Elefant, Spitzmaulnashorn, Büffel, Löwe und Leopard aufspüren.



Pünktlich zum Sonnenuntergang finden sich alle Passagiere am oder im Zug, der zurecht auch „Pride of Africa“ genannt wird, für einen „Sundowner“ zusammen. Wie wäre es mit Gin-Tonic oder, fast noch typischer in Südafrika, mit Brandy-Coke?



Fünf Sterne deluxe will Rohan Vos bieten, der Ideen- und Namensgeber des Rovos-Rail-Unternehmens. Dazu gehört auch eine exzellente Küche. Rohan Vos, der sein Geld zunächst mit dem Handel von Auto-Ersatzteilen verdiente, kam 1985 auf einer Zugfahrt die Idee, alte Waggon und Lokomotiven zu kaufen und wieder auf Schienen zu setzen.





„La Fresque des Lyonnais“: Das 1800 Quadratmeter große Fassadenbild bringt berühmte Bewohner Lyons zusammen – wie Starkoch Paul Bocuse (unten Mitte) oder die Brüder Lumière (darüber rechts).



Arbeit ohne Ende: Die großformatigen Wandgemälde in Lyon sind zur Attraktion für Einheimische und Besucher geworden.

# ECHTE WANDARBEIT

Die Künstlergruppe „Cité Création“ geht in Lyon die Wände hoch – und macht mit ihren Gemälden die Illusion zur Wirklichkeit.

Von Axel Pinck  
Fotos Peter Frischmuth

**L**yon – war da nicht immer Stau auf der Autobahn Richtung Mittelmeer? Kam daher nicht dieser berühmte Koch? Viel ist es nicht, was den meisten zur drittgrößten Stadt Frankreichs einfällt. Dabei ist die Metropole am Zusammenfluss von Rhône und Saône in einer Hinsicht sogar führend im Land: Nirgends gibt es so tolle Wandgemälde.

Mehr als fünf Dutzend gewaltige *murs peints* sind über die Stadt verteilt. Die meisten zeigen das urbane Leben und wichtige Bewohner. „Wir wollen nicht nur große, bunte Bilder malen, sondern die Betrachter zum Stehenbleiben und zum Nachdenken anregen“, sagt Halim Bensaïd, Mitbegründer der Künstlergruppe „Cité Création“, die für die ungewöhnliche öffentliche Kunst verantwortlich ist.

Vor mehr als 30 Jahren hatten Absolventen der örtlichen Kunsthochschule gegen zähen Widerstand der Stadtverwaltung angefangen, das Stadtbild mit großflächigen Bildern zu verschönern. Heute zählt die Künstlerkooperative neben den Kochkünsten des „Grand Chef“ Paul Bocuse und seiner Kollegen zu den kulturellen Höhepunkten Lyons. Die „Cité Création“ ist inzwischen auf der ganzen Welt gefragt, mehr als 600 oft spektakuläre Wandgemälde von Berlin-Marzahn und Wien bis Shanghai und Tel Aviv gehen auf sie zurück. Eine Kunstschule mit riesigen Ateliers in einem Gewerbegebiet und ein bunt dekoriertes Internat für auswärtige Studenten sollen ihre Arbeit weiterentwickeln, also Techniken und Formen der Wandmalerei.

Ein von der Stadt herausgegebener Plan, der *Circuit Lyon murs peints*, hilft Stadtbesuchern, zwei Dutzend der interessantesten Wandgemälde zu finden. Drei Hausfassaden mit Interpretationen des Turmbaus zu Babel am Boulevard des Etats-Unis sind darunter, das Fresko „Shanghai“ an einem Neubau um die Ecke zum 20. Jubiläum der Städtepartnerschaft von Lyon und Shanghai oder das achtstöckige Gemälde zur Stadtbibliothek mit Verweisen auf etwa 500 Bücher von Autoren aus der Region.

In der Soierie Saint-Georges, nicht weit von der Kathedrale, demonstriert der Kunsthandwerker Ludovic de la

Calle fast vergessene traditionelle Handwerkstechniken in der einstigen Metropole der Weber und der Seidenmanufakturen. Auf seinem Webstuhl kombiniert er bis zu 4000 Fäden zu einem hochwertigen Gewebe, das für den laufenden Meter einen Preis von 2000 Euro erreichen kann, wenn darin auch Gold verarbeitet wird. Jahrhundertlang war Lyon eine Hochburg der Seidenweber, der *canuts*. Mit ihren Jacquard-Webstühlen verarbeiteten sie vor allem im Viertel Croix-Rousse die Seide zu edlen Stoffen.

Aus Platzmangel baute man schon früh mehrstöckige Häuser mit Hinterhöfen. Sie waren von versteckten Gängen durchzogen, den *traboules*, die mehrere Innenhöfe miteinander verbanden. Die meisten existieren noch heute. Sie führen durch Treppenhäuser und dämmerige Passagen, bis man plötzlich an einer anderen Straße der Altstadt wieder aus einem Hauseingang tritt. Während der deutschen Besatzung im Zweiten Weltkrieg waren die *traboules* beliebte Fluchtwege der *Resistance*-Kämpfer. Inzwischen ist das Quartier, das Besucher auch in geführten Stadttouren erkunden können, mit Theatern, Cafés und Bars ein beliebtes Ausgehviertel – nicht nur bei den Studenten in der Stadt, die fast ein Viertel der Bevölkerung ausmachen.

„Die Mauer der Canuts“ zeigt diesen Wandel von Croix-Rousse. Passanten bleiben fasziniert stehen, wenn sie auf den kleinen Platz einbiegen und das riesige Gemälde erblicken. Es wurde perspektivisch verblüffend auf eine 1200 Quadratmeter große, plane Hausfassade gemalt und zeigt die lebhaftere Szenerie der Nachbarschaft wie in einem gigantischen Spiegel. Halim Bensaïd erzählt, die Künstler von „Cité Création“ hätten das Wandgemälde schon dreimal erneuert, um die Veränderungen im Stadtviertel aufzugreifen und das Altern der porträtierten Bewohner zu berücksichtigen. Der zuletzt aufgemalte Geldautomat einer Bankfiliale entpuppte sich für Kunden schon öfter erst beim Nähertreten als Illusion.

„Unsere Kunst lebt zunächst vom ersten Eindruck, aber nur kurzfristige Effekte oder eine Postkartensidylle streben wir nicht an“, sagt Halim Bensaïd. „Uns ist klar, dass Wandgemälde im öffentlichen Raum gleichzeitig eine



Treppen-Nepp: Wie in einem Spiegel illustriert das Gemälde „Le Mur des Canuts“ den Wandel des Lyoner Stadtviertels Croix-Rousse.



Reizvolle, aber brotlose Kunst: Lieber ein Baguette in der Hand als ein Spitzenrestaurant an der Wand.

# ECHTE WANDARBEIT

große Verantwortung bedeuten, und das für vielleicht 20 Jahre oder mehr.“ So wird jedes große Mural von einer Publikation begleitet, die Entstehung und Hintergründe dokumentiert. Auch die Kontroversen und das Zusammenwirken von Politik, Hausbesitzern, Bewohnern, Galerien, Medien und Künstlern sind darin nachzulesen.

Viele, die auf der Rue de la Martinière durch das Viertel Croix-Rousse zum Ufer der Saône schlendern, bleiben unvermittelt stehen. Denn an der Ecke zum Quai Saint-Vincent lässt sich ein Passant mit Paul Bocuse ablichten, der aus der Tür des Restaurants „Le Pot Beaujolais“ schaut; auf einem Balkon hantieren die Brüder Lumière mit dem von ihnen entwickelten Filmprojektor herum; auf einem anderen zeigt sich der Autor und Flieger Antoine de Saint-Exupéry mit dem „Kleinen Prinzen“; und Louise Labé, die Lyrikerin aus dem 16. Jahrhundert, blickt aus einem Fenster. Die Künstler der „Cité Création“ haben Mitte der neunziger Jahre 30 berühmten Lyoner Bewohnern vergangener Jahrhunderte mit dem 1800 Quadratmeter großen Fassadenbild „La Fresque des Lyonnais“ ein ungewöhnliches Denkmal gesetzt.

Wandmalereien begleiten die Menschheit seit mehr als 40.000 Jahren. Berühmt sind die kraftstrotzenden Stiere, die vorgeschichtliche Bewohner in der heutigen französischen Dordogne an die Wände der Höhlen von Lascaux malten. In Assuan fertigten Künstler vor 3500 Jahren Wandgemälde des Götterkönigs Amun-Re und des ibis-köpfigen Mondgottes Thot. In Pompeji wurden die Wände in unterschiedlichen Stilen und mit profanen Motiven dekoriert. Die Trompe-l'oeil-Malereien der Barockzeit gaukelten dem Betrachter mit geschicktem Pinselstrich Illusionen vor: eine hohe Kuppeldecke, wo nur ein niedriges Gewölbe existierte, oder täuschend realistische Perspektiven durch ein gemaltes Fenster.

Mit Beginn des 20. Jahrhunderts machten die mexikanischen Muralisten um Diego Rivera, die oft sozialkritische Themen aufgriffen, große Wandgemälde wieder populär. In den Vereinigten Staaten sind viele ähnlich ausdrucksstarke Murals aus der Zeit der Weltwirtschaftskrise der dreißiger Jahre erhalten. In den Sechzigern schufen Graffiti-Künstler, zunächst in den Städten Westeuropas und Nordamerikas, mit ihren Tags und Writings ein neues Kapitel der Mural Art. Großflächige Wandgemälde als politisches Statement wurden vor allem während der gewalttätigen Auseinandersetzungen in Nordirland bekannt. Heute sind künstlerisch gestaltete Hausfassaden in vielen Städten ein Blickfang.

Mit ihrem 500. Mural gingen die Künstler der „Cité Création“ neue Wege. Bei dem 650 Quadratmeter großen „Fresque Végétale Lumière“ entlang der Begrenzungsmauer zum Garten der Saint-Charles-Klinik in der Rue de l'Annonciade wechseln sich drei Wandgemälde über die gefährdete Flora unseres Planeten ab, die von den Arbeiten des Fotokünstlers Yann Arthus-Bertrand inspiriert sind: Gemüesfelder am Rand von Timbuktu in Mali, der Urwald im brasilianischen Mato Grosso und landwirtschaftliche Kulturen in Argentinien mit „vertikalen Gärten“. Abends verleihen ihnen Lichtinstallationen besonderen Zauber. Die Pflanzenarrangements an der mehr als sechs Meter hohen Mauer verwandeln sich im Laufe des Tages und der Jahreszeiten, ebenso die tierischen Bewohner, Bienen, Schmetterlinge, Käfer oder Vögel. Technik und Formen der Wandgemälde verändern sich also schneller, als die Farbe trocken wird. „Unsere Reise ist nicht zu Ende“, sagt Halim Bensaïd, „noch lange nicht.“



Wandwerker: Halim Bensaïd, Mitbegründer der „Cité Création“



Sie haben Post: Manchmal fügt sich das wahre Leben harmonisch in das Wandgemälde ein.



Gute Nachbarschaft: Die Wände in Lyon zeigen Geschichte und Gegenwart der Stadt – mal täuschend, mal echt.



Bücherwand: Die Bilder stiften auch lokale Identität – indem sie Autoren aus der Region vor Augen führen.



Auf den Kapitalismus folgt der Eskapismus: Elmer Long hat sich eine künstliche Wildnis geschaffen. Hier hat er Ruhe – wenn nicht gerade Besucher kommen.

er. „They get pushy sometimes.“ Aber er will nichts verkaufen. Er will seine Ruhe.

Sein Grundstück liegt an der Route 66, auf halbem Weg zwischen Barstow und Victorville, dort in der Wüste Kaliforniens, wo sie besonders wüst ist. Das war nicht Teil seines Konzepts, das ergab sich zufällig. Aber es beschert ihm nun viele Besucher, Hunderte an manchen Tagen. Sie staunen, fotografieren, laufen zwischen den Skulpturen herum und picknicken an den Tischen. Manche haben sich sogar unter den Skulpturen trauen lassen. Das Tor sei immer offen, und es freue ihn zu sehen, wie glücklich sie seien. Weniger glücklich hingegen machten ihn Frauen, die ihn in ihre Arme nehmen, an ihre Brust drücken und stöhnen: „Endlich! Endlich bin ich hier!“ Die seien doch wahnsinnig: „Crazy!“ Und er tippt sich an die Stirn.

Natürlich ist Elmer Long längst eine Legende an dieser an Legenden nicht eben armen Straße. Eine dieser schrägen Figuren, deren Reiz nicht zuletzt darin besteht, alle anderen für verrückt zu halten – nur sich selbst nicht. „Es geht um Nächstenliebe“, sagt er unvermittelt, während wir immer noch auf dem Sofa sitzen. Über ihm baumelt eine Jeans zum Trocknen, vor ihm quillt auf einem gußeisernen Ofen der Aschenbecher über, was ihn nicht daran hindert, geschickt eine weitere Kippe aus anderthalb Metern Entfernung zielgenau hineinzuschneiden. „I think it’s about time“, ruft seine Frau aus dem Nachbarzimmer. Aber er schüttelt nur verächtlich den Kopf. „Pffff.“

Und holt aus zu einem weiteren Vortrag, zunächst über Schlachten und Taktiken im Zweiten Weltkrieg und über den Wert von Antiquitäten, dann, fast schon im Tonfall einer Predigt, über das Leben, das er mit dem Strudel in einem Trichter vergleicht, und über seinen eingebauten Scheibenwischer, mit dem er alle negativen Gedanken kurzerhand wegwische, am Ende über zivilen Ungehorsam.

Natürlich, geht es mir plötzlich durch den Kopf. Thoreau! Henry David Thoreau. Auch so ein Querkopf, der sich im 19. Jahrhundert in die amerikanische Wildnis verkrümelte hatte, um das Leben in seiner ganzen Intensität zu spüren. Thoreau züchtete Bohnen und wählte sie zur Metapher für sein Lebensbild. Long züchtet Bäume. Gewissermaßen. Ein

wenig ist es, als würde er die Biographie eines Hippies leben. Nur rückwärts. In den Sechzigern, seinen Jugendjahren, die Tretmühle des Kapitalismus. Im Alter die hemmungslos gelebte Freiheit.

Als ich nach draußen gehe, klingeln im auffrischenden Wind der Nacht die Flaschen an den Eisengestellen, Windräder quietschen, und eine Böe verfängt sich in einer Werbetafel in der Krone eines Baumes, so dass es brummt. „Come back tomorrow“, ruft mir Elmer Long hinterher. „Wenn die Sonne aufgeht, sieht es besonders schön aus.“

Und so fahre ich am nächsten Morgen noch einmal zur Bottle Tree Ranch. Eine Zeitlang stehen wir beieinander, aber wir reden nicht mehr. Es ist alles gesagt. Gandalf, lese ich später, der Zauberer aus dem „Hobbit“ und dem „Herrn der Ringe“, gehört einer Gruppe höherer Wesen an, den Istari, was so viel heißt wie: diejenigen, die wissen. ◀

# WER IM GLASWALD SITZT

„Hello“, rief ich. Keine Antwort. „Hello!“ Dieser Gandalf lebt in seiner eigenen Kunstwelt. Gestört werden möchte er nicht. Oder doch? „Come on in!“

Von Freddy Langer (Text und Fotos)

Mein erster Gedanke war: Gandalf! Der hagere alte Zauberer aus dem „Hobbit“ und dem „Herrn der Ringe“. Gandalf der Graue, Gandalf Graurock, manchmal auch Gandalf Sturmkrähe genannt. Er hatte den gleichen langen Bart, weiß wie Watte und zerzaust, als hätte er sich gerade erst vor einem Sturm ins Haus gerettet. Das gleiche lange, weiße Haar. Die gleichen kleinen, wimpernlosen Augen mit dem durchdringenden Blick. Dazu ein Hut mit breiter Krempe. Und war ich nicht eben noch durch den Dusterwald getappt, allemal durch einen Märchenwald? Lauter eiserne Bäume, die ihre stummeligen Äste, Zweige, Ärmchen in die Höhe reckten, ein Wald nur aus Stahl und Glas.

Es war schnell dunkel geworden während der Fahrt zur Bottle Tree Ranch, und die letzten Sonnenstrahlen des Tages hatten sich jetzt in deren tausend Flaschen widergespiegelt. Hinten in der Hütte brannte schon Licht. „Hello!“, rief ich über das Grundstück. Keine Antwort. Noch einmal: „Hello!“ Etwas lauter diesmal. Aber erst mein Klopfen wurde beantwortet: „Come on in.“

In der Hütte herrschte ein Durcheinander wie in der Halle eines Flohmarkts kurz vor dem Aufbau. Alte Möbel, alte Skulpturen, alte Werbeschilder, alte Figürchen, altes Gerät. Der Raum glich einer Höhle. Zugeschüttet mit Schätzen groß und klein, der Beute eines Lebens.

Elmer Long stand vornübergebeugt an einem Tisch und drehte einen riesigen Schinken durch den Fleischwolf. „Come on in“, wiederholte er, jetzt leiser, ohne aufzuschauen, ohne sich umzudrehen. „Was kann ich für Sie tun?“ Mir fiel nichts Besseres ein, als zu sagen: „Man spricht so viel über Sie.“ Da schüttelte er den Kopf, rieb sich die Hände an einer Schürze ab und zeigte aufs Sofa: „Setzen wir uns.“ Erst jetzt sah er mich zum ersten Mal an. Es war Gandalf.

Elmer Long ist 69 Jahre alt. Seit 15 Jahren ist er im Ruhestand. Seit 17 Jahren baut er seine hohen Skulpturen aus Röhren, Stangen und Flaschen. Vor seinem Haus, auf

seinem Grundstück. „Es sind keine Bäume“, wird er später sagen. „Sie sehen nur so aus.“ Aber dann spricht er doch von einem Wald, wie er einfach gewachsen sei, immer größer wurde, immer dichter. „Das war so nie geplant.“ Was zu diesem Zeitpunkt des Gesprächs recht seltsam klingt, denn sein Leben, wie er es bis dahin skizziert hatte, ist ein einziger Plan gewesen. Keine Zufälle. Keine Umwege. Keine Ablenkungen. Immer nur dem einen Ziel entgegen: Geld sparen, frei sein. Unabhängig. Und ungestört.

Deshalb habe er in seiner Jugend keine Minute Zeit verschwendet. Früh aus der Schule, früh eine Lehre. Manchmal hatte er drei Jobs zugleich, sagt er. Schichtarbeit in der Zementfabrik, Aushilfe auf Baustellen, Schweißen irgendwo in der Industrie. Seine Finger sind lang und knöchern. Dennoch sieht man ihnen an, dass sie zupacken können. Wie er überhaupt eine ansteckende Energie ausstrahlt. „I am good at focusing“, sagt er. Jeden Dollar brachte er auf die Bank, und immer wenn das Ersparte genügte, kaufte er irgendwo ein Haus und vermietete es, während er selbst in einem VW-Bus hauste. Wie viele Immobilien er am Ende besaß, sagt er nicht, nur soviel: sehr viele. Selbst seine Zeit beim Militär, als rechte Hand eines Drei-Sterne-Generals, hat er als Schule betrachtet. „Verantwortung, Strategie, Effizienz“, sagt er, „das lernt man dort.“ Ein Nebensatz nur über Vietnam, dann eine Tirade gegen die amerikanische Politik. „Schrecklich, diese Regierungen. Schrecklich, dieses Land.“

Seine drei Söhne unterrichtete er vorsichtshalber selbst, statt sie zur Schule zu schicken. Als sie alt genug waren, verkaufte er einige der Häuser und bezahlte ihnen die Universität. Was sie von seinem Grundstück halten, sagt er nicht. Und was sie einmal damit machen werden, ist ihm egal. Natürlich hofft er, dass sie die Anlage erhalten. Das sei eine Goldgrube, sagt er – wenn man das wolle. Mit dem Verkauf von T-Shirts, Sweatshirts, Schlüsselanhängern und anderem Krimskrams könne er schnell Millionär werden. Und dann erst die Skulpturen. „Jeden Tag will einer eine kaufen“, sagt



sedus

MODERN CLASSICS Edition  
WEIL PERSÖNLICHKEIT  
NIE AUS DER MODE KOMMT.

Drehstuhl › open up modern classic ›

www.sedus.com

Boris Radczun bestimmt die Restaurant-Szene in Berlin. Nun baut er ein neues Lokal im Westen – und übernimmt einen Klassiker Unter den Linden.

Von Maximilian Weingartner (Text) und Julia Zimmermann (Fotos)

Normalerweise sind Wiederholungen nicht die Sache von Boris Radczun. „Ich frage mich immer: Was gibt es noch nicht?“ Er läuft durch die Räume eines ehemaligen China-Imbisses und eines Spätkaufs in Charlottenburg, aus denen bald ein neues Steakhaus werden soll. „Le Petit Royal“ lautet der Name, die kleine Schwester des Steaktempels „Grill Royal“ an der Friedrichstraße. Noch aber ist es nicht soweit. Überall auf dem Boden liegen Schutt und Baumaterial, Wände sind eingerissen, und die Küche ist noch leer. Radczun ist hier, um den Baufortschritt zu bewerten. In wenigen Wochen soll Eröffnung sein. Er trägt an diesem kalten Tag einen dunkelgrünen Mantel aus Flanell und eine helle Chino, beides aus eigener Maßmanufaktur. Recht normal, konservativ oder klassisch für einen, der Berlin leuchten lässt.

Boris Radczun hat ein seltsames Gespür für diese Stadt, für die Sehnsüchte ihrer Bewohner und Besucher. Das „Grill Royal“ an der Spree, der „Pauly Saal“ in der ehemaligen Jüdischen Mädchenschule, das skandinavische Restaurant „Dottir“: Schon drei In-Restaurants betreibt er mit seinem Kompagnon Stephan Landwehr. Im „King Size“, der Bar, die er ebenfalls mitgegründet hatte, wurde so hemmungslos gefeiert, dass er wegen Beschwerden der Anwohner schließen musste. Radczun mag den Begriff nicht, aber natürlich ist er ein Szene-Gastronom. In seinen Restaurants und Bars sitzen die Reichen und die Schönen und die Besonderen – und jene, die sich dafür halten. Aber das „Grill“ liefe auch dann, wenn George Clooney während der Berlinale nicht dort gesehen worden wäre. Denn dieses Restaurant ist teuer und schön und gut.

Es geht also weiter. Mit einer Kopie der eigenen Arbeit? Er ist der Meinung, dass der Westen Berlins ein neues Steakhaus braucht. Außerdem soll das „Petit Royal“ ja einen französischen Einschlag bekommen. Und das gibt es so eben noch nicht, ein französisches Steakhaus. Da ist es wieder, das Neue in Berlin, eine Frage der Definition.

An diesem Tag ist Boris Radczun einigermaßen zufrieden mit dem Fortschritt. Nur die Abluft in der Küche klappt noch nicht ganz, doch das bereitet ihm kein Kopfzerbrechen. Sonst drückt er sich gewählt und überlegt aus, aber einmal entwischt ihm das Wort „Kacke“. Er kümmert sich eben um jedes Detail, obwohl er ein Millionen-Euro-Unternehmen leitet. Die Arbeit macht ihm wahrscheinlich zu viel Spaß. Er hat für sein neues Restaurant auch einen Innenarchitekten engagiert. Aber Gastronomen wüssten eben doch besser, erklärt Radczun gestenreich, wie ein Lokal bei aller Schönheit praktisch gestaltet werden muss, wie die Laufwege der Kellner sind, wie die Speisen unfallfrei aus der Küche zum Gast kommen. Es sind unendlich viele Dinge, die der Gast nicht sieht, die er aber bemerken würde, wenn etwas schief läuft.

Ob sein neues Projekt gelingt, weiß er natürlich nicht. Er kann nur versuchen auszuschließen, dass es am Essen und am Service liegt. Der Westen Berlins ist schwierig für eine hippe, junge Gastronomie. Die Szene mit Schauspielern, Designern, Journalisten, Regisseuren, Werbern, Geschäftsleuten lebt und arbeitet meist in Mitte, Prenzlauer

Berg, Friedrichshain oder Kreuzberg. Der Westen halt zwar auf, vor allem der Kurfürstendamm mit seinen Seitenstraßen. Aber es ist natürlich ein Risiko, ein neues Restaurant ausgerechnet in Charlottenburg zu eröffnen, an der Ecke von Grolmann- und Goethestraße, zwar in Ku'damm-Nähe, aber doch so weit weg, dass die Gäste abends nicht aus Cafés und Boutiquen in seinen neuen „Grill“ stolpern. Ein paar Straßen weiter in Richtung Ku'damm müsste er wahrscheinlich 30.000 Euro Miete zahlen, sagt Radczun. Hier sei es wesentlich weniger.

Natürlich hat er mit Stephan Landwehr, der schon als Bilderrahmenhändler gut kalkulieren lernte, alles genau durchgerechnet. „Die technischen Voraussetzungen eines großen Restaurants verschlingen Unsummen“, sagt Radczun – Küchengeräte, Möbel, Dekoration, Beleuchtung, Klimaanlage, Schallschutz. Beide Partner übrigens arbeiten kreativ und kaufmännisch, eine richtige Arbeitsteilung gibt es nicht, auch wenn sich Radczun über die Jahre in Buchhaltung und Finanzen eingearbeitet hat.

Das Telefon läutet, die Maßschneiderei. Radczun sagt, er sei sowieso gleich da. Los geht's nach Kreuzberg, mit dem Auto der Fotografin. Radczun hat kein Fahrzeug, weil er keinen Führerschein hat. (Dabei ist sein Vater Automobilkaufmann.) „Das Atelier ist ein Labor“, sagt Radczun, am Tempelhofer Ufer angekommen. Seit ein paar Jahren werden dort Hemden, Hosen, Anzüge, Smokings und Fracks geschneidert. Im ersten Raum steht eine Couch, ein Tisch mit Stoffproben, ein Kleiderständer mit Hemden und Hosen zum Anprobieren. Im mittleren Raum Schlupfmuster, in einem offenen Schrank Oberhemdkrägen. Im letzten Raum schneiden die Angestellten bei klassischer Musik vor sich hin. In der Ecke neben einem Sessel stehen zwei leere Espressotassen.

„Ein Maßanzug kostet Zeit“, sagt Martin Purwin, der Geschäftspartner. „Die Auswahl der Stoffe für den Anzug und für die Hemden, die Schnitte.“ Radczun nickt: „Wir bieten eine klassische Dienstleistung an, die wir aber jung umsetzen möchten.“ Das klingt so bestechend wie trotzig. Wieder die Frage: Gibt es nicht genug Maßschneider? Kommen nicht die Schneider in die Luxushotels, um ihre Kunden zu treffen? Das schon, sagt Radczun. Aber einen wirklich exzellenten Maßschneider mit jungen Schnitten gebe es kaum, sagt er. Dabei wirkt er dennoch freundlich, ja bescheiden, auch wenn er sich in eine große Tradition setzt: „In den zwanziger Jahren war Berlin noch ein Zentrum der Maßschneiderei, und die besten jüdischen Schneider belieferten den osteuropäischen Hochadel.“

Bevor sie ihr Atelier eröffneten, gingen die beiden Gründer auf Recherchereise zu berühmten Schneidern. In der Savile Row warben sie einen Schneider von Anderson & Sheppard ab, dem Tailor von Prinz Charles. „In langen Gesprächen überzeugten wir die besten italienischen Produzenten, mit uns zusammenzuarbeiten“, sagt Radczun. Die Gründer wissen natürlich, dass die Deutschen nicht sehr viel für ihre Hemden ausgeben. Jedoch gebe es in Berlin wieder junge Leute, die mehr Wert auf gute Kleidung legen, die genug Geld dafür hätten und die es nicht nötig hätten, den Wert der Kleidung mit Labels zu zeigen. Seit



dem Start haben sie etwa 120 Anzüge verkauft, 3800 Euro pro Kunstwerk. „Viel Geld, ja, aber dafür passt er perfekt und hält lange“, sagt Purwin. Die Hälfte der Kunden komme nicht aus Berlin. In Frankfurt und in München machen sie Hausbesuche oder nehmen Maß in Hotels.

Es ist jetzt später Nachmittag, Radczuns Mobiltelefon beginnt häufiger zu läuten. Für Freunde reserviert er auch gerne mal persönlich einen Tisch in seinen Restaurants oder organisiert private Dinner. „Man muss dafür gemacht sein, man muss Menschen mögen“, sagt er. Im „Pauly Saal“ hängt er bestimmt 20 Minuten am Telefon und versucht, ein Abendessen für die Freundin eines Bekannten zu organisieren. Erst dann beginnt die Führung in dem denkmalgeschützten Backsteinbau in der Auguststraße. „Das hier ist eine total interessante Straße und für uns Herzstück dieser gesamten Mitte“, sagt er. Hier eröffnete er 1999 im Keller der Kunst-Werke seinen ersten Club, „Pogo“. „Im „Pauly“ wollten wir einen Ort schaffen, der von morgens bis nachts kulinarisch etwas bietet“, sagt Radczun. Dafür wurde die knapp 100 Quadratmeter große ehemalige Turnhalle zum Speisesaal, die einstigen Klassenzimmer sind nun „Private Dining Rooms“. Durch eine gigantische Glasscheibe können die Gäste die Küche beobachten. Das Lokal erinnert ein wenig an das „Grill Royal“. Statt Stühlen gibt es Sitzbänke und Sessel aus dunkelgrünem Stoff. An den Wänden Kunstwerke, über der

Küche eine riesige Rakete, ein Werk der Künstlerin Cosima von Bonin, das Radczun besonders gefällt.

Die Restaurants wirken wie das durchgestylte Wohnzimmer eines Architekten oder Designer-Paares. Nichts ist steril oder langweilig wie in anderen feinen Restaurants. Das liegt sicherlich auch an dem Architekturstudium, das er einst begann, und generell an seinem Interesse an schönen und schrägen Dingen. „Der Speisesaal war mit seinen acht Meter hohen Decken sowieso schon ein schöner Raum“, sagt Radczun. „Dem mussten wir keinen großen Designentwurf überstülpen, wir wollten ganz vorsichtig daran gehen.“

Beim Hinausgehen bespricht er noch etwas mit dem Restaurantleiter. Dann lautet die nächste Station – Überraschung – Café Einstein unter den Linden, bevorzugter Treffpunkt von Politikern und Hauptstadtjournalisten. Er hat es vor kurzem vom Eigentümer erworben. Die Story ist profan: Boris Radczun hat nicht jahrelang darum gebuhlt, sondern der Vermieter des „Grill Royal“, der auch Vermieter des „Einstein“ ist, habe ihn vor einiger Zeit einfach gefragt, ob er Interesse habe. Hatte er sofort. Viel ändern möchte er an dem Café nicht, allenfalls kosmetische und organisatorische Dinge. Am Nebentisch sitzt zufällig der ehemalige Besitzer, ein unauffälliger Herr mit seiner Frau. Radczun begrüßt ihn kurz, bestellt einen Tee und plaudert über Politik, Wirtschaft, Familie.

Das Leben ist für Boris Radczun eine Baustelle: In Charlottenburg lässt er ein neues Restaurant bauen, gewissermaßen eine Mini-Version des „Grill Royal“.

Dann klingelt wieder das Telefon. Das „Grill“. Wir müssen los. Im noch fast leeren „Grill Royal“ angekommen, geht's auch schon wieder auf einen Abstecher zu einem befreundeten Kunstsammler, der in seinem Palais neue Werke zeigt. Die Chauffeurin des Audi A7: seine Frau, frisch geheiratet, eine Jurastudentin, die er in der Schlange vor dem „King Size“ kennengelernt hat und die zumindest seine Vorliebe für bunte, alte, italienische Kronleuchter teilt, die in dem neu gestalteten Palais hängen. Händeschütteln, Bussi-Bussi, Werke angucken und nach 20 Minuten raus.

Im „Grill“ muss sich Boris Radczun schnell um die Reservierungen des Abends kümmern. Es gibt keine Probleme, aber es wird eng. Auf dem Computer am Eingang sieht man einen Tischplan, rechts die Vorbestellungen des heutigen Abends. Die Besuchernamen haben verschiedene Farben: VIP, Stammgäste, normale Gäste. „Jeder kann bei uns aber einen Tisch bekommen“, sagt Radczun. „Sofern es Platz gibt.“ Bis Ende April ist an den Wochenenden online ausgebucht. Für spontane Besuche werden jedoch immer einige Tische freigehalten. Die Angestellten begrüßen Radczun nett, fast kumpelhaft. Er ist kein Zampano, seine Anweisungen gibt er höflich, aber bestimmt. Manchmal wird seine Stimme kieksig, und nur wenn jemand wieder mal Aschenbecher falsch hinstellt, schräg, nicht parallel zur Tischkante, ärgert er sich.

Hinab in den großen Weinkeller. Hier liegen die Flaschen nicht, sie stehen, weil sie so schnell verkauft werden, dass es dem Wein egal ist, wie er gelagert wird. Nur wenige Schätze, die jahrelang bleiben, werden flachgelegt. In der Küche letzte Vorbereitungen. Was das Schwierigste an einer Top-Küche ist, bei der so viele anspruchsvolle Gäste bestellen? „Unter anderem unser Baukastensystem“, sagt Radczun. „Im Prinzip ist jede Bestellung ein Sonderwunsch, und schon eine getauschte Beilage kann zur Verwirrung führen, wenn viele Bestellungen in den Hochzeiten auf einmal eingehen.“

Auf dem Tisch vor dem Eingang, gegenüber der Bar, mit Blick auf die Akte barbusiger Frauen, steht jetzt eine Holzplatte mit Filet und Porter House Steak. Dazu Bohnen, Kartoffelgratin, Gemüse, Sauce. Das Restaurant ist mit rot-orangefarbenen Lampen, fröhlichen Kunstwerken wie stilisierten Schamlippen aus Neonleuchten und einem Schnellboot aus Holz dekoriert. Draußen fließt die kalte Spree. Radczun muss immer wieder aufstehen und Gäste begrüßen. Zum Essen kommt er kaum. Wenn er genug von dem Trubel hat, fährt er mit Frau, Hund und Freunden zu seinem Landhaus in Brandenburg. In Berlin wohnt er nicht in Mitte, sondern in Moabit. Das Viertel gefällt ihm, und er läuft nicht ständig Gästen und Bekannten über den Weg, er legt Wert auf ein Privatleben.

22.20 Uhr. Für heute ist es genug. Radczun ist müde und will nach Hause. Auf dem Teller in der Mitte des Tisches ist noch feines Fleisch übrig. Radczun stoppt einen vorbeigehenden Kellner: „Kannst du das für den Hund von Frau Paul einpacken? Das wäre super. Schreib Alfons drauf. Oder seinen Spitznamen: Alf.“



Ein ganz normaler Tag (von links): Boris Radczun mit seinem Geschäftspartner Stephan Landwehr im Büro, in der Küche des „Grill“, mit den Schneidern von „Purwin & Radczun“ und beim Telefonieren im „Pauly Saal“.





Draußen im Walde hat Fräulein Brösel viel über die Früchte und Beeren gelernt, die heute in ihren Schnäpsen stecken.

Fotos Matthias Lüdecke

# Der gute Geist von Kreuzberg

Wie sich Fräulein Brösel mit ihren Obstbränden einen Namen gemacht hat.

Von Christoph Borgans

**F**räulein Brösel – in welchem Märchen kommt die nochmal vor? War das im „Gestiefelten Kater“? Ist sie nicht eine Schwester von Aschenputtel? Die Tochter von Frau Holle? Die Wahrheit ist: Es gibt gar kein Märchen mit Fräulein Brösel. Der Name klingt bloß so, als hätten ihn die Brüder Grimm erfunden.

Das ist Fräulein Brösel ganz recht. Weil sie die schöne alte Sprache der Märchen mag, und weil sie als Unternehmerin weiß, dass zu einem guten Produkt eine gute Geschichte und ein klingender Name gehören. Umso besser, wenn es der eigene Name ist.

Fräulein Brösel ist eine zarte Frau von 31 Jahren, die vor einiger Zeit aus Österreich nach Berlin gekommen ist und dort versucht, ein Produkt zu verkaufen, das so gar nicht als zart, jung und weiblich gilt: Schnaps. Genauer gesagt Obstbrände und Obstgeister: Marille, Vogelbeere, schwarze Johannisbeere und ihren Bestseller „Fräulein Brösels Haselnuss“.

Ihren Namen, erzählt sie, hat ihr damals im Burgenland der Grundschullehrer gegeben. Eigentlich heißt sie Stefanie Drobits, und „Drobits“ ist slowenisch für Brösel. Sie hat den Namen behalten, und sie wird ihn wohl auch nicht mehr loswerden. Je erfolgreicher ihre Schnäpse werden, desto enger verschmilzt Stefanie Drobits mit dem märchenhaften Fräulein Brösel.

Längst findet man die durchsichtigen, verkorkten Flaschen nicht mehr nur in Berliner Cafés, Restaurants, Bars. Auch in Frankfurt, München und anderswo in Deutschland stehen sie in den Regalen. Darauf sieht man: eine Scherenschnitt-Welt von Bäumen und Sträuchern rund um ein Comic-Fräulein mit schwarzen Haaren und rosa Wangen. Die Hände brav hinter dem Rücken verschränkt, schielt das Fräulein mit gebührendem Abstand auf die Früchte, die an den Sträuchern wachsen. Wenn Kunden zum ersten Mal den Showroom von Fräulein Brösel betreten, den sie in einem hellen Hinterzimmer eines Cafés in Kreuzberg eingerichtet hat, sagen sie oft: „Ach, Sie sehen ja wirklich so aus!“ Fräulein Brösel trägt zu ihren schwarzen lockigen Haaren im Pagenschnitt schwarze Blusen, Röcke und Capes. Ihre Haut ist hell, die Wangen sind rosig. Ein Leben in Schwarz-Weiß-Rosa, nur wegen des Marketings, Fräulein Brösel? Nein, entgegnet sie. „Schwarz habe ich schon immer gemocht. Das habe ich schon getragen, bevor ich zur Comicfigur wurde.“

Während Fräulein Brösel in ihrem Showroom erzählt, schiebt sie zum selbstgebackenen Kirschrudel ein Schnapsglas mit langem Stiel auf den Tisch und schenkt ihren Haselnussgeist ein. Klar wie Wasser läuft er ins Glas. Führt man ihn an die Nase, riecht man die Haselnüsse so kräftig, als wäre das Glas eine gusseiserne Pfanne voller Nüsse und der Stiel die Flamme eines Herdfeuers. Im

Mund werden Röstaromen und Nuss noch stärker, und es kommt ein schokoladiger Geschmack hinzu. „Wie Nutella“, sagt Fräulein Brösel. Womit sie recht hat – auch wenn es die Romantik des Genusses stört.

Der Geist ist – anders als ein Likör – nicht süß, weil ihm kein Zucker zugesetzt wird. Aber weil man bei gerade mal 33 Prozent den Alkohol nur in der Ferne spürt, gibt er einen wunderbar weichen Digestif ab. „Ich finde es schön, wenn er noch Schmelz hat, wenn er die Kehle runterläuft“, sagt Fräulein Brösel. Vielen Leuten gefalle das. Die Zielgruppe reicht von älteren Damen, die Liköre mögen, über Hipster, die sich von der Gin-Welle haben mitreißen lassen und nun andere Spirituosen probieren wollen, bis zu Kennern der deutschen Brände und Geister.

Und wie ist sie selbst zu den Schnäpsen gekommen? „Ich glaube, das hat damit zu tun, dass ich mit meiner Oma damals im Burgenland durch die Wälder gestreift bin.“ Dort lernte sie all die Früchte und Beeren kennen, die nun in ihren Schnäpsen stecken. Vor allem die Vogelbeeren sind ihr in Erinnerung geblieben, weil sie so verführerisch rot leuchteten, aber so mehlig stumpf schmeckten wie Hagebutten. Außerdem gab es im Dorf eine Gemeinschaftsbrennerei, und zu Hause wurde gern Wein und nach einem guten Essen auch Schnaps getrunken. Nur war der meist so stark, dass sich die Leute schüttelten, kaum hatten sie ihn geschluckt.

Zwischen der märchenhaften Kindheit im Burgenland und dem in Berlin registrierten Unternehmen „Fräulein Brösels Weinerwachen“, über das sie ihren Schnaps verkauft, liegen noch ein paar Stationen: das BWL-Studium in Wien etwa, das sie sich ausgesucht hatte, weil ihr Mathematik leicht fiel und sie dachte, so genügend Zeit zu haben, um nebenher ihr Leben zu planen. Und später, mit 20 Jahren, das Praktikum bei einer Bank in New York, wo sie die Bars und die Kunstszene schätzen lernte. Als sie zurückkam, war ihr Wien zu klein, zu engstirnig, zu piefig. Sie stieg in einen Bus und zog mit drei Koffern und einer Flasche Wein nach Berlin.

Fortan pendelte sie: studierte in Wien, jobbte in Berlin, arbeitete für Galerien, baute Modelle für einen Architekten, nähte für eine Modedesignerin. Dann kam ihr die Idee, ein eigenes Unternehmen zu gründen – als ihr auf fiel, dass der österreichische Wein, der in Berlin nicht zu bekommen war, auch deutschen Freunden schmeckte.

Sie begann, Weine aus Österreich und Ungarn den Restaurants und Bars der deutschen Hauptstadt näherzubringen. Wie eine Kuratorin wählte sie das Beste und Interessanteste aus. Die Schnäpse kamen dann vor rund drei Jahren dazu.

Auch die Schnäpse macht sie nicht selbst. Aber sie lässt sie nach ihren Vorstellungen in Österreich und in Franken brennen. „Meine Arbeit ist die einer Parfümeurin.“ Sie riecht und probiert und sagt dann, was geändert werden muss: Alkoholgehalt, Fruchtanteil in der Maische, Herkunft und Verarbeitung der Früchte und Nüsse, der Marillen aus Österreich, der Nüsse aus Franken oder der Türkei. Kein angeschlagenes Obst verwenden, Haselnüsse leicht anrösten, beim Haselnussgeist nicht mehr als 33 Prozent Alkohol, bei der Vogelbeere mindestens 38 Prozent. Und vieles mehr. Es ist eine Frage von Geschmack und Wissen. „Ich habe immer schon an allem gerochen“, sagt Fräulein Brösel. Später hat sie auch Sensorikseminare besucht. „Da habe ich ein bisschen was durchgetrunken.“

Das ist schwer vorstellbar, wenn Fräulein Brösel im Showroom ihr Weidenkörbchen mit Schnapsflaschen packt und wie ein Rotkäppchen in Schwarz loszieht in die Berliner Bars und Restaurants. Sie sieht so zierlich aus, dass andere Menschen oft das Gefühl haben, sie beschützen zu müssen. Als sie eine halbe Stunde später etwas unkonventionell vor einem Restaurant parkt, in dem sie der Besitzerin neue Weine präsentieren will, sagt ein Passant: „Da kriegste auf jeden Fall einen Strafzettel.“ – „Ich weiß“, sagt Fräulein Brösel, die Hände brav im Schoß gefaltet.

Dann geht sie in das Lokal, das man außerhalb Berlins mit „sieht aus wie in Berlin“ beschreiben würde: unverputzter Beton, einfache Holztische, kompakte Karte mit

bis ins Detail perfekten Gerichten. Das Spartanische reicht bis in den Namen des Lokals. Es heißt „Das Lokal“.

An der Bar lässt sie die Besitzerin Maren Thimm gut ein Dutzend Weine probieren und unterhält sich zwei Stunden lang darüber, wie sich ein Kalksteinboden auf den Wein auswirkt, wie ein spontan vergorener Silvaner normalerweise schmeckt („Sauerkraut mit Aromen wie Quitte und reife Birne“) und wie der spontan vergorene Silvaner des Weinguts Thörle schmeckt („eher eingekochte Quitte, Nashi-Birne und Mirabellen“). Über Wein kann sie viel erzählen, das schätzen Küchen- und Barchefs. Für den Schnaps wird sie von den Gästen geliebt.

So kommt es gelegentlich zu Szenen wie dieser: Ein Mann Anfang dreißig betritt das volle Restaurant, und Maren Thimm begrüßt ihn, wie viele der Gäste, persönlich. „Darf ich kurz jemanden vorstellen?“ Der Mann – blaues Button-Down-Hemd unter dem Pullover, grüne Stoffjacke, Haare gescheitelt – ist im Begriff, der Frau in Schwarz die Hand zu geben, wie man das zu solchen Anlässen tut: freundlich, aber im Grunde desinteressiert. Aber Maren Thimm sagt: „Das ist Fräulein Brösel.“ Da hält er inne. „Fräulein Brösel, wir trinken sehr gerne ihren Schnaps.“ Wenn er ihr jetzt einen Handkuss gäbe, es würde kaum verwundern.

Bevor Fräulein Brösel das Lokal verlässt, sagt hinter dem Tresen ein tätowierter Mann im Holzfällerhemd, sie müsse wissen, dass man Alkohol ja auch durch die Schleimhäute aufnehmen. Daher solle sie, selbst wenn sie bei der Weinprobe nur „spucke“, vielleicht besser kein Auto mehr fahren. Fräulein Brösel, die jede Woche drei bis vier Weinproben abhält, sagt: „Ich weiß.“ Sie faltet die Hände und fährt Auto, als hätte sie den ganzen Abend nur Mineralwasser verkostet.

Fräulein Brösel ist viel unterwegs, im Auto und zu Fuß. 14 Stunden am Tag, sagt sie. Immer mehr Kunden, immer neue Ideen, mittlerweile drei Mitarbeiter. Vor kurzem ist ihre fünfte Sorte fertig geworden, eine seltene unter den Schnäpsen: ein Mandelbrand. Auf der Flasche sind Mandelbäume im Scherenschnitt zu sehen, auf denen Eulen sitzen, daneben steht das Comic-Fräulein mit den rosa Wangen. Und das, was in der Flasche ist, sieht aus wie stilles Wasser. Ist es aber nicht.





Koketter Märtyrer: Agnolo Bronzino, Heiliger Sebastian, 1528/29, Museo Thyssen-Bornemisza, Madrid



Stolzer Hofmann: Jacopo Pontormo, Bildnis eines jungen Mannes in schwarzem Wams (Cosimo I. de'Medici?), 1536/37, Privatsammlung



Lässiger Feldherr: Giorgio Vasari, Bildnis des Herzogs Alessandro de'Medici, um 1534, Galleria degli Uffizi, Florenz

# Maniera Mania

Gefangene einer Welt von Hierarchie und Etikette: Eine Schau in Frankfurt versammelt Porträts und Posen der Männer aus der Zeit des Manierismus.

Von Rose-Maria Gropp

Was sind das für junge Männer? Aus welchem Jahrhundert schauen sie zu uns herüber? Genau genommen sehen sie ja keinen von uns Betrachtern an, jedenfalls nie direkt. Das scheint zu ihrer persönlichen Note zu gehören – ob als halbnackter Märtyrer oder in voller Rüstung, ob in herrscherlicher Pose oder als Beau in Schwarz.

Die jungen Männer kommen aus den zwanziger, dreißiger und vierziger Jahren des 16. Jahrhunderts, also des Cinquecento, dessen erste Hälfte in Italien noch der Kunst der Renaissance gehörte. Sie sind Protagonisten von deren Spätstil, der unter dem Begriff Manierismus bekannt ist. Allerdings könnten sie kaum unterschiedlicher aussehen, jeder von ihnen trägt die individuelle Handschrift seines Schöpfers, zeugt von dessen *maniera*, seiner Manier. Zu bewundern sind sie in einer phänomenalen Schau im Stadel, die „Maniera“ heißt und der Epoche unter der Herrschaft der Medici in Florenz gewidmet ist.

Der heilige Sebastian hat zu allen Zeiten erotische Phantasien geweckt. Der Sebastian, wie ihn Agnolo Bronzino sieht, hält beinahe kokett einen der Pfeile, die ihn töten sollten, aber nicht konnten, in der linken Hand, als wolle er mit der rechten dessen Schärfe prüfen. Dass Bronzino um den hübschen Jüngling kunstreich ein pinkfarbnes Gewand wickelt, passt zu diesem Appeal. Des Künstlers eigentliche Absicht mag die virtuose Darstellung des unversehrten Leibs gewesen sein, dem auch der in der Seite steckende Pfeil nichts anhaben kann. Zum anderen verweist er damit auf die wundersame Heilung Sebastians nach der Pfeilattacke, die ihn zum Pestheiligen machte. Seinen schlimmen Tod als Märtyrer fand er erst, als ihn Kaiser Diokletians Schergen erschlugen und in Roms Cloaca Maxima warfen.

Ein anderes Schicksal ereilte den Herzog Alessandro de'Medici, dem Giorgio Vasari im Harnisch huldigt, mit der Stadt Florenz im Hintergrund, die er, gerade an die Macht gekommen, regiert. Der überdimensionale Feldherrnstab ruht lässig in seinem Schoß. Doch Alessandro wird nur drei Jahre später, 1537, von einem entfernten Verwandten ermordet. Dann ist da das Bildnis eines jungen Mannes von Jacopo Pontormo, vielleicht ist der Porträtierte jener Cosimo I. de'Medici, der mit 18 Jahren Nachfolger des in einer Intrige getöteten Alessandro wurde und seine Herrschaft 37 Jahre lang aufrechterhalten konnte. Er gibt so nonchalant wie elegant,



Zarte Kunstfigur: Francesco Salviati, Bildnis eines jungen Mannes, 1546/48, Saint Louis Art Museum, Saint Louis

in ernsthafter Pose, den perfekten Hofmann, während das Schwert seinen kämpferischen Willen unterstreicht.

Endlich tritt jener verfeinerte unbekanntes Jüngling vor grüner Drapierung auf, den Francesco Salviati porträtierte. Zwischen dem geißelten Leib von Bronzinos Märtyrer Sebastian und seiner outrierten Haltung liegen nur knapp zwei Jahrzehnte. Er gehört der vornehmen Florentiner Kaste an, hinter ihm lagert der personifizierte Flussgott Arno. Noch gekünstelter als der junge Mann kann man kaum sitzen – überlange Hände präsentierend, die gewiss nie mit körperlicher Arbeit in Berührung kamen, in der Linken einen ledernen Handschuh haltend, ein damals kostspieliges Accessoire.

Doch solche Vergleiche funktionieren von heute aus nur auf der Ebene ästhetischer Betrachtung. Denn die schönen jungen Männer, wie sie die kühnsten Künstler des Cinquecento sahen, waren nicht frei. Sie waren Gefangene einer Welt, die von Hierarchie, Etikette, Zwang und Gewalt bestimmt war und in der die Sinnlichkeit als Privileg den Herrschenden zustand. Zeitlos sind allein Pose und Blasiertheit. ◀

„Maniera. Pontormo, Bronzino und das Florenz der Medici“, Stadel Museum, Frankfurt, bis zum 5. Juni.

FOTOS: WITTEL/OG

Gewinner des TIPA-Awards

## “Best Photo Lab Worldwide”

Ausgezeichnet von Redakteuren 28 führender internationaler Foto-Magazine



Ihr Foto als Galerie-Print 120 x 90 cm, 39,95€



### Machen Sie nicht nur Fotos, zeigen Sie welche. In Galerie-Qualität.

70 Testsiege. Made in Germany. Galerie-Qualität, der 21.500 Profi-Fotografen vertrauen. Entdecken Sie uns auf [WhiteWall.com](http://WhiteWall.com)

[WhiteWall.com](http://WhiteWall.com)  
Stores in Berlin/Düsseldorf/München





Von null auf hundert: Der Miura von Lamborghini ließ die etablierten Sportwagenhersteller Ferrari und Maserati alt aussehen.

# SCHÖN SCHNELL

Er brachte Männer in Fahrt und ist heute nicht unter einer Million zu haben:  
Der Lamborghini Miura wird 50 Jahre alt. *Von Boris Schmidt*

10. März 1966, Genf, Automobilsalon, damals noch in den alten Messehallen in der Stadt, nicht draußen am Flughafen. Am Stand des Automobil-Couturiers Bertone ist ein atemberaubender Sportwagen zu sehen: der Miura, das dritte Modell der Sportwagenmarke, die drei Jahre zuvor von dem Traktorenhersteller Ferruccio Lamborghini (1916–1993) gegründet wurde. Ein Modell, das sich für alle Ewigkeit einen Platz im automobilen Olymp sichern wird.

Aus dem Nichts kommend, wagt es Lamborghini damals, Ferrari Paroli zu bieten. Neben dem neuen Miura sieht die Konkurrenz von Ferrari oder Maserati plötzlich alt aus. Was nicht nur am unglaublichen Design liegt. Der Miura fasziniert auch technisch: Er ist ein Mittelmotorsportwagen mit quer vor der Hinterachse eingebautem Motor, für 350 PS sind V12-Zylinder mit zusammen 3,929 Liter Hubraum zuständig. Schon als im November 1965 das Fahrwerk

(Stahlblech-Kastenrahmen) nebst Motor mit direkt angeflanschem Getriebe (fünf Gänge) auf dem Turiner Autosalon zu sehen gewesen war, hatte sich die Fachwelt vor Begeisterung überschlagen.

Und das vielleicht Beste, die Karosserie, fehlte noch. Die entwarf Marcello Gandini, ein junger Autodidakt, der erst kurz zuvor bei Bertone angefangen hatte, in den wenigen Wochen bis Weihnachten. Giorgetto Giugiaro, wie Gandini Jahrgang 1938, aber schon eine Größe in der Branche und seit 1959, als damals Einundzwanzigjähriger, Chefdesigner bei Bertone, hatte im Oktober 1965 das Unternehmen verlassen – unter anderem, weil er mit der Verpflichtung Gandinis nicht einverstanden war. Giugiaro, Schöpfer vieler Berühmtheiten wie des VW Golf 1, des Fiat Panda, des Maserati Bora oder des BMW M1, hätte wohl gern eine größere Rolle beim Design des Miura gespielt.

Kaum zu glauben, dass Gandini, wie der Oldtimer-Fachmann Wolfgang Blau schreibt, zuvor allenfalls mit der Gestaltung der Inneneinrichtung der angesagten Turiner Diskothek „Crazy Club“ aufgefallen war. Später wird er unter anderem noch den Lamborghini Countach, den Maserati Khamsin und etliche Alltagsautos wie den Fiat 132 entwerfen.

Gandinis erster Entwurf des Miura begeisterte Ferruccio Lamborghini und Cheftechniker Gian Paolo Dallara auf Anhieb. Die erste Karosserie entstand bei Bertone, während sich Gandini und sein Assistent Piero Stroppa um das Design des Innenraums kümmerten. Pünktlich zur Messe war der Miura fertig. Er qualifizierte Lamborghini endgültig als ernstzunehmenden Sportwagenhersteller. Die Resonanz war enorm. Doch obwohl mit dem Miura, dessen Produktion noch 1966 aufgenommen wurde, so etwas wie eine Serienfertigung in der Fabrikstätte in Sant'Agata einsetzte, blieben die verkauften Stückzahlen aus heutiger Sicht niedrig. Knapp 75.000 Mark waren 1966 viel Geld. Auch wenn man als Gegenwert eine Spitzengeschwindigkeit von 275 Kilometern in der Stunde bekam. Bei etwa 25 Litern Verbrauch auf 100 Kilometern. Nicht einmal 1000 Stück wurden bis 1972 gebaut.

Das treibt die Gebrauchtwagen-Preise bis heute in schwindelerregende Höhen. Ein Blick ins Internet zeigt: Unter einer Million Euro gibt es keine Angebote. Es dürfen aber auch drei Millionen sein. Wertvollster aller Miura ist ein offener Roadster, ein Einzelstück für den Brüsseler Automobilsalon 1968. Das Unternehmen Lamborghini kam Anfang der siebziger Jahre in erste wirtschaftliche Schwierigkeiten, wechselte mehrmals den Besitzer – und blüht heute mit Hilfe der neuen Mutter Audi wieder auf.



Mehr als eine große Klappe: Der Miura begeistert die Liebhaber auch durch seine inneren Werte.



**SIEH MAL AN**



**HERZSTÜCK**

Lange Zeit gab es das Schweizer Taschenmesser, auch Offiziersmesser genannt, von den Herstellern Victorinox und Wenger. Als Wenger insolvent war, übernahm Victorinox den Konkurrenten – des guten Rufes der Schweizer Messer zuliebe. Seit 2013 wird die Marke Wenger bei Messern von Victorinox jedoch nicht mehr verwendet. Ehemalige Wenger-Mitarbeiter belebten die alte Marke Swiza wieder und renovierten das Taschenmesser. Das Swiza D03 hat elf Funktionen, vom Messer bis zur Pinzette. Die in vier Farben erhältliche Soft-grip-Beschalung liegt angenehm in der Hand. Die Ausstattungen wie an der 75 Millimeter langen arretierenden Klinge lassen sich von Linkshändern gut bedienen. Der Preis: um 35 Euro. (py.)



**SCHMUCKSTÜCK**

Die Rasur mit der blanken Klinge ist wieder schwer im Kommen. Man muss nur einen Blick in die Auslage des besseren Stahlwarenhandels werfen, um Schmuckstücke wie das Böker Carbon 6/8 Zoll zu entdecken. Die Griffschalen: mittels CNC-Technik aus karbonfaserverstärktem Kunststoff gefräst. Die Klinge: aus Kohlenstoffstahl, daher besonders schnitthaltig, aber nicht rostfrei. Der Schliff: extravagant. Das Carbon 6/8 Zoll wird in Solingen in 140 Arbeitsgängen gefertigt und gelangt in die Auslieferung in historischer Verpackung mit individueller Seriennummer und Echtheitszertifikat – für knapp 180 Euro. (py.)



**ERBSTÜCK**

Mit jedem Küchenmesser lässt sich schneiden – aber es macht nicht immer Spaß. Das Windmühlmesser von Herder aus der Serie 1922 mit 9-Zoll-Klinge möchte man gar nicht mehr beiseite legen. Das Messer ist von Hand blau geplüßet (eine besondere Form der Politur) und scharf wie eine Rasierklinge – eine Folge des auf 60 HRC gehärteten Carbonstahls; rostfreier Stahl erreicht diese Schärfe nicht. Solche Messer werden vererbt, das relativiert den Preis: Im Fachhandel kostet das Kochmesser mit Griff aus Walnuss etwa 200 Euro. (Web.)

FOTOS: DIETER GÜNTHER (2), HANS-HEINRICH PARBEY (2), HERSTELLER



HOSEN VOM BESTEN



Der Blog „Models in the Raw“ zeigt Schönheiten von der menschlichen Seite – an ihren Wohnorten, in ihren eigenen Kleidern und wenn möglich sogar ohne Make-Up. Hier zu sehen sind: Elizabeth Havird (IMG Paris), Naïma Abt (M4 Models), Jade de Lavareille (IMG Paris).

Die Apothekerflasche von Dr. Jaglas „Golfers Ginseng Elixier“ ist zu schön, um sie im Spirituosenschrank verschwinden zu lassen. Zu gut schmeckt der Kräuterbitter ohnehin.



**Argan-Öl**

... begegnet einem bislang vor allem in Schönheitsprodukten, könnte aber bald das neue Olivenöl sein. 30 Kilogramm Früchte zu pressen dauert zwar 15 Stunden, aber dafür steckt in dem „flüssigen Gold“ auch dreimal so viel Vitamin E wie in Olivenöl. Yotam Ottolenghi kocht auch schon damit.



Junge Großstädter tragen oft Rucksäcke von Sandqvist. In den Stofftaschen der Marke können sie jetzt auch ihre Küchenkräuter verstauen.



Bedeutende Dinge, Menschen, Ideen, Orte und weitere Kuriositäten, zusammengestellt von *Jennifer Wiebking*



Dieser Jungschauspieler hat nicht nur einen berühmten Nachnamen, sondern auch einen dazu passenden Vornamen. Thomas Mann ist 24 Jahre alt und in einigen Teilen der Vereinigten Staaten schon bekannter als das Original.



Vielleicht ist wirklich nur ein Royal dazu fähig: Diesen Mantel trug Prinz Charles vor kurzem beim Besuch einer britischen Keksfabrik. Genauso wie damals, 1988. Selber Ort, selber Zweireiher.

Christian Drossbach hat einen Schaukelstuhl entworfen, der auch in das Wohnzimmer von Menschen passt, die noch keine Sekunde im Leben über ihren Ruhezustand nachgedacht haben.



**Ronze**

Weder Rot noch Bronze und auf gar keinen Fall „Bronde“, jene Haarfarbe von 2015, die Braun und Blond in einem Schopf vereint: Die Kreuzung von 2016 heißt „Ronze“, also ein Rot, vermischt mit einem Bronzeton. Soll den Teint frisch halten. Die Haarstruktur dagegen leidet vom ständigen Umfärben.



Der Duft dieser Seite heißt Mood Indigo und kommt von der Berliner „Programm-Parfumanufaktur“ Folie à Plusieurs.

FOTOS: ALAN DAVIDSON/POOL PHOTO VIA AP, DPA, THOMAS SING (3), TORBEN HOJE, KARUNA A. FUCHS, HERSTELLER (2)



MIT DEM ORIGINAL BIRKENSTOCK FUSSBETT

**BIRKENSTOCK®**

birkenstock.com/shoes





Aller Liebe Anfang: Die Metamorphose des Modemachers Adrian Runhof begann mit einem Besuch im Nagelstudio „Hammer & Nagel“ in München.

Foto Andreas Müller

Ich habe Interessen. Aber keine ernstzunehmenden Hobbys. Von Passionen ganz zu schweigen. Zumindest dachte ich das ein halbes Jahrhundert lang. Bis es zum dritten Coming-Out meines Lebens kam. Nummer 1 hatte ich mit elf: Capri ist besser als Brauner Bär. Nummer 2 mit neunzehn: Männer sind begehrenswerter als Frauen. Nummer 3 vor sechs Monaten: Bart zu tragen ist aufregender als glattrasiert zu sein – um es zurückhaltend auszudrücken. Denn in Wirklichkeit ist es formidabel und adorabel, spektakulär und extraordinär, phänomenal und epochal.

Doch zurück zur Contenance und einer kultivierten Beschreibung meiner neuen Lebenssituation. Versuchen wir es faktisch: Frauen tragen Dekolleté. Ich trage Bart. Der Effekt ist derselbe: bewundernde Blicke, handfeste Komplimente, die totale Erotisierung des Alltags. Aber im Gegensatz zu Frauen, die früh um die Wirkung ihres Ausschnitts wissen, bin ich Spätzünder in punkto Bart-Appeal. Und noch immer erstaunen mich die Reaktionen auf meinen neuen Look. Statt Begrüßungen beginnen Befragungen: Hast du was machen lassen? Hast du abgenommen? Hast du einen neuen Schneider? Selbst alte Freunde, die Komplimente für pure Zeitverschwendung halten, reagieren liebevoll bis euphorisch. Herrlich.

Damit wäre das Verblüffendste zu meinem *barbe nouveau* schon gesagt – aber längst nicht alles. Denn inzwischen sprechen wir nicht mehr nur von Liebe, sondern von einer ausgewachsenen Obsession. Nie habe ich etwas mit mehr Inbrunst betrieben als die Kultivierung und Zurschaustellung meiner Haarpracht. Mein Leben ist ein anderes. Ich bin ein anderer. Ein neuer Mensch: Adrian mit einem Bewusstsein für Körperbehaarung. Früher war ich Ignorant. Heute bin ich Besitzer diverser Scheren, Rasierer und Pflegemittel, die enthemmt zum Einsatz kommen.

Wie meine Metamorphose begann? Mit einem Spaziergang in der Nachbarschaft und der Entdeckung von „Hammer & Nagel“. Ein einschlägiges Etablissement für Männer, das sich „die Harley-Davidson unter den Nagelstudios“ nennt. Was anderswo Maniküre und Pediküre heißt, ist hier purer – maskuliner – Lifestyle. Nach einem dreißigminütigen Aha-Erlebnis war ich nicht nur restlos begeistert, sondern auch Freund großer Gesten. Seitdem tanzen und wirbeln meine Hände à la Stummfilmdiva durch die Luft. Meine glänzend-polierten Fingernägel reflektieren die Sonnenstrahlen, und meine babyzarten Füße kennen nur noch

# STATE OF THE BART

Früher dachte ich: Bart ist uncool.  
Heute sind meine Gesichtshaare  
eine ausgewachsene Obsession.  
Die Geschichte einer Verwandlung.

Von Adrian Runhof

ein exhibitionistisches Habitat: Flip Flops. Damit war die Saat ausgebracht für ein Geständnis mit Folgen. Mein Freund Eric offenbarte mir tout à coup seine ausgeprägte Vorliebe für Bärte. Bei sich, bei anderen und womöglich auch bei mir. Wham! Ein Statement, das mich zunächst verunsicherte (er findet mich verbesserungswürdig?), dann herausforderte (kannst du haben, Baby). Peu à peu ließ ich ihn mir also wachsen, meinen Bart. Nach zehn Tagen überraschte ich ihn mit einer markanten Gesichtsbehaarung – und der Erfolg überraschte wiederum mich. Dass Bärte Aphrodisiaka sein können, war mir bis dato unbekannt. Was für eine, pardon, geile Erfahrung.

Inzwischen ist aus diesem Geschenk eine Aufgabe geworden. Ich gehe öfter zum Trimmen als unser Hund

Cooper und pflege Badezimmerrituale. Ausgiebig. Jeden Tag. Unter faszinierten und belustigten Blicken meines Umfelds bin ich zum personalisierten Test für Produkte mutiert, deren Existenzberechtigung ich früher anzweifelte: Spezialbürsten, Pomaden, Bartfärbemittel, Bartshampoos, Bartöle. Mein aktueller Favorit ist das zitronenduftende Öl der Brooklyn Soap Company – übrigens auch fürs restliche Gesicht.

Erstaunlicherweise brauche ich morgens nur viereinhalb Minuten länger als früher. Aber es bleibt natürlich nicht bei der Bartpflege allein. Meine Frisur hat neuerdings eine Funktion als Side-Kick und muss dementsprechend zur Gesichtsbehaarung passen. Was ich von jeher extrem einfach hielt, ist jetzt äußerst komplex. Deckhaar nach links oder rechts? Gel oder naturbelassen? Kürzer oder länger? Schneiden oder rasieren? Und, ja, ich gebe es zu: Auch mein Brusthaar kommt bisweilen in den Genuss eines Makeovers.

Seit meiner Initiation als Bartträger weiß ich übrigens auch, dass unser Aufzug einen Spiegel hat. Inzwischen bin ich nämlich vor allem eins: verdammt eitel. Ergo ist eine Liftfahrt keine Liftfahrt mehr, sondern ein narzisstisches Lehrstück. Mon Dieu, steht dort etwa ein Haar ab? Dieses soignierte Schwarz-Grau mit aufblitzenden Nuancen von Weiß: Ist es vielleicht nicht vollkommen? Und erst meine Mimik. Denken Sie an Ben Stiller in „Zoolander“ – Bingo!

Wer hätte das gedacht? Ich bestimmt nicht angesichts meiner Bart-Historie, die keine ist. Früher trugen sowas Lehrer. Die uncoolen. Aus den Siebzigern. In Cordhosen. Dann verband ich es mit Faulsein und rasierfreien Tagen im Urlaub. Nicht mal die unvermeidlichen Hipster machten bleibenden Eindruck. Und heute bin ich selbst ein *beardie type*. Gesichtsbehaarung ist nicht nur ein Spleen, sondern mein *raison d'être*. Ich entblöde mich nicht sogar zu fragen: Wie findest du meinen Bart?

Man tauscht Adressen von Barber-Shops, in New York empfehle ich zum Beispiel „Frank's Chop Shop“ oder die Kette „Fellow Barber“. Letztere scheint komplett in russischer Hand zu sein – ein Erlebnis. Wer, wenn nicht Rasputins Erben, versteht was von Bärten?

Ja, ich weiß, die Welt hat andere Sorgen, kennt andere Herausforderungen, findet nichts so unwichtig wie meinen Bart. Bis auf das F.A.Z.-Magazin. Dafür ein Dankeschön mit Diener. Damit mein Bart beim Aufrichten noch besser zur Geltung kommt. Übrigens: Wie gefällt er Ihnen? ◀

# THONET

Draußen zuhause – Unsere neue Thonet All Seasons Kollektion ist erhältlich bei ausgewählten Thonet Fachhandelspartnern:

Bielefeld pro office Berlin Möbel Harder Braunschweig pro office, Loeser Bremen POPO, pro office Chemnitz (smow) C Darmstadt Umland Dresden Ehrlich & Richter Düsseldorf THONETshop Frankfurt Hans Frick Göttingen pro office Gütersloh Volker Grett Hagen Biermann Einrichtungen Hamburg Cramer Möbel + Design Hannover pro office Köln SMOW K, Stoll Wohnbedarf + Objekt Leipzig smow Lemgo pro office Moers Drifte Wohnform München Designfunktion Münster Freiraum, Ventana Nordhorn Ambiente B Nürnberg Selig Wohnbedarf Oldenburg Rosenbohm, Schumacher Osnabrück Castella Wohndesign, pro office Saarbrücken Einrichtungen Maurer Senden interni by inhofer Stuttgart smow S Schorndorf Chairholder Wendlingen Behr Einrichtung



# „FREI FÜHLE ICH MICH AUF DEM FAHRRAD“



„Männer“ ist ihr bekanntestes Werk. Das Drehbuch zu der Filmkomödie von 1985, die Heiner Lauterbach und Uwe Ochsenknecht zu Stars machte, schrieb **Doris Dörrie** selbst. Die Regisseurin versteht sich auf Geschichten und Filme, die den Kampf der Geschlechter liebevoll ironisch in Szene setzen. Doch auch ihre melancholischen Arbeiten wie „Kirschblüten – Hanami“ werden von Publikum und Kritik geschätzt. Gerade wurde die Sechzigjährige auf der Berlinale für ihren neuen Film gefeiert, der sie wieder nach Japan führte. „Grüße aus Fukushima“ ist diese Woche im Kino angelaufen.

*Was essen Sie zum Frühstück?*

Meistens nichts. Dann bekomme ich ab eins Heißhunger und stürze mich auf alles, was ich in die Finger kriege.

*Wo kaufen Sie Ihre Kleidung ein?*

Ich streife wahnsinnig gerne durch Kaufhäuser in anderen Städten. In Tokio zum Beispiel. Da setze ich mich dann in eine Ecke und schreibe auf, was ich sehe. Dabei entdecke ich das eine oder andere, das ich kaufe. Eine Einkaufsroutine mit festen Läden habe ich nicht.

*Hebt es Ihre Stimmung, wenn Sie einkaufen?*

Absolut. Shopping kann sehr tröstend sein.

*Was ist das älteste Kleidungsstück in Ihrem Schrank?*

Mein Boxermantel – Lilaschwarz von Everlast. Den habe ich 1983 in einem Sportgeschäft gekauft und zur allerersten Film Premiere von „Mitten ins Herz“ in New York getragen. Ich dachte, den brauche ich, um mich im Filmgeschäft durchzuboxen.

*Was war Ihre größte Modesünde?*

Da gab es so viele. Die größte waren wahrscheinlich meine ganzen siebziger, achtziger und neunziger Jahre.

*Tragen Sie zu Hause Jogginghosen?*

Die trage ich auch beim Dreh und auf der Straße. Ich mache keinen Unterschied zwischen innen und außen.

*Haben Sie Stil-Vorbilder?*

Meine Freundin Nora. Sie hat mir schon im College beigebracht, alles wild zu mischen.

*Haben Sie jemals ein Kleidungs- oder ein Möbelstück selbst gemacht?*

Möbelstücke nicht, aber Kleidungsstücke. In den Punkszeiten habe ich noch eher dekonstruiert, Löcher in Hosen geschnitten und Blusen zerfetzt. Heute nehme ich zu jedem Filmdreh eine Batterie alter Hemden meines Manns und nähe mir Blusen und Kleider daraus.

*Besitzen Sie ein komplettes Service?*

Nein. Ich habe mir bei einer Recherche in Meißen mal wunderschöne Porzellanteller gekauft, die mische ich mit dem Ikea-Starterset, das ich seit ungefähr 30 Jahren habe.

*Mit welchem selbst zubereiteten Essen konnten Sie schon Freunde beeindrucken?*

Mit sehr vielen. Es heißt, ich könne gut kochen, was mich selbst verblüfft. Mein komischstes Kocherlebnis war ironischerweise eine Retrospektive in China, bei der alle meine Filme verboten wurden. Für jeden Film habe ich mir einen Kochkurs gewünscht und bekommen. So lernte ich verschiedene Küchen aus vielen Provinzen kennen.

*Welche Zeitungen und Magazine lesen Sie?*

Natürlich das F.A.Z.-Magazin. Auch die Magazine von „SZ“ und „Zeit“. Ansonsten viele Tageszeitungen und den „New Yorker“, meinen heiligen „New Yorker“.

*Welche Websites und Blogs lesen Sie?*

Websites ja, Blogs kaum. Das ist mir viel zu viel Gelaber. Ich liebe Print. Ich beziehe manchmal Ideen für ganze Geschichten aus Tageszeitungen.

*Wann haben Sie zuletzt handschriftlich einen Brief verfasst?*

Ich notiere jeden Tag handschriftlich Ideen und Geschichten in meinen Heften, aber Briefe habe ich lange nicht mehr

geschrieben. Was vor allem an den Briefmarken liegt: Zur Post gehen zu müssen ist ein einziges Ärgernis.

*Welches Buch hat Sie am meisten beeindruckt?*

Als Kind „König des Windes“. Später alles von Dostojewski und Tschechow. Dafür habe ich sogar angefangen, Russisch zu lernen.

*Ihre Lieblingsvornamen?*

Carla, Olga. Und japanische Namen wie Yuki, Satomi, Misako, Chizuru.

*Ihr Lieblingsfilm?*

„Ikiru“ von Akira Kurosawa.

*Fühlen Sie sich mit oder ohne Auto freier?*

Am freisten fühle ich mit einem Fahrrad. An jedem Drehort wünsche ich mir ein Fahrrad.

*Tragen Sie eine Uhr?*

Ja. Eine sehr alte Swatch, die langsam auseinanderfällt.

*Tragen Sie Schmuck?*

Meine berühmten blauen Glas-Ohringe. Und das immer, auch aus Faulheit. Diese Halskette habe ich mir als Glücksbringer zur Film Premiere von „Grüße aus Fukushima“ gekauft, weil an ihr viele kleine Anhänger passend zu meinen Filmen hängen: Kirschen wie bei „Kirschblüten – Hanami“, Bananen für „Männer“, ein Kaktus wie bei „Dieses schöne Scheißleben“, eine Muschel für „Der Fischer und seine Frau“.

*Haben Sie einen Lieblings-Duft?*

Einen klaren Rosenduft.

*Was ist Ihr größtes Talent?*

Schlafen. Aber ich verliere mein Talent. Früher war ich ein Superschläfer.

*Was ist Ihre größte Schwäche?*

Ungeduld. Und Pessimismus.

*Womit kann man Ihnen eine Freude machen?*

Mir kann man leicht eine Freude machen. Mit Onigiri zum Beispiel, japanischen Reisbällchen, wie sie meine Freunde Chizuru und Yoshii hier heute zubereiten. Oder mit Blumen. Mir reicht sogar nur eine einzige Blume.

*Was ist Ihr bestes Smalltalk-Thema?*

Schönheitschirurgie, damit bin ich in der Filmwelt ständig konfrontiert.

*Sind Sie abergläubisch?*

Nein. Aber ich beschäftige mich mit dem Thema. Und für „Grüße aus Fukushima“ gab es wie schon bei „Kirschblüten – Hanami“ eine buddhistische Zeremonie in einem Tempel in Japan. Es hat uns beide Male Glück gebracht.

*Wo haben Sie Ihren schönsten Urlaub verbracht?*

Im Allgäu.

*Wo verbringen Sie Ihren nächsten Urlaub?*

Wir planen keine Urlaube.

*Was trinken Sie zum Abendessen?*

Leitungswasser. Und nur in Japan Sake.

*Aufgezeichnet von Peter-Philipp Schmitt.*



NOMOS  
GLASHÜTTE  
neomatik

neomatik von NOMOS Glashütte: Uhren mit dem Automatikwerk der nächsten Generation. Hauchdünn, höchst präzise – jetzt neu im besten Fachhandel. Mehr unter [nomos-neomatik.com](http://nomos-neomatik.com), [nomos-store.com](http://nomos-store.com).

OYSTER PERPETUAL DATEJUST 36



EINE ROLEX IST WEIT MEHR ALS EINE ARMBANDUHR, SIE IST EINE WERTANLAGE. IM LEIDENSCHAFTLICHEN STREBEN NACH PERFEKTION AUS HOCHWERTIGSTEN MATERIALIEN GEFERTIGT, VEREINT SIE EXZELLENT FEINUHRMACHERKUNST UND ZEITLOSE ELEGANZ. SO IST DER WERT EINER ROLEX GENAUSO BESTÄNDIG WIE SIE SELBST.

  
**ROLEX**