

Frankfurter Allgemeine

# magazin

JANUAR 2017

**MODE  
AUS BERLIN**

**DESIGN  
IN KÖLN**

**MUSIK  
AUF PARTYS**

**GENEVER  
FÜR ALLE**

**JASMIN  
GERAT**



SITZSYSTEM FREEMAN | DESIGN RODOLFO D'ORDONI

Minotti B E R L I N BY HERRENDORF, LIETZENBURGER STR. 99 - T. 030 755 4204 56

Minotti M Ü N C H E N BY EGETE MEIER WOHNKULTUR, OSKAR VON MILLER RING 1 - T. 089 55 27 32 510

AUCH BEI ANDEREN AUTORISIERTEN HÄNDLERN UND IN ANDEREN STÄDTEN.

PLZ 0/1/2/3/4/5 HANDELSAGENTUR STÖLLENWERK - T. 0221 2828259 - TIM.STÖLLENWERK@WEB.DE  
PLZ 6/7/8/9 HANDELSAGENTUR RIEKINGER - T. 07121 325953 - INFO@HANDELSAGENTUR-RIEKINGER.DE

IMM COLOGNE 2017 | 16. - 22. JANUAR  
HALLE 11.2 | STAND L-010 / M-011 L-020 / M-021

# Minotti

MINOTTI.COM



**FLEXFORM**

FLEXFORM | MADE IN ITALY

Home at last.

# ALLES BLEIBT ANDERS

Ja, der Januar ist ein trüber Monat. Jetzt denken Sie hoffentlich nicht an das Titelbild, das zwar Schwarz-Weiß ist, uns aber nicht in ein hoffnungsloses Jahr entlassen soll. Ich finde, Jasmin Gerat, die viele noch aus den Zeiten kennen, als MTV prägend war, läßt das Cover mit Hochspannung auf. „Ich habe Spaß daran, mir Dinge zu eigen zu machen“, sagt die Schauspielerinnen über das Mode-Shooting auf der griechischen Insel Hydra. „So habe ich es auch mit den Kollektionsteilen gehalten. Dazu gehört auch, die Dinge mal anders zu tragen, als auf dem Laufsteg vorgegeben.“ Man sieht es auf dem Titel: Der Schleier, der den rätselhaften Gesichtsausdruck auch noch geheimnisvoll macht, ist eigentlich ein Tüllrock von Dior. Die Dinge mal anders tragen: Das könnte ein schönes Motto für dieses Heft sein. Wenn man die vorgegebenen Codes, die meist nur vermeintlich vorgegeben sind, nur ein wenig verändert, ist das erstens neu und zweitens aufregend. Beispiele: Die deutsche Mode, die sich kommende Woche auf der Fashion Week in Berlin feiert, tritt mit einem Selbstverständnis auf, das an den Geist der achtziger Jahre erinnert (das Wort Geist benutzte man damals noch). In unserer zweiten Modestrecke wird es sinnfällig: Die Bilder zeigen Düsseldorfs überraschenden Esprit, aber eben mit Berliner Entwürfen. So ist auch der schlicht originelle William Fan, den wir porträtieren, zu einer Hoffnung der Berliner Szene geworden. Die Dinge mal anders machen: Das will von Montag an auch die Kölner Möbelmesse. Allein die Vorschau auf neue Entwürfe und das Architekturexperiment des Designers Todd Bracher machen Lust auf Design; aus dem Hobby der Schönen und Reichen ist ohnehin eine Dauerbeschäftigung auch für Normalos geworden. Und wenn das immer noch nicht reicht, um Farbe in den Januar zu bringen, dann trinken Sie einfach einen Darjeeling, aber bitte, wie im Artikel empfohlen, aus Öko-Anbau. Oder mixen Sie sich einen Cocktail aus Genever nach unserem Rezept. (Jetzt wissen Sie auch, was die Wacholderbeeren auf dieser Seite machen.) Der Januar ist gar nicht so trübe, wie er manchmal wirkt. *Alfons Kaiser*



Verantwortlicher Redakteur:  
Dr. Alfons Kaiser

Redaktionelle Mitarbeit:  
Holger Appel, Bettina Aust, Peter Badenhop, Peter Bernbach, Dr. Rose-Maria Gropf, Friederike Haupt, Aziza Kasumov, Julia Schaaf, Christine Scharrenbroch, Peter-Philipp Schmitt, Florian Siebeck, Sabine Spieler, Jochen Stahnke, Bernd Steinle, Quynh Tran, Jennifer Wiebking, Maria Wiesner, Bettina Wohlfarth

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 Redaktionsbeilage 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.

Sofern 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). Auskunfts 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 Perzold

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, Anja Tschulena

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

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

AGENT FOR GERMANY  
Agentur Patrick Weber  
Tel. 07044-922910  
Fax 07044-922922  
[info@italdesign.de](mailto:info@italdesign.de)

GROUNDPIECE  
SECTIONAL SOFA

FLEXFORM  
[www.flexform.it](http://www.flexform.it)

design by  
Antonio Citterio





molteni.com #MolteniGroup

Molteni &amp; C

SYSTEM 505 — NICOLA GALLIZIA  
SOFA PAUL — VINCENT VAN DUYSSENABSTELLTISCHE JAN — VINCENT VAN DUYSSEN  
TEPPICH RANDOM — PATRICIA URQUIOLA

**PETER BERMBACH** kennt *le tout Paris*, und vom Leben weiß er noch mehr. Der Journalist, der von Paloma Picasso bis Marlene Dietrich viele Stars getroffen hat, erzählt in seiner neuen Kolumne „Unterm Strich“ (Seite 13) von den spannendsten Begegnungen.



**FRIEDERIKE HAUPT** bringt von Reisen meist nur was zu essen mit. Erstens, weil Essen gut schmeckt, und zweitens, weil es nicht dauerhaft Platz wegnimmt. Ausnahmen macht die Politikredakteurin der Sonntagszeitung, wenn etwas eigens für sie hergestellt wird. So wie diese Katze, die Zeitung liest und somit auch unsere Autorin personifiziert, von der Illustratorin Claire Lenkova. Für uns hat Friederike Haupt über persönliche Reiseandenken geschrieben (Seite 30). Alle kosteten weniger als zehn Euro.



**PETER BADENHOP** liebt gute Drinks. In der Lüneburger Heide, wo er aufwuchs, wurde vor allem Bier und Schnaps getrunken. Seit er vor 20 Jahren zu dieser Zeitung kam, beschäftigt er sich vor allem mit Wein – nicht nur in der „Rhein-Main-Zeitung“, seinem Stammressort, sondern auch in Sonntagszeitung und Magazin. Durch seine angeheiratete Verwandtschaft in Süd-Holland stieß er auf den Urvater der Wacholderbrände, den Genever (Seite 38). Der Traditionsschluck der Nachbarn findet auch bei uns immer mehr Freunde.

## MITARBEITER

**JOCHEN STAHNKE** wollte eigentlich nur eine kleine Kennenlern-tour durch das Westjordanland unternehmen. Weil sein israelisches Navigationsgerät in den Palästinensergebieten nicht funktioniert, fiel unserem neuen Israel-Korrespondenten nach einer Irrfahrt durch Nablus die alte Seifenfabrik am Rand der Altstadt ins Auge – eine von nur zwei Fabriken aus alter Zeit, die in Nablus noch Seife aus Olivenöl herstellen, bis heute von Hand. Mit einer Reportage kehrte Stahnke nach Tel Aviv zurück (Seite 48). Das einzige, was ihm Seifenkocher Mahmud nicht sagen konnte: wie lange die 1000 Jahre alte Tradition noch währt.



**CAROLIN SÜNDERHAUF** ist eine der wenigen jungen Frauen, die bei „Germany's Next Topmodel“ angefangen haben und nun, Jahre später, wirklich als Model arbeiten. Gewonnen hat sie 2013 in der Pro-Sieben-Sendung nicht, was kein Nachteil war. In jüngerer Vergangenheit konnte sich die Vierundzwanzigjährige daher auf ihr Studium der Kunstgeschichte konzentrieren und trotzdem nebenher vor der Kamera stehen; gerade hat sie ihre Bachelor-Arbeit abgegeben. Für unsere Fotostrecke unter dem Motto „Memphis“ (Seite 16), aufgenommen im ehemaligen Esprit-Haus in Düsseldorf, hatte sie es nicht weit.

Der Liebe wegen ist Sünderhauf nämlich vor kurzem von München nach Koblenz gezogen. Auch von dort aus kann sie gut ihren Modeljobs nachkommen – der Frankfurter Flughafen ist nur eine Stunde entfernt.



FOTOS: BRUNO WEIZINSKI, JOCHEN STAHNKE, HELMUT FROCKE, FRANK ROTH; ZEICHNUNG: CLAIRE LENKOVA

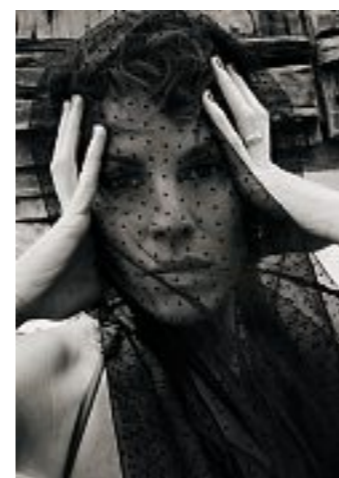


Good Morning!



Von Montag an gibt es in Köln neue Möbel zu entdecken. Wir schauen auf die großen Hingucker (Seite 24). Aber Achtung! Nicht alles ist so bequem wie der Sessel Roc von Uwe Fischer für Cor.

Ein Haus für Köln: Der Designer Todd Bracher aus Brooklyn ist jetzt Bauherr der anderen Art (Seite 26). Die Besucher der Möbelmesse werden über seinen Entwurf staunen.



**ZUM TITEL**

Jasmin Gerat trägt einen A-Linienrock aus Tüll von Christian Dior als Schleier. Fotografiert auf Hydra von Lottermann and Fuentes.

- 10 KARL LAGERFELD
- 22 OTTOLINGER
- 23 SUSANNA KIM
- 32 JASMIN GERAT
- 50 HANNAH HERZSPRUNG

**AB UND ZU** Unsere neue Kolumne besieht die Erinnerungsstücke eines Lebens. *Seite 13*

**AUF UND NIEDER** Besuch bei einem der sieben Naturwunder, den Victoria-Fällen. *Seite 44*

**DRUM UND DRAN** Aktuelle Mode von heute in dekorativem Ambiente von gestern. *Seite 16*

**SO UND SO** Bei Trump ist so viel vergoldet, da vergeht einem der Spaß an Messing. *Seite 47*

**EX UND HOPP** Alle Welt trinkt noch Gin. Warum eigentlich nicht Genever? *Seite 38*

**GUT UND GERN** Aus Öl und Wasser wird im palästinensischen Nablus Seife. *Seite 48*

Die nächste Ausgabe des Magazins liegt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung am 11. Februar bei. Im Netz: [www.faz.net/stil](http://www.faz.net/stil). Facebook: Frankfurter Allgemeine Stil. Instagram: @fazmagazin.



Er macht sein Ding: William Fan (Seite 14) gehört schon jetzt zu den vielversprechenden Modedesignern in Deutschland.

FOTOS: ANDREAS FEIN, WIREIMAGE, HERSTELLER, KOBLENZSEIFE/LUTZ STERNSTEIN

# VISPRING

Luxury Beds - London 1901

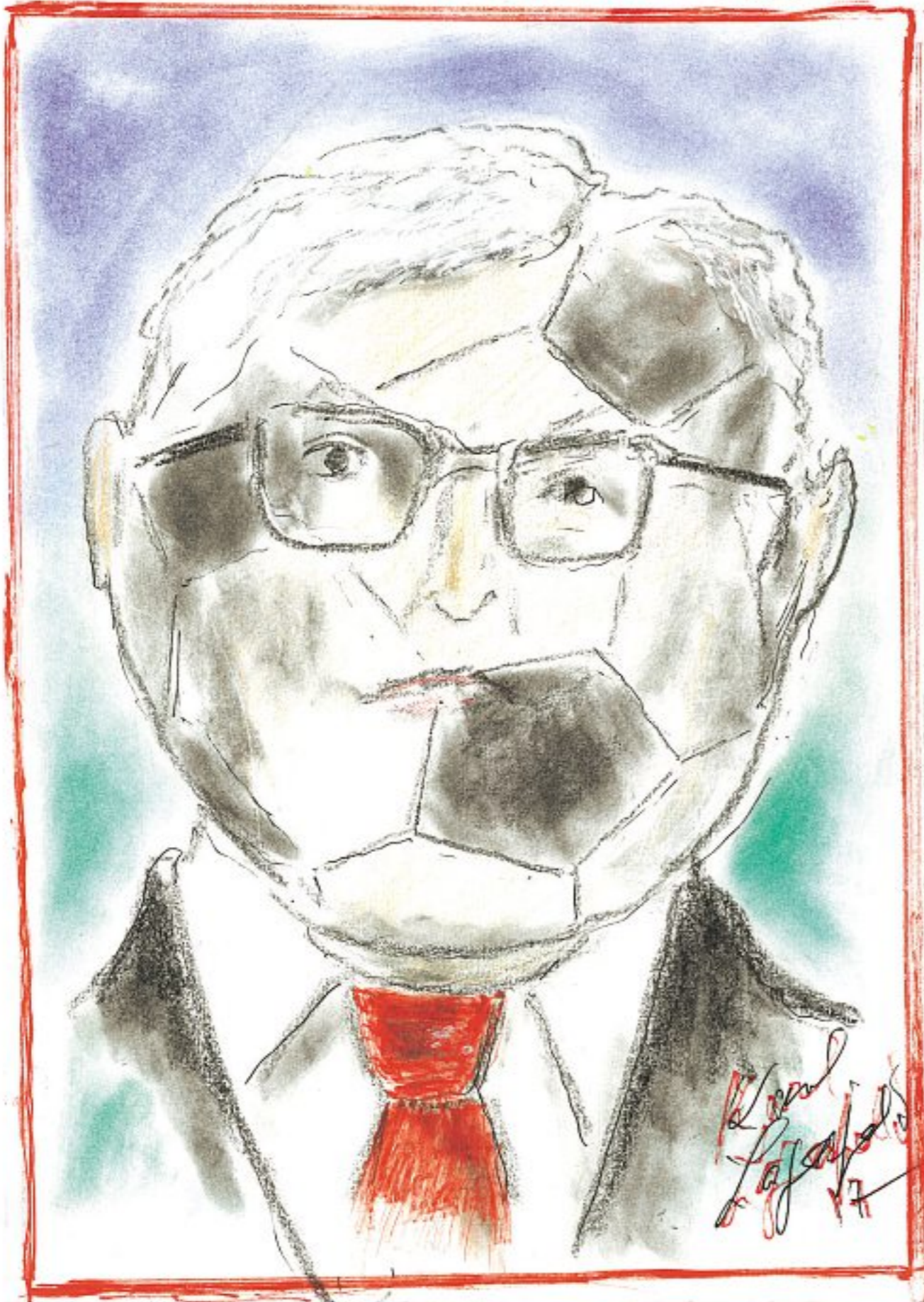
Besuchen Sie Vispring auf der **Möbelmesse IMM Cologne 2017**  
16 Januar bis 22 Januar 2017 - Halle 11.1 - Stand FO01

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



Früher frühreifes Kind, heute Hollywood-Star und gute Freundin von Jennifer Lawrence: Emma Stone (Seite 40).

*Historisches, kulturelles, surrealistisches Porträt eines*



*Bundespräsidentenwahlkandidaten*

**KARL LAGERFELD SIEHT EINEN KOPFFUSSBALLER KOMMEN**

„Fußball scheint wirklich seine Passion zu sein“, meint Karl Lagerfeld über Frank-Walter Steinmeier, einst Spieler der TuS 08 Brakelsiek, jetzt Anhänger des FC Schalke 04. Daher konnte unser Zeichner nicht anders, als den aussichtsreichsten Kandidaten für das Amt des Bundespräsidenten als Kopffußballer zu verewigen. Der Modeschöpfer, der zwar immer sportlich war, aber dem Fußball nicht viel abgewinnen kann, erkennt die Bedeutung des SPD-Politikers als Außenminister an. Aber als Bundespräsident? Lagerfeld war schon früh von Joachim Gauck angetan. Als dessen Vorgänger Christian Wulff zurücktrat, zeichnete er ihn mit Gattin („als Immobilie war

Schloss Bellevue etwas zu groß für uns“), und im Hintergrund stand Gauck wie eine Wolke am Horizont (FA.Z. vom 18. Februar 2012). Der scheidende Präsident begeisterte als Redner auch den fernen Beobachter der deutschen Politik. Steinmeier hingegen, als SPD-Rhetor dem Gravitätischen verpflichtet, wirkt blass. Aber das kann ja noch werden. Sollte er in vier Wochen von der Bundesversammlung gewählt werden, hat er schließlich fünf Jahre Zeit, sich zu entwickeln. Und überhaupt: „Der Kopf ist rund“, sagt man, „damit das Denken die Richtung ändern kann.“ Das gilt erst recht für Menschen, die vor allem Fußball im Kopf haben. (kai.)



**FREIFRAU®**

- Sitzmöbelmanufaktur -



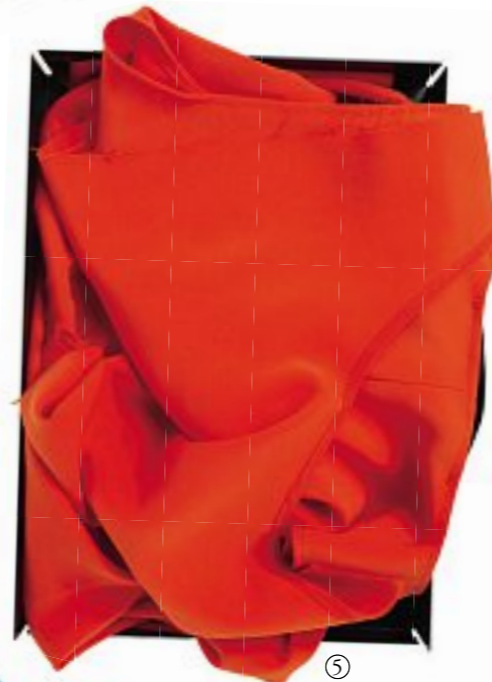
# PRÊT-À-PARLER

## ABLAGE A WIE BERLIN

Wer als Modedesigner erfolgreich sein will, muss möglichst alle drei Monate eine neue Kollektion mit zig Teilen aus dem Ärmel zaubern. Wer als Modedesigner erfolgreich sein will, muss aber zugleich eine einzige Botschaft haben, die seine Philosophie auf den Punkt bringt. Das *signature piece*, das Markenzeichen eines Designers, das wandlungsfähig genug ist, sich in alle Richtungen krepeln zu lassen, ist also der kleinste gemeinsame Nenner dieser beiden Ziele, die eigentlich gegensätzlich sind: möglichst viel und spannende Mode, dabei möglichst wenig sich widersprechende *claims*.

So ein Markenzeichen zu finden und dann auch noch dahinterzustehen, so dass es auch dann nicht langweilt, wenn seit der Gründung sagenhafte sieben Jahre vergangen sein sollten – das ist also die eigentliche Kunst. Bei Giorgio Armani (Jahr 41 nach Gründung) sind es zum Beispiel die Hosenanzüge. Bei Fendi seit noch längerer Zeit der Pelz. Bei Chanel ohnehin die Kostüme und der Stepp. Bei Prada: das seltsam Schöne. Auch die jüngeren Designer haben längst ihre *codes*: seltsam Relevantes (J.W. Anderson), Rüschen-Dramaturgie (Simone Rocha), wildes Zeitgeist-Patchwork (Gucci unter Alessandro Michele). Gut, ob der Zeitgeist wirklich so schön altern wird, das lässt sich nach ein paar Saisons noch nicht absehen. Das sehen wir dann in sieben Jahren.

Aber auch die Berliner Modemacher lassen sich (und teilweise schon länger als sieben Jahre) in ihren Ablagen verirren, zum Glück. Ablage A, Ablage Berlin. Sie langweilen trotzdem nicht, mit den Mustern, die aus rumänischen Handwerksbetrieben kommen wie bei Isabell de Hillerin (2), oder mit ihrem Muster-Strick, der an die glorreichsten Kindergartenstage erinnert wie bei Maiami (3). Ein Schwan auf dem Pullover entertaint auch Erwachsene. Unterhaltsam auch der Bondage-Vibe (8), den Marina Hoernseder nicht nur auf Lederröcken verwirklicht, sondern auch auf flauschigen Pullovern. Und in Kaviar Gauche (1) heiraten Frauen, die sonst keinen weiteren Berliner Designer mit Namen kennen. Die also auf die Frage nach der Simplizität der Berliner Designer erst allmählich mit Perret Schaad (4) antworten, mit Hien Le (6) oder Michael Sontag (7) – und die nun vielleicht hin und wieder von einem gewissen Vladimir Karaleev (5) und seinen offenen Nähten hören. Dabei handelt es sich übrigens nicht um Schludrigkeit, sondern um ein Konzept, es ist seine schöne Schublade. In der kommenden Woche präsentieren diese Designer in Berlin ihre Kollektionen für den nächsten Winter, mit etlichen Stücken. Aber ihre Berliner Botschaften erkennt man längst. (jwi.) Fotos Frank Röth



## T.C. BOYLE HATTE DEN BEZUG VERLOREN

Vor 21 Jahren veröffentlichte T.C. Boyle das Buch „America“, in dem sich die Wege zweier illegaler Einwanderer aus Mexiko und eines privilegierten weißen Pärchens aus Malibu kreuzen. Heute sind die Konflikte zwischen Einheimischen und Fremden wieder da. Unsere Autorin Aziza Kasumov hat den amerikanischen Autor, einen Demokraten, im Dezember in Montecito bei Santa Barbara besucht, wo er mit Frau und Hund lebt. Aus Anlass der Amtseinführung Donald Trumps am kommenden Freitag stellen wir hier ein paar Meinungen des Punks der Literatur über den künftigen Präsidenten der Vereinigten Staaten zusammen:

„Das einzige Mal, dass ich Trump getroffen habe, war, als wir gemeinsam auf einer Buchmesse in Las Vegas gewesen sind, das muss um 1990 gewesen sein, als mein Roman ‚Ein Freund der Erde‘ erschien. Er hatte damals – besser: jemand anders hatte für ihn – ein Buch darüber geschrieben, wie man reich wird. (...) Trump und ich verstanden uns sehr gut. Aber ich wusste nicht, was die Zukunft bringen würde. Keiner wusste das. Das geht über die Vorstellung eines jeden hinaus.“

„Im August hatte ich einen Freund zu Besuch, der mir sagte, dass er ein Trump-Unterstützer sei. Das Abendessen endete damit, dass meine Frau und ich ihn über den Tisch hinweg anbrüllten.“

„Ich hatte keine Ahnung. Ich bemitleidete ihn eher aufgrund der Tatsache, dass es für Hillary der größte Sieg in der amerikanischen Geschichte werden würde. Was wir übersehen haben: dass Trump zwar für uns so unangebracht ist, so falsch. Aber nach dem, was ich lese, greift eine anarchistische Stimmung um sich. Jeder will das System stürzen. Leider wählen die Leute, die von dieser rechten Propaganda, Fox News und so weiter, manipuliert werden, gegen ihre eigenen Interessen.“

„Für mich war es die absonderlichste Sache der Welt, dass irgendjemand für diesen karnevalistischen Kläffer stimmen würde. Aber ich denke mal, ich hatte einfach den Bezug dazu verloren.“

Aufgezeichnet von Aziza Kasumov.



Die schwedische Malerin und Illustratorin Malin Gabriella Nordin versucht, sich an die Bilder, die sie in ihren Träumen sieht, ganz genau zu erinnern. Sie sollen ja nach dem Aufwachen Teil ihrer Werke werden.

## „AUF MUSIK KANN ICH MANCHMAL NEIDISCH SEIN“

Die floralen Malereien der Stockholmerin Malin Gabriella Nordin (geboren 1988) können einem bekannt vorkommen. Im Sommer 2016 hatten sie beim Modehaus Filippa K einen Auftritt als Teil einer Sonderkollektion. Im Musikvideo zu „Wings Of Love“, dem neuen Song von Lykke Li und ihrer Band Liv, spielen sie auch eine Rolle. Ein Treffen in Frankfurt.

Frau Nordin, Ihre farbenfrohen und blumigen Bilder wirken sehr feminin. Was ist die Botschaft? Meine Gemälde und Collagen sind eher unbewusste Reflexionen meiner Erfahrungen. Wenn ich schlafe, dann sehe ich in Gedanken Hunderte von Bildern an mir vorbeiziehen. Ich versuche mich an sie zu erinnern. Und was ich darin sehe, wird Teil meiner Bilder. Wenn man so intuitiv malt, ist es schwer zu sagen, woher die Inspiration kommt und welche Botschaft darin steckt. Aber in letzter Zeit denke ich immer mehr über die Natur nach, sowohl die äußere Natur als auch die in unserem Körper, und wie sie miteinander verbunden sind. Dabei kommen Fragen auf, die man weder mit richtig noch mit falsch beantworten kann, und in diesen Zwischenräumen erschaffe ich mir eine eigene Welt.

Was ruft das in Ihnen hervor, wenn Menschen Ihre Arbeiten anschauen?

Bei Einzelausstellungen ist es wirklich einschüchternd. Wenn die Besucher in der Ausstellung umherlaufen und die Bilder betrachten und über sie sprechen, dann ist

das, als ob sie über mich urteilen würden, obwohl sie mich eigentlich gar nicht kennen. Diese Art von Aufmerksamkeit und Öffentlichkeit kann anstrengend sein.

Wie finden Sie dann zu alter Stärke zurück?

Ich nehme mir Zeit für mich. Das kann auch bedeuten, dass ich mal einige Monate gar nicht male. Zuletzt hat mich eine Künstlerresidenz in Athen wieder richtig belebt. Man hat die Krise gesehen, die leeren Geschäfte und Häuser. Aber die Atmosphäre, wie die Menschen einander geholfen haben – das war wunderbar. Eine Freundin, die auf Lesbos die Flüchtlingshilfsorganisation Lighthouse Relief betreibt, hat mich dort besucht. Und wir haben kurz überlegt, dort vielleicht sogar eine Kunstinitiative zu eröffnen.

Sie haben mittlerweile einige Exkurse gemacht, zum Beispiel in die Mode und die Musik. Wie wichtig sind Ihnen andere kreative Disziplinen?

Ich habe nie richtig etwas mit Mode gemacht, aber die Arbeit mit Filippa K war für mich ein Weg, ein anderes Publikum zu erreichen. Auf Musik kann ich manchmal richtig neidisch sein, weil sie so emotional ist und sofort Gefühle hervorruft. Ein Kunstwerk kann man nicht so schnell konsumieren. Es ist wie ein Mensch, dem man erst etwas geben muss, Zeit und Aufmerksamkeit, um etwas zurückzubekommen.

Die Fragen stellte Quynh Tran.

## UNTERM STRICH

FOLGE 1

folge aufgenommen werden und durften nun auch offiziell den Namen ihres Vaters tragen. Nach seinem Tod stieg der Kurs seines Wertes in nie dagewesene Höhen. 1977 wog das Erbe etwa 1,4 Milliarden Francs, im Jahr 2000 lag es schon bei zehn Milliarden – diesmal Euro. Der französische Staat – das ist einem Gesetz aus den sechziger Jahren des Kulturministers André Malraux zu verdanken – hat die Möglichkeit, sich die Erbschafts-



FOTOS: MALIN GABRIELLA NORDIN (6); UNTEN: ARCHIV; BERMBACH/REPRODUKTION: BETTINA WOHLFARTH

steuer in Form von ausgewählten Kunstwerken bezahlen zu lassen, die dann in die staatlichen Sammlungen eingehen. Dem ist auch das phantastische Pariser Picasso-Museum zu verdanken. Für die Erben blieben immerhin noch etwa 1500 Werke.

Aber zurück zum Foto. Paloma Picasso ist eine unglaublich aparte Frau. Ihre Nase, die sie hier so schön spontan kräuselt, hat sie vom Vater (das eleganteste Profilfoto von Paloma und ihrer Nase hat Robert Mapplethorpe geschossen). Sie hat uns damals im Haus ihrer Großeltern im schicken Vorort Neuilly empfangen. Als wir eintraten, war ich ziemlich überrascht, dass sie in einem so spießigen Haus wohnen kann. Im Esszimmer standen dunkle, schwere, üppig geschnitzte Möbel in einem Stil, den man hier als altdeutsch bezeichnen würde. Sie stand mit dem unglaublich modischen Kleid mitten in diesem atbackenen Ambiente, und ich konnte nicht umhin, etwas frech zu bemerken: „Meine Güte, wie lustig Sie hier wohnen!“ Das klang natürlich ironisch, aber sie entgegnete einfach: „Ach ja, ich finde das auch lustig.“

Paloma war schon damals unabhängig von Vorurteilen. Sie machte einfach, was sie gut fand. Sicher hat sie das von ihrem Vater geerbt. 1985, zur Eröffnung des Picasso-Museums, machte ich ein Fernsehinterview mit ihr. Sie war zu einer berühmten Designerin geworden, die Schmuck für Tiffany & Co. entwarf und ihr erstes „Mon Parfum“ auf den Markt gebracht hatte. Wir sind uns auch auf Partys, in der Oper oder bei unserem gemeinsamen Freund Karl Lagerfeld begegnet. Das Foto mit dem gewagten Rückenausschnitt habe ich ihr bei einer dieser Gelegenheiten gezeigt. Da hat sie gelacht. Peter Bermbach

Der Autor ist Kulturjournalist und erinnert sich hier an sein halbes Jahrhundert in Paris.

Aufgezeichnet von Bettina Wohlfarth.



William Fan ist einer der spannendsten Designer der deutschen Mode. Denn er überwindet die Grenzen der Saisons, der Geschlechter und des Alters. Und er glaubt an die Gegenwart.

Von Jennifer Wiebking  
Foto Andreas Pein

Es dauert keine drei Minuten, und William Fan kommt auf seine spirituellen Erfahrungen zu sprechen. Seit seiner Erleuchtung gehe alles in Erfüllung, was er sich wünsche, sagt er. Eigentlich war man gerade dabei, den ehemaligen Lagerraum im Keller zu bewundern, den der Designer gemeinsam mit seinem Bruder so umgebaut hat, dass er nun in einem wunderschönen Atelier arbeiten und vom Showroom aus auch gleich die Kleider an seine Kunden verkaufen kann – solche Rahmenbedingungen sind schließlich wichtig für die Gründung einer Marke und für einen guten Start unter schweren Bedingungen. William Fan muss sich damit aber nicht lange aufhalten. Seine positive Einstellung kommt von innen.

Erleuchtet wurde er ausgerechnet in einem Zug der Deutschen Bahn, kurz bevor er mit dem Studium anfing. William Fan las gerade ein Buch, oder besser gesagt, das Buch. Von Büchern, die für Erleuchtung sorgen, will man natürlich sofort den Titel wissen. Also: Eckhart Tolle, „Jetzt“. „Dieses Buch hat mich zutiefst beeindruckt. Die Einsicht, dass das eigene Leben viel zu oft von negativen Faktoren fremdbestimmt wird, man sich aber ganz bewusst und aktiv davon frei machen kann, hat meinen Alltag beeinflusst.“ William Fan sagt, er denke seitdem nicht mehr groß über morgen oder gestern nach. „Es geht um die Kraft der Gegenwart. Früher wäre ich, wenn wir uns unterhielten, mit den Gedanken vielleicht schon im nächsten Termin gewesen. Jetzt bin ich nur in diesem Moment und nehme alles intensiv wahr.“

Allen angehenden Jungdesignern sei somit zunächst das Buch des in Deutschland geborenen kanadischen Bestsellerautors ans Herz gelegt. Und dann ein Blick auf die Karriere des 1987 in Hannover geborenen Modemachers, der erst an der Artze-Hochschule in Arnheim Mode studierte und schließlich seinen Master-Abschluss an der Kunsthochschule in Berlin-Weißensee machte. William Fan gehört auch deshalb zu den großen Talenten der deutschen Mode, weil er die Dinge anders angeht als üblich. Man muss nämlich vorab erwähnen, dass es der Mode generell gerade richtig schlecht geht, „angeblich so schlecht wie noch nie“, wie auch William Fan sagt, der vor genau zwei Jahren anfing, als so gut wie niemand mehr an deutsche und schon gar nicht an Berliner Mode glaubte.

Genau das wiederum könnte seine Chance sein. Er erzählt, wie er diesen Zustand der wunderschönen und nicht gerade dynamischen Berliner Mode lange zuvor beobachtet und analysiert habe. Und dennoch sei er jedes Mal zu dem Schluss gekommen, dass er an seine Ideen glauben könne. „Ich habe es nach dem Master-Studium richtig gespürt.“ Also traute sich der junge Absolvent das, was eigentlich aussichtslos schien. Erfahrungen hatte er genug gemacht. Bei Alexander McQueen in London hatte er ein Praktikum absolviert. Und auch bei seiner Schwester in Hamburg hatte er gearbeitet, die dort das Taschenlabel Chi Chi Fan unterhält; auf die so schlichten wie bunten Taschen stößt man zum Beispiel, wenn man in einen Torquato-Store läuft. Die Familie Fan scheint so kreativ wie geschäftstüchtig zu sein.

Er war sich also sicher. Für sein eigenes Label brauchte er nur noch ein Atelier. Also sagte er sich eines Tages, als eine Art Kommando an eine höhere Macht: „Ich wünsche mir jetzt ein Studio.“ Denn seine Küche platzte schon aus allen Nähten. Er loggte sich bei Immobilienscout ein,

# FAN FAN

schaute auch mal bei Lagerräumen nach, und da war es, das Studio: „Ein Lager, aber die Lage ...“

Große Hamburger Straße. Die Ecke ist weder touristisch noch berlinerisch. Mit einem Bein steht man an der Unterhaltungsmeile Oranienburger Straße, mit dem anderen im Viertel der vielen Galerien, veganen Salate und hübschen Dinge, im vielleicht letzten ruhigen Teil von Mitte. Noch am Tag der Entdeckung besichtigte er mit seinem besten Freund die Räume, er wohnt ohnehin um die Ecke. „Die Sonne schien, wir spazierten die Straße hinunter, und es hat sich richtig angefühlt.“

Als ihm der Besitzer auch noch mit der Miete entgegenkam und einen weiteren Kellerraum anbot, um einen jungen Gründer zu unterstützen, war es ausgemacht. „Der Vermieter ist jetzt auch stets überrascht, wenn er mal vorbeikommt.“ In den Raum hat William Fan eine Extrawand eingelassen, um einen Platz zum Arbeiten zu haben. Alles ist hier so eingerichtet, wie es kaum stimmiger sein könnte. Die Stangen für die Kleider hat er selbst gezimmert und mit dicken Eichenrahmen versehen. An den Wänden hängen goldene Haken, am Eingang hinter der steilen Treppe, die jeder Besucher hinuntersteigen muss, ein Leuchtschild: „Fan 27“. Herzlich willkommen in der Welt von William Fan.

Selbst der Fencheltee sieht hier gut aus, wenn er ihn aus einer goldenen Thermoskanne ins oval geformte Glas schüttert. „Dabei ist es eigentlich normaler Fencheltee“, sagt er und lacht. Und so soll man sich auch als Kunde

wohl fühlen. Dass der Schritt in die Selbstständigkeit richtig war, dass sich die Verwandlung dieses heruntergekommenen Kellerraums in ein schönes Atelier gelohnt hat, stellte sich kurz nach seiner ersten Präsentation heraus. Einkäufer wichtiger deutscher oder gar internationaler Modeläden waren zwar nicht da, so wie das in Berlin meistens ist. Dafür war die Presse begeistert. Auch das ist nicht ungewöhnlich hier.

Aber zusätzlich passierte doch etwas Sonderbares: Privatleute, die William Fans Kollektion bei der Schau oder anschließend im Internet gesehen hatten, riefen an und wollten die Ware haben. Der Designer lud sie zu sich ins Atelier, das er eben nicht umsonst so schön gestaltet hatte wie eine Luxusboutique. Etwa 25.000 Euro verdiente er so am Verkauf seiner ersten Kollektion – genug, um davon die nächste zu finanzieren. Und so geht es bis heute. Privatkunden machen etwa 80 Prozent seines Gesamtumsatzes aus. Fan fand Fans.

Sein Modell ist somit auch ein Gegenentwurf zum herkömmlichen Shopping. Wenn der Handel klagt, dass die Kunden nicht mehr begeisterungsfähig seien für Mode, dass die Prioritäten längst anderswo lägen, nämlich sich einen Wochenendtrip nach Marrakesch zu leisten oder ein iPhone 7 statt eines neuen Wintermantels – dann gibt es eben doch einige Kunden, die sich noch etwas aus schöner Kleidung machen.

In dieser Nische denkt man aber kaum mehr in herkömmlichen Saisons, da geht es nicht um Frühjahr/Sommer oder Herbst/Winter. Solche Leute haben höhere Ansprüche an den Inhalt des Kleiderschranks, weil die Teile dort länger als ein paar Monate hängen sollen. Sie sind bereit, mehr zu zahlen als 69,90 Euro für einen Blazer. Das Einkaufserlebnis bekommen sie bei William Fan gratis dazu. „Ich glaube, meine Kunden empfinden es als sehr angenehm, hier im Souterrain zu sitzen, Tee zu trinken und mit mir Mode auszuprobieren. Sie haben ihre Privatsphäre und verbringen manchmal einen ganzen Nachmittag hier.“ Mit manchen stellt er eine ganze Kleiderstange zusammen. „Die kommen dann jeden Monat und arbeiten sich durch ihre reservierte Stange.“

Weil William Fans Mode geschlechts- und alterslos ist und sich überraschend viele Kunden darauf nach einer gewissen Bedenkezeit einlassen, hat er viele Geschichten zu erzählen. Von der Rentnerin, die abends die Teile kaufte, für die sich morgens ein Hip-Hop-DJ entschieden hatte. Von dem Ehepaar, das jetzt den William-Fan-Partnerlook trägt: identische Teile, verschiedene Größen. Von Mario Eimuth, dem Chef des Online-Shops Stylebop, der nun zum ersten Mal auch geordert hat, vor allem die typische Frühlingsware, denn der Handel denkt noch in Saisons. Oder von dem Personal Shopper einer reichen Mexikanerin, die exzentrischen Schmuck sammelt. Der Mann meldete sich, kam zur Schau und suchte sich im Showroom die größte Kette aus, für 1500 Euro. „Ich dachte, die bliebe für immer mein Briefbeschwerer.“

William Fan denkt nicht in Schubladen. Man sieht es an seinen Stücken, deren Schnitte oft von Uniformen inspiriert sind, mit ein bisschen Gold, ein paar Streifen, viel Dunkelblau. Er probiert alles selbst an, bevor er es über den Laufsteg schickt. Auch die rückenfreien Cocktailkleider, die Mini- und Maxiröcke. „Meine Kleidung hat weibliche und männliche Züge, aber sie ist universell zugänglich. Für mich ist die modische Differenzierung zwischen Mann und Frau nicht mehr zeitgemäß.“

Das war schon als Kind so, wobei er natürlich ein positives Kind war. Auch wenn die Erleuchtung erst später kam – für ihn sei das Glas stets halbvoll und nicht halbleer gewesen. „Schon in Jugendjahren habe ich auch in der Frauenabteilung nach Mode geschaut, wenn es da etwas Tolles gab, das mir passte. Warum nicht?“

Schlaghosen wie sonst nur Frauen trug der Sohn hongkong-chinesischer Einwanderer ohnehin all die Jahre über. „Und die Haare lang, mal rot, mal grün, mal wie Christina Aguilera. Ich war der bunte Vogel in Hannover.“ Die typische Frage damals: Bist Du ein Junge oder ein Mädchen? „Mit meiner Mode möchte ich jetzt auch dieses blöde ‚Bist Du...?‘ streichen.“

Und überhaupt mit seiner Arbeit. William Fan ist nicht nur Modedesigner, er entwirft nun auch Keramik und Schmuck. „Ich träume davon, ein eigenes Designhaus aufzubauen“, sagt er und gießt den letzten Schluck goldenen Fencheltee aus der goldenen Thermoskanne ins ovale Glas. „Dann bekommt man bei mir Brot, einen Schraubenzieher, einen Stift, man bekommt etwas zu essen, man kann William Fan trinken. Es ist rund.“





Philip: hellblaues Streifenhemd von Goetze, Boxershorts von Klaesi Holdener; Carolin: Streifenbluse von William Fan, Midi-Rock von Perret Schaad; Chris: Streifenhemd in Schwarz-Weiß sowie Shorts von Goetze.

# MEMPHIS

Mit Ecken und Kanten,  
mit viel Farbe und Schwarz-Weiß:  
Der Architekt Ettore Sottsass  
gestaltete vor 30 Jahren das  
Esprit-Haus in Düsseldorf.  
Damals erlebte die deutsche  
Mode ihre beste Zeit. Wir sehen  
in den Räumen von gestern  
deutsche Mode von morgen.

*Fotos Bruno Werzinski  
Styling Almut Vogel*



Asymmetrisches Kleid  
in Pink von Lutz  
Huelle, dunkelblaue  
Ballerinas von Ed  
Meier, goldene Kette  
von Margova Jewellery.



Schwarzer Kaschmir-Rollkragenpullover von Iris von Arnim, schwarze Wollhose von René Storck, dunkelblaue Ballerinas von Ed Meier, Taschen in Gelb, Silber und Hellblau von PB 0110, dunkelblaue Gürteltasche und rote Ballon-Bag von Bea Bühler, Pantoffeln mit Keilabsatz von Boss.



Chris: Anzug aus grauem Wollstoff von A Kind of Guise, weißer Kaschmir-Rolli von René Storck, Loafer von Ed Meier, Strümpfe von Falke; Carolin: taillierter Blazer mit betonter Schulterpartie sowie weiße Hose von René Storck, Ohrring von Uncommon Matters, Ballerinas von Ed Meier.



# MEMPHIS



Carolin: Overall von Closed, Ballerinas in zwei verschiedenen Farben von Ed Meier und Ohrringe von Uncommon Matters; Philipp: rosafarbener Anzug mit weit geschnittener Hose von Julian Zigerli.



Philipp und Chris tragen Jogginganzüge mit Logo-Print aus der Kollektion von Esprit und Opening Ceremony. Carolins Kleid ist ebenfalls von Esprit und Opening Ceremony. Schwarze Sneaker von Adidas, weiße Sneaker von Closed, Ballerinas von Ed Meier, Strümpfe in Pink und Orange von Falke, Ohringe von Uncommon Matters.

## Memphis und die Mode

Zwei Bauarbeiter bearbeiten gerade die alten weißen Fliesen. Es ist ein Montagvormittag im Dezember, Eiseskälte und strahlend blauer Himmel. Die alten Fliesen hier am Treppengeländer in einem Hinterhof im Norden von Düsseldorf sind nicht irgendwelche. Sie erzählen eine Geschichte. Die Fliesen sind eng verbunden mit den besten Zeiten der deutschen Mode, so wie der Schauer über diesem Gelände (rot, hellblau, gelb gefliest, dazu dunkelblaue Säulen) oder der imposante schwarz-weiß gefleckte Aufgang zur *bel étage* oder die pastellfarbene Wendeltreppe mit markanten Ecken und weichen Rundungen. In diesem Haus ist der legendäre Memphis-Stil so groß und raumgreifend, wie es auch mal die deutsche Mode zur selben Zeit war, damals in den Achtzigern.

Natürlich war früher alles besser, aber damals war es wirklich gut. Nicht umsonst trägt dieses Memphis-Haus im Norden von Düsseldorf noch immer den Namen Esprit-Haus. Wer nach der Marke googelt, stößt auf den Flagship-Store von heute oder eine riesige Sportarena, die von Esprit gesponsert wird. Die Marke Esprit ist längst woanders als das Esprit-Haus von damals. In seinem Memphis-Stil, mit den bunten und den Schwarz-Weiß-Elementen, ist es somit auch ein Denkmal der Zeit, als Düsseldorf wirklich das Zentrum der deutschen Mode war und die damals noch amerikanische Marke Esprit hier ihre Europa-Zentrale einrichtete.

Es sollte ein „Super Showroom“ werden. Das Haus gab es schon, aber kein geringerer als Ettore Sottsass renovierte Teile davon zwischen 1985 und 1986 für Esprit. Man sieht den Unterschied beim Shooting von deutscher Mode für diese Seiten. Hinter der Kamera ist das Haus ein roter alter Klinkerbau, vor der Kamera rosa und gelb und blau.

Im Jahr 1981 hatte Ettore Sottsass in Mailand die Gruppe Memphis mitbegründet. Die Revolution der Alltags-Ästhetik ließ nicht lange auf sich warten. Plötzlich durfte auch ein Heizkörper Kostüm tragen, eine Eingangstür dekorativ

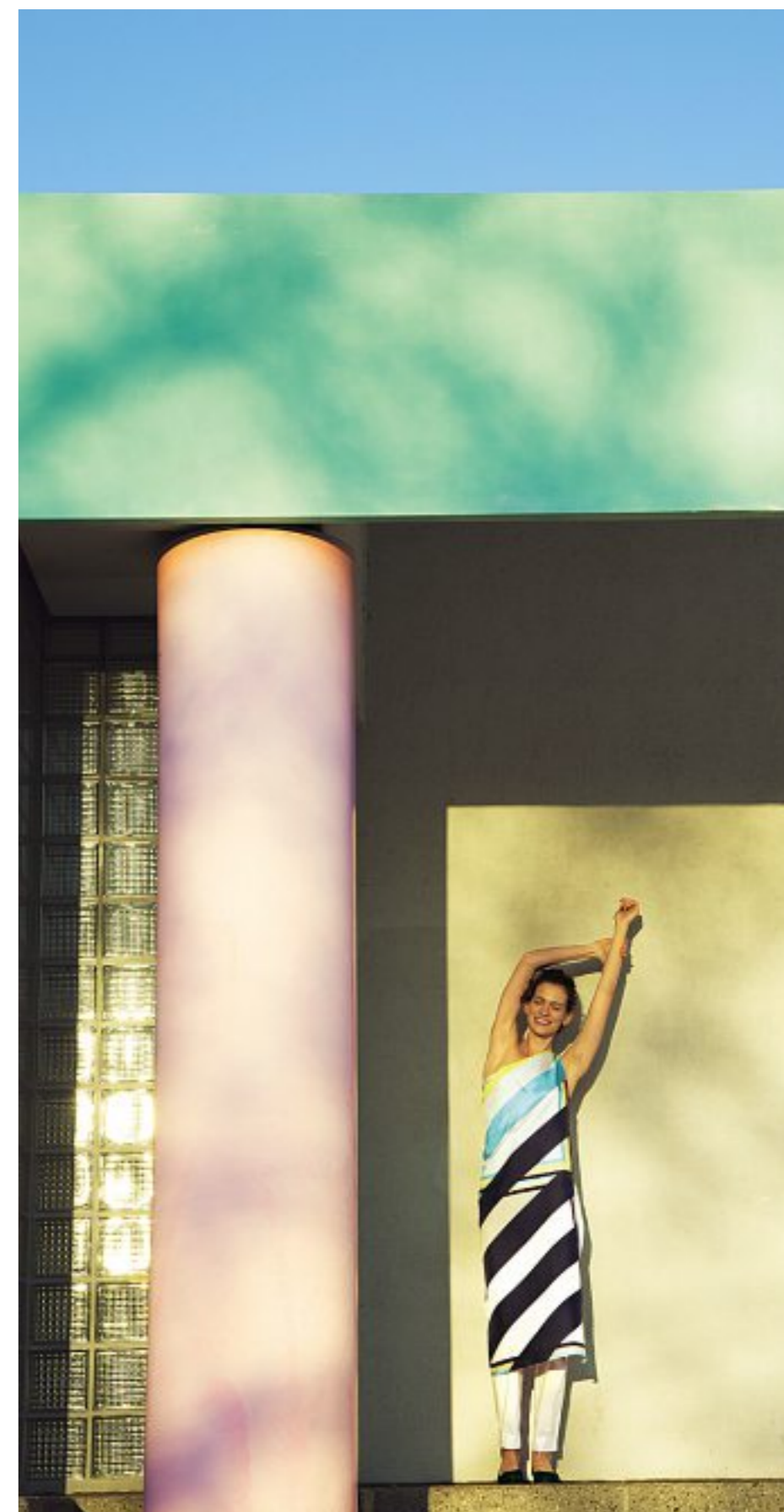
sein und ein Schirmständer für eine Skulptur gehalten werden. Das Esprit-Haus war eines seiner letzten Memphis-Projekte. Im Jahr 1985 verließ der österreichisch-italienische Designer die von ihm einst gegründete Gruppe, am 31. Dezember 2007 starb er im Alter von 90 Jahren in Mailand.

Der Spaß, den die Gruppe ins Design injizierte, wirkte auch in der Mode nach. Die Sweatshirts waren bestenfalls in Regenbogenfarben gehalten, und die Anzeigen der Marken waren mindestens so sehr Lebenshaltung wie Werbung. Man sieht es an den Esprit-Kampagnen: nackte Männer, die Taschen wie Handtücher um die Hüften tragen; der Esprit-Chef, der gemeinsam mit seiner Sekretärin modelt; ein Baby, das in der Handtasche liegt. Ohne Witz gab es damals keine Mode.

Kein Wunder also, dass das Moodboard unseres Shootings auch ein paar dieser Spaßkampagnen-Motive berücksichtigen musste, und dass es gleich drei Models brauchte, unter anderen die Zwillinge Chris und Philipp Rosenthal aus Berlin. Sie beenden gegenseitig die Sätze des anderen, typisch Zwillinge. Und an der Mode, die sie tragen, sieht man: Früher war vielleicht alles besser, aber auch heute ist vieles gut.

Zum Beispiel der weiße Blazer von René Storck mit den so kastigen wie runden Schultern; die butterweichen Kalbsledertaschen von PB 0110; oder der rosafarbene Herrenanzug mit weitem Hemd und weiter Hose von Julian Zigerli, Genderbending in mutiger Form. Diese Mode von heute passt zur Architektur von damals, Beweis genug, dass sie gar nicht schlecht sein kann. Vielleicht ist es also bald mal wieder so weit – für eine der besseren Zeiten der deutschen Mode.

Wenn die Zwillinge Chris und Philipp Rosenthal, der eine in der zwölften, der andere in der 13. Klasse, mit der Schule fertig sind, denken sie jedenfalls daran, ihr eigenes Streetwear-Label zu gründen. Sie wissen, dass so etwas nicht über Nacht erfolgreich sein kann, aber sie klingen unbekümmert genug, dass es vielleicht klapfen könnte. *Jennifer Wiebking*



Kleid von Kostas Murkudis, weiße Hose von René Storck, dunkelgrüne Ballerinas von Ed Meier.

# MEMPHIS

**Fotograf:** Bruno Werzinski  
**Styling:** Almut Vogel  
**Models:** Philipp und Christopher Rosenthal (Tomorrow Is Another Day), Carolin Sünderhauf (Munich Models)  
**Haare & Make-Up:** Arzu Küçük (Phoenix)  
**Foto-Assistenz:** Linda Giezendanner  
**Styling-Assistenz:** Florine Ast  
**Casting:** Gillian Henn

Fotografiert am 5. Dezember 2016 im Esprit-Haus in Düsseldorf.  
 Vielen Dank an Bender Bauträger und Alfred Schäfer.

# ZWISCHEN HIER UND ÜBERALL

Diese vier Labels kommen aus Berlin – und sind trotzdem international erfolgreich. Beobachtungen aus der Nähe

Von Quynh Tran



Michael Sontag  
GEGEN DEN DIGITALEN  
PERSONENKULT

Als Michael Sontag 2009 seine Debüt-Kollektion bei der Berliner Modewoche zeigte, begeisterte er nicht nur die deutsche Modeszene, sondern auch Suzy Menkes, damals noch eine der wichtigsten Modekritikerinnen. „Herausragend“, schrieb Menkes über seine Kollektion, die in ihrer Präzision und ihrem Raffinement ihresgleichen suche. Seine Entwürfe sind anspruchsvoll, die Schnitte und Drapierungen komplex. Sie gehören zu den Design-Objekten mit mehreren Bedeutungsschichten, die Zeit und Aufmerksamkeit brauchen, um sie zu entdecken und wertzuschätzen.

„Zur Zeit gibt es zu viele Leute, die nur Sachen machen, weil sie wissen, dass sie funktionieren, weil sie den Nerv der Zeit treffen“, sagt Sontag. „Ich sehe da keine Suche nach einer eigenen Vision.“ Für ihn ist ein Kleidungsstück nicht einfach nur eine Requisite für den Personenkult des digitalen Zeitalters, sondern ein Objekt, das für sich selbst steht, an dem man sich lange erfreut. „Ich sehe mich als Gestalter“, sagt er. „Für mich ist meine Arbeit etwas sehr Ernstes. Es ist genau das, womit ich mich beschäftigen möchte. Dieses Bewusstsein ist mit in letzter Zeit immer klarer geworden.“

Vielleicht ist es ebendieser Klarheit geschuldet, dass seine Marke nach einigen ruhigen Jahren nun wieder in den Fokus der Aufmerksamkeit rückt. Nach kurzer Pause zeigte er im vergangenen Jahr seine Kollektion wieder im Berliner Mode-Salon, erstmals mit einigen Entwürfen für Männer, die Wolfgang Joop so begeisterten, dass sich der Modeschöpfer gleich den Trenchcoat für Sommer 2017 vorbestellte. Neben Partnerschaften mit Swarovski und Trippen hatte Sontag im vergangenen Jahr zwei weitere Premieren: als einer der Designer, die im Rahmen der Ausstellung „Uli Richter Revisited“ einen Look für das Kunstgewerbemuseum in Berlin kreierten und als Kostümbildner für die Neuinszenierung von Mozarts „Così fan tutte“ an der Deutschen Oper.

Auch kommerziell geht es bergauf. Seit 2015 bedient Michael Sontag Kundinnen in seinem Kreuzberger Laden und in privaten Salons in Deutschland. Und von diesem Jahr an führt der Online-Shop Luisa Via Roma seine Entwürfe.

Ottolinger

## KANYES KOLLEGINNEN

Ottolinger stand auf dem Namensschild der Wohnung neben dem ersten Studio der Schweizer Designerinnen. Der Name gefiel Christa Bösch und Cosima Gadient so gut, dass sie ihr Label nach dem unbekanntesten Nachbarn benannten. Nach Berlin zog es sie kurz nach der Gründung, weil der Freundeskreis aus Musikern und Künstlern vor allem hier wohnte. Ihre erste Kollektion präsentierten sie aber im September 2015 am Institute of Contemporary Arts in London, denn das Ziel war von Anfang an internationale Relevanz.

Mit der Debüt-Kollektion bewarb sich das Duo auch gleich bei VFiles, einer user-gesteuerten digitalen Modeplattform, die von einer ehemaligen Redakteurin des Magazins „V“ gegründet wurde. Die Kollektion aus disruptiven Street-Couture-Kreuzungen, Anzügen voller kunstvoll ausgebrannter Löcher, zerschlissenem Jeansstoff und drapierter Wolle kam bei der Community so gut an, dass sie im Februar 2016 für den VFiles-Runway ausgewählt wurde, der während der New York Fashion Week vielversprechende Jungdesigner präsentiert.

Dort wurde Ottolinger nicht nur von der Plattform Made entdeckt, die in New York zur Modeautorität avanciert ist, sondern auch von Kanye West, der Christa Bösch (im Bild links) und Cosima Gadient als Kreativköpfe für die Damenkollektion seines Labels Yeezy engagierte. Im September gab es für die Designerinnen deshalb ein doppeltes Debüt – mit Yeezy und ihrem ersten eigenen Runway auf der New York Fashion Week. Die Teile von Ottolinger hängen nach gerade mal einem Jahr nicht nur im eigenen Online-Shop, sondern auch in Läden wie Selfridges in London oder in den Galeries Lafayette in Peking.



GmbH

## DAS BESTE AUS DEM EINFACHSTEN

Die Berliner Party-Szene ist mittlerweile einigermaßen berüchtigt. Da ist es verwunderlich, dass erst jetzt eine Modeinitiative aus all den Begegnungen entstanden ist. GmbH, das neue Berliner Club-Kind, sieht sich als Modekollektiv unter der Obhut des Fotografen Benjamin Alexander Huseby und des Modedesigners Serhat Isik. Weil es nach der deutschen Kapitalgesellschaftsform benannt ist, kommt der Name so häufig vor, dass das Label kaum im Internet zu finden ist. Also hier ein kurzer Hinweis: Die Website heißt gmbhofficial.com.

So entrückt von Identität und Personenkult wie der Name ist auch die Kollektion. Sie besteht aus normierten Basics, die von Arbeitskleidung und Uniformen inspiriert sind. Die aber sollen perfekt sein, sagt Isik, der zuvor mit Phi Berlin Schmittmacher für Berliner Labels war und seit verganginem Jahr an der Modeschule AMD unterrichtet. „Wir wollen das Beste aus dem Einfachsten machen“, sagt er. „Statt an Formen zu experimentieren, wollen wir das Essentielle perfektionieren.“ Und das mithilfe von Testern, dem GmbH-Kollektiv, die in der Entwicklungsphase die Entwürfe ausprobieren und modifizieren.

Gegen alle Erwartungen an Cargo-Hosen und sperrige Lederjacken sitzen die Stücke tatsächlich überraschend gut an verschiedenen Körperformen. Noch wird jedes Teil in Berlin mit Reststoffbeständen hergestellt, die von anderen Modefirmen aufgekauft wurden. Und das, obwohl schon die erste Kollektion international geordert wurde. Wie das junge Label das geschafft hat? „Wir haben einfach sieben Shops rausgesucht, die wir haben wollten, und haben sie kontaktiert“, sagt Huseby. „Als wir kurz vor der Pariser Männermodewoche Rückmeldung bekamen, haben wir spontan eine Airbnb-Wohnung gemietet, in der wir nur eine Kleiderstange mit 20 Teilen hatten.“ Der Mut hat sich ausgezahlt, sechs der sieben Shops haben geordert, Mode-Hotspots wie The Store und Voo Store aus Berlin, Opening Ceremony aus New York und Los Angeles, Isetan aus Tokyo und LN-CC in London. Das langfristige Ziel aber ist alles andere als die Norm: „Wir wollen international als vollwertiges Fashion-Label anerkannt werden und zeigen, dass aus Berlin etwas kommen kann, was wirklich international erfolgreich ist“, sagt Isik.

Bless

## PRAKTISCH ABSURD

Als Modelabel kann man Bless gar nicht eingrenzen. Denn die Arbeit der Gründerinnen Ines Kaag und Desiree Heiss sowie ihres Kollektivs bringt Elemente aus Mode, Kunst, Produktdesign, Architektur und sozialer Praxis zusammen. Klar, dass sie mit einem solchen Konzept die Lebenswelten von Menschen hinterfragen.

Die beiden Modedesign-Absolventinnen lernten sich 1993 bei einem Studentenwettbewerb in Paris kennen, begannen zusammenzuarbeiten und gründeten ihr interdisziplinäres Design-Studio vor genau 20 Jahren zwischen Berlin und Paris.

Dass sie so lange durchgehalten haben, macht sie zu einer Institution.

Schon ihre erste Kollektion N°00 zog internationale Aufmerksamkeit auf sich: Martin Margiela zeigte daraus in seiner Präsentation 1997 eine Pelzperücke. So wie diese seltsame Perücke bewegen sich die Objekte von Bless zwischen Funktionalität und Absurdität. Aus einer Bürste wachsen Haare, Besteck ist Schmuck, eine Hängematte aus Pelz. Und sie überdauern Saisons, weil sie jeweils auf zwischen 20 bis 2000 Stück limitiert sind und so lange verkauft werden, bis sie aus sind.

Im vergangenen Jahr wurde ihre Kollektion N°56 Worker's Delight, die sich mit der Büro-Arbeitswelt auseinandersetzt, im Vitra Design Museum gezeigt. Während der Pariser Modewoche im Oktober luden sie ihre Einkäufer einen Tag vor Beginn zu einer Art Schulausflug zur Ausstellung nach Weil am Rhein ein. Um sich weiter mit dem Verhältnis des Menschen zu seinen Ressourcen auseinanderzusetzen, arbeiteten sie in N°57 Daycation mit dem Künstler Marc Brandenburg zusammen, dessen Prints tonale Zeichnungen von Stadtmüll, Plastiktüten von Discountern und Pappschilder von Bettlern zeigen.

Für Gesprächsstoff sorgen Bless gerade auch mit der Ausstellung „Costumes & Wishes for the 21st century“ mit den Künstlern Dominique Gonzalez-Foerster und Manuel Raeder im Berliner Schinkel-Pavillon und der Gruppenausstellung „Touch Deeper“ in der Münchner Halle „Lothringer13“.

Vielleicht ist es gerade dieses Unkonventionelle, das Bless seit vielen Jahren erfolgreich macht. Denn die beiden haben über die Jahre nicht nur mit internationalen Labels wie Weekday oder Longchamp kooperiert, sondern verkaufen Mode in mehr als 50 Läden auf der ganzen Welt, im eigenen Geschäft in Paris und in einer Shop-Wohnung in Berlin.



Frau Kim, wie wird man eigentlich DJ?

Bei mir ist es aus der Not geboren. Ich komme aus der Mixtape-Zeit, als es noch Kassetten gab, noch vor iTunes und Spotify. Nach der Ära der Mixtapes habe ich immer an der einen Liste mit meinen Lieblingsliedern gearbeitet, bin aber nie fertig geworden. Freunde haben sich schon lustig gemacht über mein „never ending project“. Irgendwann habe ich eine Party gemacht, auf der ich die Songs dieser Liste gespielt habe, weil ich sie selbst gerne laut hören wollte. Sie hieß: „Shut Up and Dance“. Dann fragten mich Freunde, ob ich nicht auf ihrer Hochzeit auflegen wolle. Ein anderer Freund ließ mich mit seinen Platten rumprobieren. Daraus hat sich das alles nach und nach entwickelt.

Und der Name „Kim Kong“?

Kim ist mein Nachname, der Rest ein Wortspiel. Als Alternative stand damals noch „Nastassja Kimchi“ im Raum.

Und wie kamen Sie zur Mode?

Als ich in Berlin auf dem Designerflohmärkte auflegte, kam Hien Le auf mich zu. Ich hatte ihn kurz vorher im Fernsehen gesehen, davor kannte ich ihn gar nicht. Der Tag war schon fortgeschritten, und es herrschte diese typisch nette Flohmarkt-Atmosphäre. Hien lief an mir vorbei, kam zurück und meinte: „Ich mag echt gerne, was du auflegst.“ Und ich sagte: „Und mir gefällt, was du entwirfst.“ Drei Wochen später hat er mich gefragt, ob ich die Musik für seine Show machen will.

Wie wählen Sie die Lieder aus?

Das kommt auf den Designer an. Hien zum Beispiel sagt mir, was gerade bei ihm passiert und welche Lieder er oft hört, während er die Kollektion entwickelt. Ich überlege mir dann, was noch dazu passen könnte. Ich versuche, immer auch neuere Songs einzubringen, die noch nicht totespielt sind. Wenn wir dann am Ende beide das Set gut finden, dann passt es auch für die Show.

Worauf müssen Sie besonders achten?

Auf die Länge. Es ist eben ein Mix. Hien sagt mir: Es gibt x Looks, für die wir x Minuten haben. Das muss im Rahmen sein. Die Exposition muss stimmen, und es sollte einen Höhepunkt geben, eine Dramaturgie. Ein Album erzählt ja im besten Fall eine Geschichte, und für den Laufsteg versuche ich das mit der Musik auch.

Was lernt man da so über die Leute?

Jeder Designer hat einen anderen Zugang zur Musik und will etwas anderes. Als ich zum Beispiel mit Malaika Raiss gearbeitet habe, ging es um eine Kollektion mit recht punkiger Attitude. Sie sagte mir, sie habe früher viel Punk gehört. Das hat mich überrascht, und ich fand das sehr cool.

Achten Sie darauf, dass die Models von der Musik auch gut laufen können?

Ja. Musik kann das Laufen einfacher oder schwieriger machen. Ich habe das selbst erfahren: Früher ging ich immer mit Kopfhörern joggen. Das hat mich aber vollkommen aus dem Konzept gebracht. Bei einem langsamen Lied bin ich geschlichen, bei schnellen Liedern bin ich gerannt und war gleich aus der Puste. Da habe ich es gelassen.

Wie halten Sie's persönlich mit der Mode?

Ich habe einen älteren Bruder. Wenn man seine ganze Jugend mit „Stirb langsam“ und „Rambo“ verbringt, fährt man erst mal lieber Skateboard und befasst sich eher mit Sneakern als High Heels. Bis vor ein paar Jahren hatte ich das Credo: Weiß im Sommer, Schwarz im Winter. Mittlerweile trage ich aber auch Farben. Ich befasse mich nicht sehr intensiv mit Mode. Ich finde zwar auch Volants und Rüschen schön, aber mein Stil ist geradlinig und klar, nicht zu mädchenhaft.

# HITS HITS HITS

DJane Susanna Kim über den Sound der Modewoche, Sneaker statt High Heels und die besten Party-Rausschmeißer



Wo sind Sie, wenn die Schau losgeht?

Meist sitze ich im Publikum und beobachte die Zuschauer. Wenn die Leute mit dem Kopf im Rhythmus nicken, ist das cool, besonders beim letzten Lied. Ein Finalsong soll gute Laune machen. Ich will, dass die Leute mit einem guten Gefühl aus der Show gehen.

Ein paar Kurzfragen: Köln oder Düsseldorf? Köln.

Justin Bieber oder Ariana Grande? Justin Bieber.

Playlist oder Mixtape? Mixtape.

Schon mal allein zu Hause „Atemlos“ gehört? Nein, nie.

Waren Sie als Kind auf der Musikschule?

Ich habe im Kindergarten mit musikalischer Frühziehung angefangen. Dann Blockflöte. Danach wollten meine Eltern, dass ich Klavier lerne, weil wir eines hatten. Ich habe mich aber für Querflöte entschieden, mit Orchester und allem. Nur das Vorspielen war schrecklich.

Wie schaffe ich es, dass Sie auf Partys meinen Wunschtitel spielen?

Gar nicht so schwer. Aber erstens: Es bringt nichts, Wünsche aus der Entfernung zu äußern. In der Regel höre ich nichts. Man muss schon hinter das Pult kommen. Der Klassiker: Leute, die dir den Titel auf dem Handy zeigen und dir zunicken. Denen muss man verklammern: Ich kann jetzt nicht. Zweitens: freundlich fragen. Einfach einen Song bestellen, das geht nicht. Drittens: nicht beleidigt sein, wenn der DJ den Titel nicht sofort spielt. Manchmal passt ein Song einfach nicht ins Set. Es gibt viele Leute, die dann vor dem Pult warten. Da denke ich immer: Warum? So verdirbt man sich doch selbst den Abend.

Mit welchem Song hat man alle auf seiner Seite?

„Hypnotize“ von Notorious B.I.G. – kennt jeder, macht gute Laune.

Und was ist der Rausschmeißer?

Wenn ich einen aktuellen Favoriten habe, der zu langsam zum Tanzen ist, dann kommt der dran. Und ab und an „Purple Rain“.

Wie würden Sie Ihren Stil beschreiben?

Meine Devise lautet: Hits, Hits, Hits. Fast egal aus welchem Genre. Bei einer Party sollen die Leute tanzen. Da funktioniert das gut.

Die Reihenfolge der Titel wählen Sie vorher aus?

Ich baue mir ein grobes Gerüst, der Rest ist abhängig von der Tagesstimmung.

Noch Wünsche?

Ich würde gerne mal in Seoul auflegen. Die Partykultur ist dort ganz anders. In Korea trinkt man zum Beispiel erst sein Glas aus und stellt es weg, bevor man auf die Tanzfläche geht.

Die Fragen stellte Florian Siebeck.

Susanna Kim macht den Sound der Modewoche: auf Partys und am Laufsteg. Die Tochter koreanischer Eltern, im Ruhrgebiet aufgewachsen, zog vor drei Jahren nach Berlin. Als Snack hat sie beim Auflegen immer eine Banane dabei. Susanna hat uns zwölf Lieder für die Fashion Week mit auf den Weg gegeben. Hier sind sie zu hören: faz.net/kimkong

**OVOLO**

Der Schreibtisch hat einen abgerundeten Knick. Allerlei Krimskrams lässt sich darin unterbringen. Der Züricher Designer Moritz Schmid hat die Arbeitsfläche seines Vierbeiners (Röthlisberger Kollektion) mit Linoleum überzogen. Das Pult selbst besteht aus Räumereiche, also Eichenholz, das mit Ammoniak begast wird und einen dunkleren Ton annimmt. Die Rückwand ist magnetisch – zum Anheften von Notizen.

**PANTON CHAIR**

Ein Stuhl ohne Hinterbeine – daran arbeitete Verner Panton schon während seines Studiums. Vor einem halben Jahrhundert brachte der Däne dann seinen Freischwinger aus Kunststoff auf den Markt. Sein Entwurf zählt seither zu den bekanntesten Möbelentwürfen überhaupt. Zum Jubiläum bringt Vitra eine limitierte Ausgabe des S-förmigen Stuhls heraus, im sommerlichen Farbton Sunlight.

**PIN**

Der Franzose Marc Venot hat sich von einem Notenblatt zu seiner Garderobe (Schönbuch) inspirieren lassen. Die Haken bestehen aus schwarz lackiertem Holz, das untere Ende aus poliertem Messing. Befestigt sind sie an einem Rahmen aus Metall. Pur und poetisch sollte sein Entwurf sein. Und praktisch: Die Stifte lassen sich herausklappen, so dass Mäntel, Schals und Mützen noch leichter aufgehängt werden können.

**MERA**

Längst sind Sofas nicht mehr nur zum Sitzen gedacht. Sie werden inzwischen auch so gebaut, dass man bequem auf ihnen liegen kann. Der Entwurf von Beck Design (Norbert und Silja Beck) aus Markdorf am Bodensee ist das beste Beispiel für die neue Funktionalität. Die Lehnen von Mera (Rolf Benz) lassen sich ab-, um- und hochklappen, so dass Flächen zum Längs- und Querliegen entstehen.

**MASCHINENLEUCHE**

In Köln wird in diesem Jahr die Leuchtenmarke Midgard wiederbelebt. 1919 vom Ingenieur Curt Fischer im thüringischen Auma gegründet, ist das in der DDR enteignete Unternehmen vor allem für die erste bewegliche „Lenklampe“ bekannt. Die Leuchte aus Bauhauszeiten wird nun in alter Tradition produziert – originalgetreu mit den historischen Werkzeugen.

**LEYA SWING SEAT**

Ein Stuhl mit extrem weicher Polsterung sollte es sein. So entstand Leya, den das Hamburger Designer-Duo Hoffmann Kahleys (Birgit Hoffmann und Christoph Kahleys) für Freifrau entworfen hat. Leya kann auf einem Fuß oder mehreren Beinen stehen, es gibt ihn als Sessel mit oder ohne Armlehnen, als Sofa, Barhocker und nun auch als Schaukelstuhl – allerdings ohne Kufen. Er wird an die Decke gehängt.

**GUARD**

Filigran wirkt der Barschrank von Christian Haas, der auch beides sein soll: Bar und Schrank. Die Türen können komplett aufgeklappt und außen an die Seitenwände angelegt werden. So wird der Schrank zur offenen Bar – mit verspiegelter Rückwand, Böden aus Glas und LED-Beleuchtung. Auch wenn die Arbeit des Münchners (Schönbuch) instabil wirkt, so ist sie dennoch standfest. Der obere Teil aus Holz ruht auf einem massiven Gestell aus Metall.

**GRAND CHELEM**

Das nennt man Quereinsteiger: Der Franzose Didier Gomez war Opernsänger, bevor er 1985 Produktdesigner wurde. Seit mehr als 15 Jahren arbeitet er nun schon regelmäßig für die Familie Roset und ihr Unternehmen Ligne Roset. Seine neueste Arbeit für den traditionsreichen französischen Hersteller ist ein eher klassisches Sofa, bei dem sich aber die Armlehnen bewegen lassen.

**VINTAGE PENDANTS**

Balada & Co. gibt es erst seit zwei Jahren. Hinter dem Leuchtenunternehmen steckt allerdings ein „Solopreneur“: Christian von Petersdorff, Gründer, Inhaber und Designer in einem. Vor einem Jahr präsentierte der Münchner seine Debüt-Kollektion, nun stellt er in Köln seine Vintage-Leuchten vor – aus handgebogenem Vierkantstahl, um die ein Matt-Krepp-Gewebe gespannt wird. Die Stoffe sind abnehmbar und waschbar.

**OKI**

Marmor steht wie kaum ein anderes Material für Härte und Beständigkeit. Das liegt natürlich auch daran, dass der Naturstein ein gehöriges Gewicht auf die Waage bringt. Genau das macht seinen Reiz für die Österreicher Martin Bergmann, Gernot Bohmann und Harald Gründl aus, die sich als Designer-Gemeinschaft Eeos nennen. Bei ihnen erscheint die Platte über dem filigranen Gestell (Walter Knoll) schwerelos.

**S 18**

Der Kreis soll das prägende Element des Beistelltisches von Uli Budde sein. Das Kreismotiv versteht der Berliner Designer als Ode an Bugholzklassiker – damit spielt er auf die runde Sitzfläche des Kaffeetischstuhls von Michael Thonet an. Zugleich versteht die in sich geschlossene Schleife des Untergestells aus Rundstahl auf die Bauhaustypische Linienführung Marcel Breuers, die man als unendlich empfindet.

**ROC**

Wie Arme umschließen die Lehnen jeden, der sich in dem Sessel niederlässt. Schon der Stuhl Roc (das Wort rückwärts gelesen ergibt den Hersteller Cor) von 2015 besitzt eine schützende Schale. Der neue Entwurf von Uwe Fischer will Geborgenheit bieten. Das tut er als Leichtgewicht, um schnelle Ortswechsel im Raum zu ermöglichen. Auf Wunsch gibt es Roc auch als Drehsessel.

# AUF GUT KÖLSCH

In zwei Tagen beginnt die Kölner Möbelmesse. Wir zeigen schon jetzt bemerkenswerte Neuheiten.

Von Peter-Philipp Schmitt

**SAX**

Der Tisch stammt schon aus den Neunzigern. Christoph Böniger hat ihn aber für Classicon überarbeitet und stellt ihn in Köln neu vor. Die Tischhöhe ist stufenlos verstellbar. Dafür sorgt ein Scherengestell, das an Gleitelementen befestigt ist, die sich entlang der Tischkante hin und her bewegen können. Ein kleiner Dreh genügt, und Sax verwandelt sich vom niedrigen Beistelltisch in einen hohen Servierwagen.

**TAMA LIVING**

Das Sofa von Eeos (Walter Knoll) steht auf schmalen Holzkufen, die Polster-elemente scheinen fast auf dem Boden aufzuliegen. Das österreichische Designer-Trio spielt mit klaren Linien und Symmetrien. Geschickt lassen sich Beistelltische und Abstellflächen integrieren, die, passend, ebenfalls mit feinem Sattelleder bezogen sind. So bildet die Gesamtkomposition eine butterweiche Sitzlandschaft.

**FROG**

Mit seinen leicht versetzten Beinen erinnert der Stuhl tatsächlich an einen großmäuligen Frosch, der zum Sprung ansetzt. Ursprünglich stand die Arbeit von Herbert Hirche (1910–2002) in Hörsälen. Nun bringt Richard Lampert den stapelbaren Frog neu heraus. Die Sitzfläche ist geringfügig erhöht, die Rückenlehne weniger geneigt als bei dem Original aus dem Jahr 1958.

**GA STUHL**

Aus eins mach zwei, und aus zwei mach eins: Das war Hans Bellmanns Idee. 1955 wurde die innovative Arbeit des Schweizer, der am Bauhaus in Dessau und Berlin und danach für Mies van der Rohe gearbeitet hatte, erstmals in Serie hergestellt. Produzent war bis 1970 Horgenglarus. Nun legt die älteste Tisch- und Stuhlmanufaktur der Schweiz den „ga stuhl“ mit zwei halben Sitzschalen wieder auf.



FOTOS: HERSTELLER





Ein Mond geht auf: In Todd Brachers Entwurf spendet eine große leuchtende Kugel Licht – über einer Bretterwand und unter einem schwebenden Dach.

# IN THE HAUS

Zum sechsten Mal entwickelt ein Designer für die Kölner Möbelmesse ein Konzept zum Wohnen der Zukunft. Todd Bracher aus New York beschränkt sich aufs Nötigste. Geduscht wird vor der Tür.

Von Peter-Philipp Schmitt



Vor zwei Jahren kam das Haus für die Kölner Möbelmesse aus dem fernen Osten. Neri & Hu, das erfolgreiche Designer-Ehepaar Lyndon Neri, geboren auf den Philippinen, und Rossana Hu aus Taiwan mit Studio in Schanghai (und gemeinsamem Studium in Berkeley), schienen ganz in der Tradition ihrer Wahlheimat gebaut zu haben. Fünf enge Räume mit sehr hohen Decken, als „Wohnkäfige“ bezeichnet, in der Mitte ein kleiner Innenhof. Es war mühsam, sich durch ihr Haus zu bewegen. Über schmale Brücken und auf Zick-Zack-Wegen schoben sich die zahllosen Gäste hindurch. Man fühlte sich wie in den engen Gassen Shanghais. Und doch war es eine Wohnvision für die Zukunft, im Inneren viel wohnlicher, als der Besucher von außen ahnte.

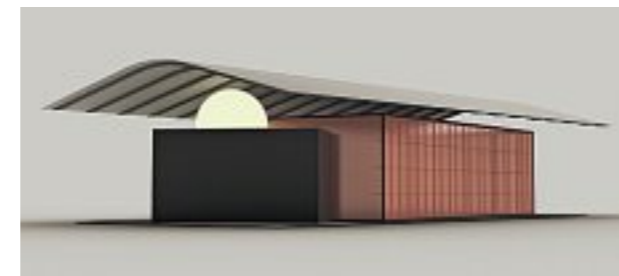
Im vergangenen Jahr kam „das herausragende Design-Event der internationalen Einrichtungsmesse imm cologne“ aus Offenbach. Sebastian Herkner entwarf ein Haus, das fast ohne feste Wände auskam. Der Shooting-Star der Designszene beließ es zwar ebenfalls bei der traditionellen Aufteilung Bad, Küche, Wohnen, Schlafen, und auch bei ihm gab es in der Mitte einen Innenhof, über den alle Räume erreichbar waren. Die Wände aber waren textile Schichten, transparent und fließend, wie bei einer Zwiebel. Seine Gäste konnten einfach durch die geschlitzten Vorhänge hindurchschlüpfen. Nur Schlaf- und Badezimmer hatten feste Wände. Wichtig sei ihm gewesen, das Haus barrierefrei zu machen, sagte Herkner. Das gelang ihm nicht ganz: Am Ende musste er sich allerlei Vorschriften wie dem Brandschutz beugen und zusätzliche Geländer und Absperrungen einbauen. So wurde sein global gedachtes Konzept am Ende doch ein sehr deutsches.

In diesem Jahr kommt das Haus aus dem nicht ganz so fernen Westen. Der New Yorker Todd Bracher wurde ausgewählt, um in der Halle 2.2 eine etwa 200 Quadratmeter große Fläche zu gestalten. Der Zweiundvierzigjährige ist der erste Amerikaner, der in Köln ein Haus bauen darf. Zumindest nach Lesart der Messe, die das Konzept der Kurzzeit-Installation als „Das Haus“ 2012 erstmals ins Programm aufnahm. Zuvor wurden einige Jahre lang „ideal houses“ von jeweils mindestens zwei verschiedenen Designern errichtet, unter anderen auch von dem New Yorker Karim Rashid, dessen Entwurf 2002 der Arbeit von Konstantin Grcic gegenübergestellt wurde.

Todd Bracher aber ist ein ganz anderer Designer als der Pop-Künstler Rashid, der es grell und laut und vor allem flüchtig liebt. Der 14 Jahre jüngere Bracher geht grundsätzlich an seine Arbeit. „Meine Objekte müssen ehrlich und natürlich sein“, sagt er. Ein Tisch ist bei ihm ein Tisch – mit vier Beinen und einer Platte obendrauf. Für ihn ist das typisch amerikanisch, seine Landsleute wüssten Design noch immer nicht recht zu schätzen. „Ein lebens-

großes Pferd mit einem Lampenschirm auf dem Kopf ist sicher eine lustige Idee“, meint Bracher und spielt damit auf den zehn Jahre alten Entwurf der schwedischen Design-Gruppe Front für den niederländischen Hersteller Moooi an. „Doch wenn das dann als die Zukunft des Designs verkauft wird, steige ich aus.“

Für sein Haus für Köln wollte und sollte Bracher eine transatlantische Brücke bauen. So hatte es der Kreativ-Direktor der IMM, Dick Spierenburg, in seiner Aufgabenstellung formuliert. Er erwarte von ihm zudem ein Haus, „das sowohl aktuell als auch zeitlos ist“, sagte der Niederländer, dem die Messe in Köln maßgeblich ihren Aufschwung der vergangenen Jahre zu verdanken hat. Bracher ging darauf ein, zum Beispiel indem er die Idee des offenen Wohnens aufgriff, von dem Amerikaner geradezu besessen sind, wie er meint.



Zunächst zeichnete er ein Haus, wie man sich ein Haus so vorstellt – mit Bretterwänden und einem darüber schwebenden Dach. Der Klecks in der Mitte ist das Licht, eine große Leuchtkugel, die im fertigen Entwurf wie ein voller Mond aussieht. Im Inneren gibt es zwei rechteckige Räume, davor eine Art Terrasse. Alles geht ineinander über. Bracher nennt die drei Bereiche „multifunktionale Zonen“. Sein Haus kleide die menschlichen Grundbedürfnisse – Ernährung und Erholung im Haus. Die Hygiene findet vor der Tür statt. So soll der Mensch beim Duschen zurück zur Natur finden.

Zur „Ernährung“ gehören auch Regale mit Büchern, damit man sein Hirn mit Wissen füttern kann. Ansonsten will Bracher auf Möbel weitgehend verzichten – für eine Möbelmesse recht ungewöhnlich. Denn eigentlich will der Veranstalter mit der Wohnhaus-Simulation vor allem auch einigen seiner Aussteller einen Gefallen tun, deren Möbel normalerweise von dem Designer für die besonders im Fokus stehende Installation ausgewählt wurden. Bracher aber will sich aufs Essentielle beschränken, und Spierenburg steht hinter dem Konzept des Designers. So kommt das Haus mit dem Notwendigsten aus, ein paar Stühlen und einem Tisch zum Beispiel, dazu ein paar Objekten, die Bracher wichtig sind, weil Kollegen und Freunde sie ihm zur Verfügung gestellt haben. Das muss reichen. ◀

FOTOS: KOELNMESE GMBH / LUTZ STERNENTU, TODD BRACHER (R)



vitra.

## Aus Leidenschaft für Design und Gestaltung

Erleben Sie in unserer Ausstellung auf mehr als 2.500 qm die aktuellen Topkollektionen von Urban über Luxus bis hin zum skandinavischen Stil.

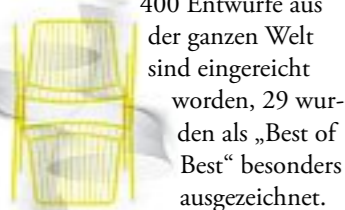
**1** Das **MAKK**, das Museum für Angewandte Kunst (Adresse: An der Rechtschule) beteiligt sich an dem Off-Programm zur Kölner Möbelmesse, seit es die Passagen gibt. In diesem Jahr ist die Werkschau „Full House: Design by Stefan Diez“ zu sehen. Die Ausstellung zeigt Arbeiten des Münchner Designers aus den vergangenen 15 Jahren. Sie ist bis zum 11. Juni geöffnet.



**2** In der **Design Post** (Deutz-Mülheimer Straße 22a) zeigen seit gut einem Jahrzehnt 35 internationale Marken, unter ihnen viele italienische wie Agape, Arper, Magis und Moroso, ihre Neuheiten. Das ganzjährig geöffnete ehemalige Postamt Köln-Deutz, das aus dem Jahr 1913 stammt, ist besonders während der Möbelmesse ein beliebtes Ausflugsziel für alle Designinteressierten.



**3** Im **Kölnischen Kunstverein** (Hahnenstraße 6) präsentiert der Rat für Formgebung die Gewinner der „Iconic Awards 2017: Interior Innovation“ und damit das Trendbarometer der kommenden Saison. Mehr als 400 Entwürfe aus der ganzen Welt sind eingereicht worden, 29 wurden als „Best of Best“ besonders ausgezeichnet.



**4** Das Museum für verwandte Kunst heißt jetzt **Kunst & So** (Genter Straße 6). Zu sehen sind alltagstaugliche und stabile Hocker sowie Regale aus wiederverwertetem Altpapier der Designerin Sandra Böhm sowie Skulpturen und Möbel aus dem filierten Holz alter Skateboards des unter „germanhammerking“ bekannten Künstlerduos Willow und Creamer.



**5** Vor allem Bad- und Küchendesign (Schorn, V-Zug, Dornbracht) ist im Showroom Quirrenbach-Forum im **Rheinauhafen** (Anna-Schneider-Steig 8–10) zu sehen. Dazu gehören auch Outdoor-Küchen vom Garten- und Landschaftsbauer Rheingrün aus Rheinbreitbach. Ein paar Schritte weiter bei „VitrA Bad“ (Agrippinawerft 24) stellt der französische Designer Christophe Pillet seine Projektarbeit vor.



**6** In den **Spichern Höfen** feiert das Küchen-Programm Boffi\_code des italienischen Designers Piero Lissoni Deutschland-Premiere. Im Boffi-Showroom (Spichernstraße 8) wird zudem die aktuelle Möbelkollektion von DePadova präsentiert, darunter die Leuchte Mogura vom japanischen Studio Nendo und der Tisch Sen des aus Okinawa stammenden und in Mailand lebenden Kensaku Oshiro.



**7** Der **Design Parcours Ehrenfeld** findet schon zum elften Mal statt. Mehr als 70 Programmpunkte führt das Passagen-Heft auf, Dutzende Hersteller und Designer lassen sich in den kleinen Geschäften, Showrooms und Werkstätten sowie den großen Hallen wie der Ruffactory oder dem Barthonia Showroom im Kölner Stadtteil Ehrenfeld entdecken. Ein Highlight: die Designers Fair für junge Kreative.

# ES MUSS NICHT IMMER MESSE SEIN

Die Passagen, das Off-Programm zur Möbelschau in Köln, wollen vor allem jungen Designern eine Chance bieten – an mehr als 180 Orten in der ganzen Stadt.

Von *Christine Scharrenbroch*

**S**elbst im Sommer dienen die „Passagen“ manchen zur Orientierung. Eher beiläufig erzählt Sabine Voggenreiter von ihrer kleinen Beobachtung. Doch ein wenig stolz klingt die Organisatorin der stets im Januar stattfindenden Designveranstaltung dabei schon. Es war während der großen Ferien in Köln-Ehrenfeld, wo Voggenreiter auch privat zu Hause ist: Mit dem rot-orangefarbenen Programmheft der zurückliegenden Passagen vor der Nase erkundeten Touristen das Szene-Viertel. Die darin aufgeführten Ausstellungen waren zwar schon Monate her. Dennoch nutzten die Besucher für ihren Stadbummel ganz offensichtlich die Liste mit den Veranstaltungsorten – und suchten nach den Galerien, den Einrichtungsgeschäften, den ausgefallenen Läden.

An vielseitig einsetzbaren Programmheften wird es nicht mangeln, wenn die Passagen 2017 an den Start gehen – wie immer parallel zur Internationalen Möbelmesse IMM, die am Montag beginnt und am Sonntag in acht Tagen endet. Für die erwarteten 150.000 Besucher liegen ausreichend Exemplare bereit. Auf knapp 200 Einzelausstellungen im gesamten Stadtgebiet ist die Schau rund um das Thema Einrichten mittlerweile gewachsen. Mit ihren fünf Mitarbeitern hat die 60 Jahre alte Organisatorin ein Programm auf die Beine gestellt, das aktuelle Designströmungen rund ums Einrichten zeigen will. An dem Parcour beteiligen sich große Möbelhersteller wie Boffi, Kartell oder Giorgetti ebenso wie Designateliers, Galerien, Hochschulen, Museen und Kulturinstitute. Einer der Höhepunkte dürfte die Werkschau des Münchner Designers Stefan Diez im Museum für Angewandte Kunst (MAKK) sein.

Die Anfänge der Passagen liegen weit zurück. In Marburg hatte Sabine Voggenreiter Kunstgeschichte, Philosophie und Literaturwissenschaften studiert, sich viel mit Architektur und vor allem dem Bauhaus-Stil beschäftigt. Dann verschlug es sie nach Köln, wo sie für die Designer- und Architektengruppe Pentagon tätig war. Auch für den englischen Industriedesigner Jasper Morrison und seinen Berliner Kollegen Werner Aisslinger organisierte sie Ausstellungen. Damals habe sie gemerkt, „dass es einen Bedarf an Design gibt“, erzählt Voggenreiter in ihrem Büro im Kölner Gereonsviertel. Ein „Elitethema“ sei es damals gewesen, die Präsenz in den Medien nahezu null. „Ich wollte nicht länger nur Insider ansprechen, sondern ein breiteres Publikum.“ Populärer sollte Design inszeniert werden, mit der Stadt Köln und ihren vielen Akteuren als Bühne.

Mit überschaubaren 15 Veranstaltungsorten gingen die Passagen 1990 erstmals an den Start. Schon damals waren das Möbelhaus Pesch, die Galerie Fiedler und das MAKK mit an Bord. Die Resonanz sei mit etwa 15.000 Besuchern für den Anfang ganz ordentlich gewesen, blickt Voggenreiter zurück. Auch die Kölnmesse zeigte sich zunächst angetan davon, dass es während

der Möbelmesse weitere Anziehungspunkte in der Innenstadt gab. In den Folgejahren legten die Passagen stetig zu, während die IMM unter Bedeutungsverlust und Besucherschwund litt. Ihren Tiefpunkt erreichte die Möbelmesse im Jahr 2009 mit nur noch 100.000 Besuchern.

Irgendwann im Laufe dieser gegenläufigen Entwicklung verschlechterte sich das Verhältnis zwischen den Passagen-Organisatoren und der Kölnmesse. Das Off-Programm wurde plötzlich als eine Konkurrenz empfunden, die Aussteller vom Messegelände weglockte. Doch diese konfliktträchtigen Zeiten sind überstanden, vermutlich auch dank der gelungenen Wiederbelebung der Möbelmesse.

Heute fahren viele Anbieter zweigleisig. Etwa der Teppichdesigner Jan Kath aus Bochum, der auch durch illustre Kunden wie Bill Clinton, Charlene von Monaco und Rupert Murdoch bekannt geworden ist. Seine ausgefallenen großformatigen Teppiche zeigt er sowohl als Teil der Passagen im eigenen Kölner Showroom als auch in der Messehalle 3.2. Andere Designer bevorzugten statt der reinen Produktschau auf der Messe eine Inszenierung ihrer Entwürfe auf den Passagen, meint Voggenreiter. „Manche Möbel kommen erst in rauen Räumen richtig zur Geltung.“ Weshalb auch ehemalige Fabrikhallen für die Präsentationen genutzt werden, etwa das frühere 4711-Gelände in Ehrenfeld.

Bei allem Erfolg der Passagen sind aber auch kritische Töne zu vernehmen. Etwa von Eric Degenhardt, einem anerkannten Möbel- und Industriedesigner aus Köln. Gerade für junge Talente sei die Teilnahme oft zu teuer, meint der Endvierziger. Sabine Voggenreiter hält ihm die Zahl der mehr als 100 teilnehmenden jungen Designer entgegen. Eine Plattform für den Nachwuchs soll beispielsweise das Projekt „Machen/Maken“ bieten, das in Ehrenfeld junge Designer aus den Niederlanden zeigt.

Bei „Naked Objects“ in einer früheren Hinterhofwerkstatt im Belgischen Viertel setzen die Kuratoren Alexandra Klatt und Max Borka auf experimentelles deutsches Design („Nieuwe German Gestaltung“). Vertreten sind etwa das Münsteraner Designstudio Fritz und Franken (flexibles Regalsystem), Meike Langer (bedruckte Spiegel), Martin Mestmacher (vom Bauhaus-Stil inspirierte Leuchten) und das Kölner Studio Neunoy (Couchtische aus Fiberglas). In Ehrenfeld zeigt das Projekt Istanbul‘Dan Kollektionen von deutschen Nachwuchsgestaltern wie Pierre Kracht, Jonathan Radetz oder Michael Konstantin Wolke, die ihre Wohn-Accessoires von Handwerkern in der Türkei herstellen lassen.

Heute sieht Sabine Voggenreiter Design nicht mehr als Thema für „die oberen Zehntausend“. Die Menschen gingen auch freier damit um. Habe früher ein Stil in der häuslichen Einrichtung dominiert, werde heute viel gemischt. Neben Familienerbstücken und Vintage-Möbeln steht auch mal ein teures Designer-Sofa.



**8** **Pesch International Interiors** (Kaiser-Wilhelm-Ring 22), das unter Dieter Pesch einst zu Deutschlands führenden Einrichtungshäusern gehörte, hat Platz für den Designer Jaime Hayon geschaffen. Der Spanier zeigt seine Kollektion, die zum 120. Jubiläum der Wittmann Möbelwerkstätten entstand.



**9** Den Schmuckladen **La Seda** (Brüsseler Straße 100 a) rückt die Kölner Lampenmanufaktur Funzel von Thomas Melssen ins rechte Licht. Gezeigt werden Lichtkonzepte mit Bildröhren ausgedienter Fernseher: Sie sind serienmäßig einsetzbar in Shops, aber auch bei Ausstellungen, in Bars und zu Hause.

**10** In der **SSZ Sued Off-Galerie** (Otto-Fischer-Straße 5) gibt es einen der zur Zeit spannendsten jungen Kölner Künstler zu entdecken: Jan Hoef, Jahrgang 1981, Absolvent der Jan van Eyck Akademie Maastricht und der Kunsthochschule für Medien Köln. Mithilfe von Videos, Skulpturen und Installationen analysiert er die zeitgenössische globalisierte Gesellschaft aus unterschiedlichsten Perspektiven.



**11** Die Designer **Kaschkasch** – dahinter stecken Florian Kallus (links) und Sebastian Schneider – gibt es zwar erst seit fünf Jahren. Doch die beiden gehören schon zu den gefragtesten Gestaltern aus Deutschland. In der Galerie Ruttkowski;68 (Bismarckstraße 70) zeigen sie ihre schönsten Arbeiten.



**13** Die **Köln International School of Design**, kurz KISD (Ubiering 40), wird zu einem temporären Hostel. Designer und Architekten haben mit den Studenten „Minimalräume“ von 2,5 mal 2,5 Metern unter Verwendung einfachster Materialien geschaffen, in denen nun auch geschlafen werden kann.



**14** **Naked Objects** (Maastrichter Straße 45) nennt sich die fünfte Auflage der bekannten Reihe „Nieuwe German Gestaltung“. Auf 400 Quadratmetern und über zwei Stockwerke hinweg wird zeitgenössisches deutsches Design gezeigt. Die Schau wurde von den Direktoren des Berliner Manifests State of Design, Alexandra Klatt und Max Borka, kuratiert.

**15** In den Kölner Stadtteilen Sülz, Zollstock und Klettenberg präsentieren 26 Aussteller, davon drei Hochschulen, neue Entwürfe und Arbeiten an ganz unterschiedlichen Orten vor allem entlang des Gotteswegs. **Design/18/12** findet zum zweiten Mal statt. Mit dabei unter anderem das Institut für Materialdesign an der Kunsthochschule HfG Offenbach, das sich mit Konzepten für Leder und Textil auseinandersetzt. (pps.)

**SPRUCHBAND**

Lange war es üblich, dass Frauen eine Mitgift in die Ehe einbrachten: vor allem Tisch-, Bett- und Küchenwäsche. Zu einer Aussteuer gehörte auch das bestickte Leinen-Spruchband, mit dem man Schlafzimmer, Küche oder den Kleiderschrank schmücken konnte. Die Sprüche klingen heute, man mag das bedauern, veraltet: „Soll der Hausfrau Ruhm sich mehren, darf der Schrank sich nimmer leeren.“ – „Ordnungslieb' und Reinlichkeit spart dir Mühe, Geld und Zeit.“ – „Eine kluge Hausfrau kocht mit Fleiß des Ehegatten Lieblingspeis.“ Oft waren die Sprüche auf mehrere Bänder aufgeteilt, auf denen dann je ein Vers stand. Erstes Band etwa „Wie's einstens hielt mein Mütterlein“, zweites Band dann „Soll's glatt und fein geordnet sein.“ Auf einem Flohmarkt in Berlin fand ich ein einzelnes Spruchband, aus hellem Leinen, darauf mit rotem Garn nur drei Wörter gestickt: „Ach und Weh!“ Es kostete fünf Euro. Meine Recherchen, aus welchem Spruch der Vers stammen könnte, verliefen ergebnislos. Inzwischen glaube ich, er steht für sich. Anlassloses, herrliches Gejammer! Insofern auch sehr feministisch: Die Frau darf schlecht drauf sein, sogar wenn gar kein Ehegatte seine Lieblingspeis' von ihr verlangt. Für nochmal fünf Euro ließ ich meine Initialen hinten draufsticken. Eine Zierde besonders für unaufgeräumte Kleiderschränke.

**STEMPEL**

Wozu braucht man einen Stempel mit den eigenen Initialen? Darüber hatte ich nie nachgedacht, bis ich einen sah. Beziehungsweise den Stempelabdruck. Klein und fallschirmseidenrot prangte er auf einer weißen Pappkarte – Initialen, dazu ein Hasenkopf –, mit einem handgeschriebenen Gruß. Die Karte war Teil einer Postsendung, mit der mich ein historisches Sammlerstück aus dem Umfeld der Deutschen Kakteengesellschaft erreichte. Das wirkte stark auf mich: Hier schrieb jemand, der noch Tinte im Haus hatte! Und der damit nicht professorale Unterschriften hinschnörkelte, sondern sich elegant abkürzte. Das schien mir, um es mit dem Motto der Stadt Bad Homburg zu sagen, die ideale Mischung aus „Champagnerluft und Tradition“. Ich wollte auch so einen Stempel. Fündig wurde ich Monate später in Tokio. In einer Gasse, in der ansonsten nur Elektrohops blinkten, sah ich die kleine Stempel-Schnitzerei. Der Inhaber sprach kein Wort Englisch. Er nickte, als ich meine Initialen und ein unförmiges Katzengesicht auf ein Stück Papier malte. Ich solle verschwinden, bedeutete er mir mit Handzeichen, und skizzierte auf seiner Uhr den Zeitraum von einer Stunde. Dann war der Stempel fertig, für umgerechnet sieben Euro. Dafür war das Katzengesicht sogar um einen kleinen Körper ergänzt: Geschenk des Hauses!



# Dann hab' ich was Eigenes

Design? Schön und gut.  
Aber nichts geht über Einzelstücke:  
customized und personalisiert.

Von Friederike Haupt

**ARMBAND**

Schon in der Schule lernen Mädchen, wie wichtig personalisierte Armbänder sind. Zum Beispiel geknüpft Freundschaftsbändchen, wie sie einst Wolfgang Petry trug. Seine Bänder waren ihm von Fans verehrt worden; der filzige Klumpen am Arm des Bardens stand wohl für dessen Volksnähe. Als Schülerin muss man auf Freundinnen zurückgreifen. Man bekommt und verschenkt selbstgemachte Bändchen, Prinzip Affe laust Affe. Alle sind glücklich, nur wer keine Bändchen bekommt, ist allein. Wenn die Mädchen erwachsen werden, lernen sie, dass sie nun Armbänder aus Silber oder Gold tragen sollen, an denen sich Anhänger befestigen

lassen. Die würden einem im besten Falle vom Manne geschenkt, notfalls von Freundinnen, allernotfalls von sich selbst: Herzchen, Hündchen, Handgranaten, was halt zu einem passt. Jeder Juwelier führt derlei. Da ist allerdings ein gebogenes Stück Draht persönlicher. Besonders schön biegt ein Drahtbieger in San Francisco, jedes Wort für acht Dollar. Vor einem Jahr stand er mit Bauchladen vor dem Ferry Building. Ab und zu kam ein Mann und buchstabierte den Namen seiner Freundin. Ich ließ „ultramega“ biegen, weil ich das Wort kurz zuvor benutzt hatte für etwas, das extrem gut war. Der Drahtbieger bog es gern.

**NOTIZBUCH**

Wenn man sich bei Regen in einen Laden flüchtet, muss man auch was kaufen. So gebietet es, finde ich, der Anstand. Man kann natürlich so tun, als schaute man sich bloß um. Aber jeder Verkäufer bemerkt den Schwindel. In Port Louis auf Mauritius floh ich einmal in ein Geschäft, das nur Ballen von Seide und gemusterte Baumwollen führte. Das schien mir sofort denkbar ungünstig, denn weder nahe ich, noch kenne ich Leute, die nähen. Dennoch musste nun Stoff gekauft werden. Na gut. Der Inhaber, ein indischstämmiger Greis mit Vollbart, ließ mich rosafarbene Seide befühlen. Er merkte an, diese Art von Stoffen sei ideal für Hochzeitskleider, und sah mich dabei eindringlich an. Ich wusste die Zeichen nicht zu deuten und zupfte an einem grauen Tuch. Der Greis zog ungerührt weitere rosafarbene Ballen aus hohen Stapeln. Um die Sache zu einem guten Ende zu bringen, deutete ich in Richtung der anderen Ladenseite ins Ungefähre: den einen Stoff da, bitte! Ich wusste gar nicht, welchen. Der Mann entrollte einen Stoff, der seltsam flimmerte, ein bisschen wie früher Fernsehschnee. Ich nahm ein Stück für umgerechnet drei Euro. Darin ließ ich bei einem Frankfurter Buchbinder zwei große Notizbücher einbinden, das kostete zehn Euro pro Stück. Ein rosa Hochzeitskleid wäre teurer gewesen. Vielleicht nächstes Mal.



BY APPOINTMENT TO THE ROYAL DANISH COURT

LINDBERGO



# Yolo



Gestreiftes Strickoberteil aus Wolle von Sonia Rykiel.



Kleid aus Seide mit Streifen aus Leder von Céline.

Jasmin Gerat ist wieder da. Das passt. Denn in der Mode sind die Frauen gerade so stark wie im Film. Bei unserem Shooting auf der griechischen Insel Hydra trägt die Schauspielerinnen all die alten Marken, die neuerdings von Frauen für Frauen erdacht sind.

*Fotos Lottermann and Fuentes  
Styling Markus Ebner*



Bar-Blazer aus Wolle von Christian Dior, gestreifte Shorts von Lanvin.



Plissiertes Maxikleid aus Seide von Chloé.



Langes Oberteil von Lanvin, „Chaîne d'ancré punk“-Ohrhring aus Silber von Hermès.



Oberteil aus Leder mit Lasercuts sowie Shorts aus Leder von Hermès, Sandalen mit Plateausohle von Sonia Rykiel, „Chaîne d'ancré punk“-Kette aus Silber von Hermès.



Bomberjacke aus Seide mit floralem Muster und gestreiften Shorts von Lanvin.



Bedruckter Badeanzug von Hermès, A-Linienrock aus Tüll von Christian Dior.



A-Linienrock aus Tüll von Christian Dior, hier als Schleier getragen.

# Von Frauen für Frauen

Im Film und in der Mode haben Männer das Sagen. Aber die Zeiten ändern sich langsam.

Schauspielerinnen und Modedesignerinnen haben mindestens eine große Gemeinsamkeit. Es ist ein offenes Geheimnis, dass beide auch im Jahr 2017 im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen auf höchst ungerechte Weise benachteiligt werden. Sie verdienen im Durchschnitt weniger, aber in ihren Rollen sind sie nicht weniger wichtig. In der Mode bekleidet den Posten des Kreativ-Direktors am großen Traditionshaus im Zweifel ein Mann, obwohl der Löwenanteil noch immer mit Damenmode gemacht wird, die also von Frauen gekauft und getragen werden soll. Entworfen aber hat sie mit großer Wahrscheinlichkeit jemand, der kaum Erfahrung darin hat, wie es sich in Stunde acht auf High Heels läuft oder warum ein lockeres Midikleid aus grauem Filz so unschön wirkt wie eine feuerrote kurze Hervé-Leger-Wurstpelle. Beide können ähnlich undankbar sein. Ein Anzug ist hingegen immer noch ein Anzug, selbst wenn er sich Smoking nennt.

Schauspielerinnen und Designerinnen haben aber noch eine Gemeinsamkeit, so ungerecht wie die Sache auch ist: Ein bisschen was ändert sich nämlich gerade doch. Eine neue Generation Schauspielerinnen geht zum Beispiel mit feministischen Fragen so selbstverständlich um, dass Hollywood darüber nun zumindest eine Debatte führt. Stichwort *pay gap*. Jennifer Lawrence, Rooney Mara, Amanda Seyfried, Sienna Miller – sie alle haben öffentlich beklagt, weniger Gage zu bekommen als ihre männlichen Kollegen, mal sind es 50 Prozent davon, manchmal 60. Auch Robin Wright verdiente für ihre Rolle als Claire Underwood in „House of Cards“ zunächst weniger als Kevin Spacey, die andere Hälfte des Powerpaars in der Serie. Als Wright auch noch herausfand, dass ihre Rolle zuweilen bei den Zuschauern beliebter ist als die Rolle Spaceys, drohte sie, damit an die Öffentlichkeit zu gehen. Netflix lenkte dann recht schnell ein.

Wenn die Gehaltslücke zwischen Männern und Frauen ohnehin besteht, wie auch hierzulande mit rund 22 Prozent, warum sollten die Dinge dann für Schauspieler anders sein? „Es ist an der Zeit für Lohn-gerechtigkeit, ein für alle mal“, sagte Patricia Arquette, als sie vor zwei Jahren den Oscar für ihre Rolle in „Boyhood“ entgegennahm. Insofern könnte Hollywood auch ein schönes Vorbild für den Rest der Welt sein. Oder eben die Mode, denn auch da ändert sich gerade etwas.

Leider ist der *claim*, dass jetzt die Frauen die Mode bestimmen, längst Klischee, als wäre es tatsächlich eine Überraschung, dass auch Frauen einen Businessplan schreiben oder überhaupt einen Plan haben können. Entscheidend ist, dass man sie jetzt, zumindest manchmal, machen lässt, dass sich also die Geschäftsführer – halt Männer – auch mal für eine Frau an der kreativen Spitze entscheiden.

Man sieht es auf den Bildern, die bei unserem Mode-Shoot mit der Schauspie-

lerin Jasmin Gerat entstanden sind. Die Marken heißen Christian Dior, Lanvin, Hermès, Chloé, Céline, Sonia Rykiel. Bei den meisten davon regierten lange die Männer. Bei Céline und Chloé richten es seit mehr als einem halben Jahrzehnt die Frauen, nämlich Phoebe Philo und Clare Waight Keller. Die Spitzen aller anderen Häuser, deren Stücke wir zeigen, sind seitdem ebenfalls neu besetzt worden, immer mit Frauen. Ihre Kleider sind so flexibel wie die Designerinnen es selbst sein müssen. Jasmin Gerat passt das ganz gut. „Die Plateausandalen von Sonia Rykiel hätte ich gerne heimlich mitgenommen.“ Aber auch in den anderen Stücken kann sie sich richtig bewegen, also mit einem plissierten Maxikleid durch die Kakteenlandschaft laufen, über Steine, im lockeren Lederkostüm über Bänke klettern oder in Seidenblouson und Shorts auf der Erde liegen.

Die Shorts sind übrigens von Lanvin, neuerdings nicht mehr unter der Leitung von Alber Elbaz, sondern von Bouchra Jarrar, die ihren Teil dazu beiträgt, dass auch die alten Pariser Häuser gerade weiblicher werden – und somit persönlicher, von Kreativ-Direktorin zu Kundin. „Es war keine große Mühe, die Verbindung zu der Lanvin-Frau zu finden“, sagte Bouchra Jarrar nach ihrem Debüt Ende September. Die perfekt unperfekte Pariser Uniform, die jetzt auch Lanvin gut steht, trägt sie ja selbst. So wie sich auch Maria Grazia Chiuri nicht nur in gesteppte Korsagen mit athletischen Riemen eindenken kann, sondern aus eigener Erfahrung weiß, warum es sich dabei um Rüstzeug von morgen handelt. Es war das *pièce de résistance* ihrer ersten Kollektion für Dior, die schon deshalb historische Bedeutung hat, weil es die erste ist, die von einer Frau entworfen wurde. „Es war mir wichtig, nicht nur an Monsieur Dior zu erinnern, sondern auch an alle anderen Designer in der Dior-Geschichte“, sagte Chiuri nach der Schau in Bezug auf ihre Fechtanzüge, die hauchdünnen Abendkleider, deren Motive anmuten, als wären sie auf die Haut tätowiert, die Taschen, deren Riemen man so über dem Handrücken trägt, dass der „J'adior“-Besatz – ein lustiges Wortspiel – anmutet wie dicke Ringe. Von denen hat Maria Grazia Chiuri selbst einige in ihrer Sammlung. Am Tag der Schau, die beweist, dass die Zeiten eben doch nicht mehr so höchst ungerecht sind, wie sie mal waren, trägt sie dazu eine Kette – mit Superwoman-Logo. *Jennifer Wiebking*

**Fotografie:** Lottermann and Fuentes  
**Styling:** Markus Ebner  
**Talent:** Jasmin Gerat  
**Haare und Make-up:** Janina Zais (Nina Klein Agency)  
**Mode-Koordination:** Evelyn Tye, Emanuela Potorti  
**Postproduction:** Harvest Digital Agriculture  
 Fotografiert am 20. Oktober 2016 auf Hydra.

Vom 26. Januar an ist Jasmin Gerat in „Wendy – Der Film“ im Kino zu sehen.



www.knirps.com

## SPRING SUMMER 2017

Entdecken Sie die neue Kollektion von Knirps. Ausgewählte Modelle bieten Ihnen 95% UV Schutz.





Aus einer anderen Zeit: Die Genever-Destillerie Rutte in Dordrecht bei Rotterdam arbeitet nach Methoden, die so alt sind wie ihre Arbeitsmittel.

Myriam Hendrickx steht im Keller und schnuppert. Vor ihr stehen zwei Backbleche mit gerösteten Nüssen, neben ihr Ad Vermeij, ihr Brennmeister. Die Nüsse verströmen ein unvergleichlich intensives Aroma. Die Frau mit den blonden Haaren und den markanten Zügen zieht den Duft langsam und voller Genuss durch die Nase ein. Ja, genau so müssen die Hasel- und Walnüsse riechen, bevor sie dem „Old Simon“ seine besondere Note geben können, diese weiche, komplexe Nussigkeit.

Während Myriam Hendrickx zufrieden zurück in ihr Büro im Erdgeschoss des alten Hauses geht, macht sich Ad Vermeij in dem verwinkelten Untergeschoss mit den zahllosen Steinkrügen, Fässern und Regalen voller Essenzen und Gewürzen wieder an die Arbeit. Für das Flaggsschiff des Hauses müssen noch mehr als ein Dutzend weiterer Zutaten vorbereitet werden. Und längst blubbert es schon in den Brennblasen.

Ohne Myriam Hendrickx wäre die einstige Familienbrennerei Rutte & ZN vielleicht schon gar nicht mehr da. Oder zumindest nicht dort, wo die im Jahr 1872 im niederländischen Dordrecht gegründete Genever-Manufaktur heute steht, als einer der traditionsreichsten und zugleich innovativsten Hersteller des Wacholderbrands.

Die studierte Lebensmitteltechnikerin, die nach Jahren als Salsa-Tänzerin und -Lehrerin auf Kuba in ihre Heimat zurückkehrte und 2003 die Nachfolge des letzten Rutte-Erben als Master-Destilliererin antrat, hat die kleine Brennerei in der internationalen Barszene bekannt gemacht. Und sich auch nicht durch den Verkauf des Hauses an den großen Konkurrenten De Kuyper im Jahr 2011 beirren lassen. Der Konzern lässt die Firma Rutte unter seinem Dach gedeihen – und Myriam Hendrickx und Ad Vermeij im Keller des alten Hauses am Marktplatz von Dordrecht an ihren Destillaten herumtüteln.

Als Ursprung aller Wacholderbrände und Urvater des Gins hat der Genever eine lange Geschichte. Entstanden ist er wahrscheinlich schon im 15. Jahrhundert. Die erste Brennerei wurde 1575 am Stadtrand von Amsterdam von Lucas Bols in Betrieb genommen. Schon bald florierete aber auch in anderen Hafenstädten wie Rotterdam und Dordrecht in der Nähe des heutigen Schiedam die Schnaps-Produktion.

Die Destillateure brannten den Alkohol aus Getreide und Malz und aromatisierten ihn mit Wacholder und exotischen Gewürzen, die von den Handelsschiffen aus „Ost-Indien“ mitgebracht wurden. Daher erhält der Genever seinen signifikanten Geschmack noch heute nicht nur durch die Wacholderbeere, sondern auch durch Kümmel, Anis oder Koriander.

## WO DER GENEVER BRENNT

Noch immer trinkt alle Welt Gin. Dabei gibt es einen Wacholderbrand, der älter, vielseitiger und aufregender ist als das Trendgetränk der vergangenen Jahre: Genever.

Von Peter Badenhop



Bei der Arbeit: Myriam Hendrickx sucht nach richtigen Noten.

Seinen Siegeszug trat der Genever im Dreißigjährigen Krieg zwischen 1618 und 1648 an, als Soldaten aus den Niederlanden den Wacholderschnaps mit auf die Schlachtfelder nahmen. Aus dieser Zeit stammt der Begriff vom „dutch courage“, dem holländischen Mut, der schon bald seinen Weg auch nach England fand. Dort wurde der Genever als „Tschineiver“ und bald nur noch als „Gin“ bezeichnet und etablierte sich endgültig mit der Thronbesteigung von Wilhelm III. von Oranien als Stimmungsaufheller vor allem für die unteren Schichten. Um ihn entwickelte sich zeitweise eine „liquid madness“, der die Regierung Mitte des 18. Jahrhunderts nur mit strengen Gesetzen zu Produktion und Verkauf Herr werden konnte. Später wurde der Gin zusammen mit Tonic zum Symbol des Empires und schließlich Ende des 19. Jahrhunderts zum Wegbereiter der amerikanischen Bar-Kultur.

Von Genever sprach da schon lange niemand mehr. Doch in seiner Heimat, in den Niederlanden und in Belgien, ist er eigentlich nie richtig aus der Mode gekommen. Vom Graanjenever über den Corenwijn bis zum Citroenjenever und Bessenjenever hat der traditionsreiche Schnaps in unseren Nachbarländern immer seine Freunde gehabt. Und so gesehen steht Myriam Hendrickx heute für eine Renaissance, die im Grunde gar keine ist.

Allerdings hat sie mit der Wiederbelebung des vollmundig-aromatischen, ungewöhnlich weichen und nach dem Rutte-Gründer benannten „Old Simon“ die Rückbesinnung auf die klassische Variante, den Oude Genever, mit initiiert. Längst setzen nicht mehr nur kleine Brennereien wie Rutte auf solche handwerklich hergestellten Brände, sondern immer mehr auch die großen Genever-Häuser wie Bokma, Bols, Wencker, Hooghoudt, Nolet und eben De Kuyper.

So sind Fachleute wie Jörg Meyer auf Rutte und auf den Genever aufmerksam geworden. Dem Hamburger Barkeeper, der es mit seiner „Bar Lion“ zu internationaler Berühmtheit gebracht hat, geht der aktuelle Gin-Hype schon länger auf die Nerven. Er wünscht sich mehr Offenheit für Alternativen und schwärmt deshalb von komplexen Genevern. In seiner Bar gibt es zum Beispiel den Savelberg-Cocktail. Benannt nach einem niederländischen Journalisten, ist dieser Drink eine Variante des klassischen Journalist-Cocktails. Bei Jörg Meyer wird er mit rotem und trockenem weißen Wermut sowie Genever statt Gin gemixt.

Auch für den Berliner Bartender und Barcoach Steffen Zimmermann ist Genever angesichts der wachsenden Beliebtheit von alten Cocktail-Rezepten und Vintage-Spirituosen ein idealer Ersatz für Gin. „Viele der heute bekannten Gin-Klassiker wurden ursprünglich mit einem

Genever erfunden“, sagt er. Im Übrigen seien die niederländischen Wacholderbrände mindestens ebenso vielseitig. „Da es nicht so klare Vorgaben wie bei anderen Spirituosen gibt, haben die Genever-Produzenten in der Gestaltung und Zutatenwahl bei ihren Bränden viele Möglichkeiten, und das macht es so interessant.“

Die Genever-Vielfalt in den Niederlanden und Belgien ist tatsächlich enorm. Manche Produkte ähneln dem deutschen Korn (oder besser den Wacholderbränden wie Steinhäger), andere Genever sind eher als Liköre anzusehen, die mit fruchtigen Aromengebern wie Holunder- und Johannisbeeren, Apfel oder Zitrone ein ganz anderes Publikum ansprechen. De Kuyper hat in den siebziger Jahren auch in Deutschland eine gewisse Bekanntheit mit seinen fruchtigen Genever-Likören erlangt und Rudi Carrell mit der Zeile „De Kuyper schmeckt gut – man, der schmeckt echt lekker“ sogar im Fernsehen Reklame für den süßen Schluck aus dem Nachbarland machen lassen. Doch diese Zeiten sind lange vorbei. Rudi Carrell ist tot, und der Geschmack der Deutschen hat sich verändert.

Bei den klaren Genevern unterscheidet man grundsätzlich zwischen zwei Arten: *oude* und *jonge*, also alten und jungen. Wobei das keine Frage des Alters, sondern des Stils ist. Der Jonge Genever enthält mehr Getreide anstelle von Malz und schmeckt deshalb neutraler und nur leicht nach Wacholder und Malz. Oude Genever dagegen hat ein intensives Malz-Aroma und oft holzige und rauchige Noten, außerdem darf er deutlich mehr Zucker enthalten und schmeckt darum meist weicher und runder.

Eine dritte Variante, der Corenwijn, ist im Grunde kein richtiger Genever, aber sehr ähnlich. Er wird überwiegend aus Malz destilliert und reift meist für ein paar Jahre in Eichenfässern.

Myriam Hendrickx setzt mit ihrem „Old Simon“ auf die Oude-Tradition. Aber sie tüfelt auch ständig an weiteren Rezepturen und hat zum Beispiel mit ihrem mit Algen aromatisierten Zeeuwiert Genever einen idealen Begleiter für Sushi kreiert. Mehr als 80 Produkte, darunter auch Jonge Genever, Liköre und sage und schreibe 30 verschiedene Corenwijns, werden in dem kleinen Geschäft im Erdgeschoss des Rutte-Hauses verkauft, das eher wie eine alte Apotheke denn wie ein Schnapsladen wirkt.

Und dann ist da ja auch noch der Gin, den die umtriebige Master-Destillierin inzwischen auch macht: ein klassischer Dry Gin mit einer leichten Zitrusnote und der außergewöhnliche Celery Gin mit seiner feinen Sellerie-Aromatik. Auch er ist bei innovativen Barkeepern inzwischen angesagt. Jörg Meyer mixt mit ihm zum Beispiel eine Variante seines berühmten Basil Smash – es muss ja nicht immer Genever sein.

## Genever-Cocktails vom Fachmann

Der Berliner Bartender und Barcoach Steffen Zimmermann schwört auf den Old Simon Genever von Rutte. Auf dessen Basis hat er für uns drei sehr unterschiedliche Drinks gemixt.

### Old Simon's Martineze

Dieser Martini-Vorläufer wird in seiner ursprünglichen Form nicht mit Gin, sondern mit Genever gemixt. Zimmermann gibt ihm mit Orange-Bitter statt Angostura-Bitter einen fruchtigen Twist. Er wird in einem großen Glas auf Eis gerührt und dann in ein Cocktailglas abgeseiht.

6 cl Rutte Old Simon Genever  
3 cl Antica Formula  
0,5 cl Maraschino-Kirschkör  
2 Spritzer Orange-Bitter



### Simon's Espresso Martini

Dieser Drink ist eine von zahlreichen Cocktail-Varianten mit Kaffee-Geschmack. Statt mit Wodka und dem Kaffee-Likör Kahlua mixt Zimmermann ihn nur mit Old Simon Genever, Espresso und Zuckersirup. Die Zutaten werden auf Eis geschüttelt und dann in ein Cocktailglas abgeseiht.

6 cl Rutte Old Simon Genever  
1 Espresso  
1 cl Zuckersirup



### Dutch Lemonade

Viele Spirituosen werden mit Eis und Soda zu einem erfrischenden Drink. Diese Limonade bekommt durch die Zitrone Frische, den Sirup Süße und den Orange-Bitter Fruchtaroma. Er wird in einem großen Glas über Eis vorsichtig gerührt.

6 cl Rutte Old Simon Genever  
3 cl Frischer Zitronensaft  
2 cl Zuckersirup  
2 Spritzer Orange Bitter  
6 cl Soda Wasser



CALM

DESIGN BY  
SEBASTIAN HERKNER

WWW.SCHRAMM.AG



SCHRAMM

Wir stellen aus:  
IMM Cologne, 16.01. - 22.01.2017  
Halle 11.3, Stand T.041/T.051



# „Ich war ein frühreifes Kind“

Die amerikanische Schauspielerin Emma Stone über ihre jungen Jahre in Hollywood, ihre Arbeit als Hundebäckerin, ihre tiefe Stimme und das Musical „La La Land“

*Frau Stone, Sie spielen in „La La Land“ eine junge Frau, die in Los Angeles ihren Traum leben will: eine Karriere als Schauspielerin. Sie hatten denselben Traum und sind ihn etwas pragmatischer angegangen, richtig?*  
Ich kann Ihnen sogar genau sagen, wann dieser Plan begann. Die Idee, nach Los Angeles zu ziehen, hatte ich im Oktober 2003. Und im Januar 2004 kam ich hier an.

*Wie alt waren Sie da?*  
15 Jahre alt.

*Wie haben Ihre Eltern reagiert?*  
Mein Vater war enthusiastisch: Das musst du machen! Er ist selbstständig und kann sich dafür begeistern, wenn jemand seinen eigenen Weg geht. Meine Mutter war skeptischer und meinte, wir sollten über all die Konsequenzen nachdenken. Wir haben uns darauf geeinigt, dass ich erst mal einen Agenten haben muss.

*Den Sie sich selbst gesucht haben.*  
Ja. Ich habe mich an einen Schauspiellehrer bei uns in Arizona gewendet, und der hat mir einen Agenten vermittelt. Dann bin ich zu Hause ausgezogen.

*Ganz schön mutig.*  
Ehrlich gesagt dachte ich, dass ich erst mal ein paar Monate in Los Angeles bleibe, um zu sehen, wie es läuft.

Das war die Abmachung mit meinen Eltern. Aber dann habe ich sie gefragt, ob ich länger bleiben kann. Und irgendwann bekam ich die ersten richtigen Rollen. Da war ich 17. Ich hatte also nicht über Nacht den großen Erfolg.

*Mit welchem Argument haben Sie Ihre Eltern überzeugt?*  
Dass es meine Bestimmung ist. Es klingt etwas irre. Aber eigentlich hat sich dieses Gefühl bis heute nicht verändert. Ich liebe diesen Beruf über alles. Obwohl es manchmal Phasen der Verzweiflung gibt, in denen ich mit mir hadere und denke: Du bist eine schlechte Schauspielerin!

*Würden Sie Ihre Strategie weiterempfehlen?*  
Auf keinen Fall! Für mich hat es funktioniert, aber ich möchte jetzt nicht junge Menschen ermutigen, einfach nach Los Angeles zu ziehen, um hier ihr Glück in der Unterhaltungsindustrie zu suchen.

*In „La La Land“ gibt es immer wieder Szenen, in denen Sie als Mia zu Castings gehen und die Rolle nicht bekommen. Das ist am Anfang die Regel. Das habe ich auch so erlebt.*

*Als Jugendliche waren Sie mitten in der Pubertät – das ist obnehin eine ambivalente Zeit der Identitätsfindung. Genau. Und es ist seltsam, als Teenager diese Beurteilungen über sich ergehen zu lassen. Oft habe ich die auch in schriftlicher Form bekommen. Da geht es immer darum,*

Emily Jean („Emma“) Stone, geboren am 6. November 1988 in Scottsdale (Arizona), wurde durch ihre Rollen in Filmen wie „Zombieland“ (2009), „Einfach zu haben“ (2010) und „Birdman“ (2014) bekannt. Im Filmmusical „La La Land“, seit Donnerstag in deutschen Kinos zu sehen, spielt sie an der Seite von Ryan Gosling (Foto rechts) eine aufstrebende Darstellerin.

wie du aussiehst, wie sich deine Stimme anhört, was du an dir ändern sollst. Glücklicherweise habe ich außer meiner Haarfarbe nie etwas an mir geändert. Später wird es aber auch nicht besser mit der Unsicherheit. Wenn du unbekannt bist, machst du deine Fehler noch unbeobachtet. Wenn du einen Namen hast, sieht dir jeder dabei zu. Man kann die Fehler auf der großen Leinwand sehen.

*Woher haben Sie zu Beginn die Energie genommen, sich weiter zu bewerben und nicht frustriert aufzugeben?*  
Man muss einstecken können und einfach weitermachen. Ich habe irgendwann die Haltung entwickelt, es nicht persönlich zu nehmen. Die richtige Schauspielerin für eine Rolle zu finden hängt von einer Million Faktoren ab, die alle zusammenpassen müssen. Aber am Anfang war es schon hart für mich. Manchmal hatte ich in der Woche sechs Vorsprechen und wurde sechs Mal abgelehnt. Ich glaube, ich habe nicht aufgegeben, weil meine Eltern mich unterstützt haben. Und gleichzeitig brannte immer dieses Feuer in mir. Ich dachte, eines Tages werde ich auf diese Zeit zurückblicken, dann ergibt alles einen Sinn.

*„La La Land“ ist eine Hommage an Los Angeles und das klassische Hollywood. Wie haben Sie es damals erlebt, in dieser legendären Stadt anzukommen?*  
Meine Mutter hat mich begleitet. Zuerst hat mir diese Stadt nur Angst gemacht. Ich komme aus einem kleinen Vorort in Arizona. Die einzige größere Stadt, in der ich zuvor ein paar Tage verbracht hatte, war New York. Dort fühlte ich mich sofort zu Hause, ich sah mir die Musicals am Broadway an, es war wundervoll. Los Angeles fühlte sich ganz anders an. Es war riesig und unübersichtlich, jeder Stadtteil war anders. Ich hatte damals noch keinen Führerschein, und ohne den ist man in Los Angeles aufgeschmissen. Ich fühlte mich hilflos.

*Wie haben Sie die Stadt dann erobert?*  
Wir haben erst mal ein kleines Apartment in Park La Brea in der Nähe des Farmer's Market gemietet. Das war ein Anfang. Aber ganz ehrlich: So richtig zu Hause fühle ich mich hier bis heute nicht. Ich bin dann mit 20 Jahren nach New York gezogen, und dort lebe ich immer noch, wenn ich nicht in Los Angeles arbeite. Aber hier leben auch viele Menschen, die mir am Herzen liegen, und die liebe ich mehr als die Stadt.

*Wie haben Sie ohne Engagement Ihren Lebensunterhalt verdient? Als Kellnerin?*  
Ich musste neben der Schauspielerei nur einen Job machen: Mit 15 arbeitete ich in einer Hundebäckerei. Glücklicherweise haben mich meine Eltern finanziell unterstützt, weil ich eigentlich noch Schülerin war. Ich hatte in Los Angeles Privatunterricht. Bis ich meine erste richtige Rolle hatte, haben sie mich durchgefüttert.

*Was macht man in einer Hundebäckerei?*  
Ich habe Leckerlis für Hunde gebacken! Das ist so, wie es sich anhört. So was gibt es wohl nur in Los Angeles, es ist typisch für diese Stadt. Ich übernahm oft die Tagesschichten, wenn die anderen Kinder zur Schule mussten.

*Was hat Sie so früh an Filmen fasziniert?*  
Ich habe als Kind den Film als Parallelwelt entdeckt, in die man abtauchen konnte. Schon mit sieben sah ich mit meinem Vater Komödien im Fernsehen. Da konnten wir gemeinsam lachen, das hat uns verbunden. Und ich konnte mir vorstellen, jemand anderes zu sein.

*Wer wären Sie gerne gewesen?*  
Ich mochte Sarah Jessica Parker in „Hocus Pocus“ und Winona Ryder in „Beetlejuice“. Plötzlich konnte ich die Welt aus der Perspektive eines anderen Menschen erleben. Das fand ich faszinierend. Zudem bin ich in einem heißen Bundesstaat aufgewachsen, ich konnte eigentlich den



ganzen Sommer das Haus nicht verlassen, weil ich so helle Haut habe. Statt draußen in der Sonne zu spielen, saß ich also in einem dunklen Raum und habe in Filmen diese Geschichten und Abenteuer erlebt.

*Ihre ungewöhnlich tiefe Stimme ist heute Ihr Markenzeichen. Wusste man die in Hollywood gleich zu schätzen?*  
Im Gegenteil. Ich mochte meine Stimme früher auch nicht. Sie war ein großes Problem bei den ersten Castings, weil niemand eine Fünfzehnjährige mit meiner Stimme besetzen würde. Ich klang viel älter als ich aussah. Es hieß immer: Die hört sich an wie eine Erwachsene. Aber ich wollte auch immer älter sein. Später habe ich mich mit meiner Stimme arrangiert. Und ich war froh, kein Kind mehr zu sein. Ich war nie gerne Kind.

*Warum nicht?*  
Ich fühlte mich immer älter, als ich gerade war. Ich war ein frühreifes, übermotiviertes und etwas durchgeknalltes Kind. Meine Güte, bin ich froh, jetzt erwachsen zu sein! Und endlich passt auch meine Stimme zu mir.

*Sie sind also in Ihre Stimme hineingewachsen.*  
Ich fühle mich ausgesprochen unwohl, wenn ich irgendwo eine Rede halten soll. Ich versuche, das zu vermeiden. Trotzdem gibt es nichts, was ich auf dieser Welt lieber tue, als vor Publikum auf einer Bühne zu stehen. Es klingt verrückt. Aber da spiele ich eine Rolle, eine andere Person.

*Jetzt singen Sie mit dieser Stimme. Die meisten Songs haben Sie live vor der Kamera gesungen.*  
Singen hat für mich etwas Befreiendes. Ich hatte die Unterstützung eines tollen Gesangstrainers. Und ich hatte das Glück, dass ich vorher die Sally Bowles in einer Bühnenversion von „Cabaret“ gespielt hatte. Sechs Songs pro Show, und Sally ist auch nicht die beste Sängerin. Es geht da nicht um Perfektion, sondern um den Ausdruck. Genauso ist es in „La La Land“. Es sollte authentisch sein. Deswegen wollte ich in bestimmten Szenen live singen.

*Wie sah es davor mit Ihren Tanzfähigkeiten aus?*  
Die waren etwas eingerostet. Ich hatte als Kind Tanz- und Gesangsunterricht, acht Jahre lang. Außerdem haben wir im Jugendtheater Musicals aufgeführt, darunter „Joseph und die Amazing Technicolor Dreamcoat“. In „Cinderella“ war ich die Stiefschwester. Und wir haben „Titanic – The Musical“ aufgeführt, einen Klassiker, den ich wärmstens empfehlen kann. In der „Winnie the Pooh“-Weihnachtsaufführung durfte ich zwei Jahre in Folge Eeyore spielen. Ich war nie die beste Tänzerin oder Sängerin, aber es hat riesigen Spaß gemacht.

*Wie haben Sie sich dann auf „La La Land“ vorbereitet?*  
Ich habe viele Filme mit Fred Astaire und Ginger Rogers gesehen. Und Ryan Gosling und ich hatten zweieinhalb Monate intensives Tanztraining. Wir haben auch Gesellschaftstanz gelernt, wir haben ja diese gemeinsame Walzer-Szene. Steppen musste ich auch lernen.

*Haben Ihnen die Kostüme geholfen, Ihre Rolle zu finden?*  
Mary Zophres ist eine geniale Kostümbildnerin. Alle Outfits, selbst Jeans und T-Shirt, wirken gleichzeitig modern und nostalgisch. Viele der Kleider in den Tanzszenen haben diesen Fünfziger-Jahre-Appeal. Der Look ist vintage und trotzdem nie altmodisch. Ich mag diesen Stil. Darin drückt sich der ganze Geist dieses Musicals aus.

*Die Fragen stellte Bettina Aust.*

# Ein Sturz erweckte den Tee-Magier

Swaraj Kumar Banerjee baut seine Pflanzen in Darjeeling biodynamisch an. Der letzte Spross der Tee-Aristokratie beschwört die spirituelle Wirkung des Aufgussgetränks.

Von Quynh Tran

**D**er Monsun ist spät dran. Noch immer prasseln auf dem Weg nach Darjeeling schwere Regentropfen vom Himmel herab. Auf den Pfaden, die sich an den Südhängen des Himalajas hinaufwinden, kommt man an Bambus- und Zypressenwäldern vorbei, bis man die satten grünen Teegärten erreicht, die von Dunstschwaden und Wolken durchzogen sind, als wären sie verzaubert.

Die Stadt Darjeeling, auf mehr als 2000 Metern Höhe gelegen, ist das Zentrum der Region. Von hier sieht man einen der wohl schönsten Sonnenaufgänge der Welt über dem Kangchendzönga, dem dritthöchsten Berg der Welt. Nirgends in Indien ist die Kolonialgeschichte so präsent wie hier. Viktorianische Gebäude, errichtet von Briten, die hier Zuflucht vor der Hitze Kalkutras suchten, säumen die Straßen. Sie tragen noch die Namen von damals, so wie das Loreto Convent, in dem die Schauspielerin Vivien Leigh erzogen wurde und Mutter Teresa Novizin war.

Und so wie die Teegärten Margaret's Hope oder Glenburn Tea Estate. Auch wenn die Tee-Aristokratie fast ganz von internationalen Unternehmen verdrängt wurde: In Hotels wie dem Windamere ist die Zeit stehengeblieben und die Moderne ausgesperrt. Noch immer servieren Maids in schwarzen Kleidern und weißen Schürzen Afternoon Tea und englisches Gebäck – in Kaminzimmern, die mit Orientteppichen und geblühten Polstermöbeln ausgestattet sind. Und noch immer kommt der bernsteinfarbene Tee mit seinem leichten, blumigen Geschmack von den Teegärten Darjeelings, die ihm seinen Namen geben und die Region in aller Welt bekannt gemacht haben.

Dabei ist seine Geschichte recht jung. Erste historische Nennungen von Tee lassen sich in die Zeit der Shang-Dynastie (1600 bis 1046 vor Christus) zurückverfolgen. Jahrhunderte später breitete sich der zunächst als Heilmittel bekannte Aufguss von Südchina in das heutige Japan, Korea und Vietnam aus. Nach Europa kam die Kunde über portugiesische Händler und Missionare im 16. Jahrhundert. 1610 importierte die niederländische Ostindien-Kompanie als erste regelmäßig Tee nach Europa. Von dort wiederum kam der Tee durch die britische Ostindien-Kompanie, die das Teemonopol Chinas brechen wollte, erst Anfang des 19. Jahrhunderts nach Indien.

Zunächst wurde er im südlichen Assam angebaut, nachdem dort 1832 die *Camellia Assamica* entdeckt wurde, eine wilde Pflanze, die mit der ursprünglichen chinesischen Teepflanze *Camellia Sinensis* verwandt ist und für Assam-Tee kultiviert wurde. 1841 brachte schließlich Arthur Campbell, der als Arzt eigentlich die Sanatorien in der damaligen kolonialen Sommerfrische betreute, Samen der chinesischen Teepflanze nach Darjeeling und pflanzte sie auf experimenteller Basis an. Das Experiment war ein Glückstreffer: Der chinesische Tee gedieh prächtig. Damit

begann die Geschichte des „Champagners unter den Tees“, wie Darjeeling hier bezeichnet wird.

Für die Kommerzialisierung des Teeanbaus in der vorher kaum besiedelten Region wurden Nepalesen, Sikimesen und Tibeter aus angrenzenden Ländern herangeholt – bis heute haben sie ihre ganz eigene Identität. Immer wieder sind grün-weiß-gelbe Flaggen zu sehen, die für ein unabhängiges Gorkhaland stehen, das viele hier fordern.

Campbells Saat bildete auch die Grundlage für den Makaibari-Teegarten, der 20 Kilometer südlich der Stadt Darjeeling liegt. Swaraj Kumar Banerjee führt den Garten als letzter Vertreter der alten Teearistokratie in vierter Generation. Er ist ein ebenso selbstbewusster wie charismatischer Erzähler. Was von seinen Geschichten Fiktion ist und was Realität – hoffentlich weiß wenigstens er das. Im Safari-Anzug und mit rotbraunem Hut reitet er jeden Morgen durch seine Teefelder, und jeden Morgen kontrolliert er in seinem Büro gegenüber der Fabrik noch selbst den Tee. Der Ort, so berichtet er, sei ursprünglich die Zuflucht eines britischen Deserteurs namens Captain Samler gewesen. Er habe Dr. Campbell heimlich einige Setzlinge entwendet und sie auf seinen eigenen Feldern angebaut. Als er 1859 starb, vermachte er seinen Besitz einem indischen Jungen namens Girish Chandra Banerjee, dem Ur-Urgroßvater Banerjees. Die Gründung des Teegartens und der Fabrik in jenem Jahr sind immerhin belegt.

Belegt ist auch, dass Banerjee 1988 als Erster in Darjeeling seinen Tee biologisch anbaute. Dabei wollte er, weil er nach dem Studium in England Fuß gefasst hatte, gar nicht in seine Heimat zurück. „Aber während eines Besuchs bei meinen Eltern bin ich in den Feldern vom Pferd gefallen“, erzählt er über sein Erweckerlebnis. „Ich wurde bewusstlos und hörte, wie die Bäume zu mir sprachen und mich baten, ihnen zu helfen. In dem Moment dachte ich, ich werde verrückt. Erst Jahre später habe ich begriffen, dass ich eine außerkörperliche Erfahrung hatte. Das war der Punkt, an dem ich ohne bewusstes Ziel begann, Bäume zu pflanzen und auf die Erde zu hören.“

Heute ist der Teegarten, eine biodynamische Permakultur nach den Prinzipien Rudolf Steiners, als einziger in



Probiert selbst: Swaraj Kumar Banerjee kontrolliert die Qualität.



Im Teegarten Eden: Auch die Arbeit bei Makaibari ist schwer – aber die Pflücker müssen nicht Hunger leiden.

Indien von Demeter zertifiziert. Zwei Drittel der Fläche sind tropischer Wald, dazwischen liegen Felder mit chinesischen und indischen Teepflanzen sowie Hybriden. Die Teefelder sind zudem mit indigenen Obstbäumen, Gemüsekulturen, Gräsern und Klee bepflanzt, die als natürliche Pestizide funktionieren, vor Erosion schützen und als Dünger wiederverwertet werden.

„So wie uns Ökonomie, so kümmern wir uns um Natur und Menschen“, sagt Banerjee. „Healthy soil is healthy mankind – das ist unsere Maxime.“ Während man immer wieder von den prekären Bedingungen indischer Teearbeiter hört (zuletzt berichtete Misereor, die Pflücker seien „chronisch unterernährt“), scheint es den 1500 Menschen in den sieben Dörfern seiner Teeplantage gut zu gehen. Hindi, Buddhisten, Muslime und Christen leben so friedlich nebeneinander wie sonst kaum irgendwo in Indien. Es gibt ein kommunales Zentrum mit Bibliothek, freie Gesundheitsversorgung, Rente für die Älteren und Stipendien für die Kinder der Mitarbeiter. Zudem können die Frauen im Dorf als Gastgeber für Touristen und aus-



Über Nacht: Die Teeblätter werden zum Welken gebracht.

ländische Freiwillige ein zusätzliches Einkommen erwirtschaften. „Nur durch die Gleichstellung von Frauen kommt eine Gesellschaft voran“, sagt Banerjee. „Und wenn Frauen erst einmal ein eigenes Einkommen haben, machen sie die besten Investments.“ So gehen die Töchter von Baharati, einer Bewohnerin des Ortes, auf die Schule und die Universität in Darjeeling.

Auch auf den Feldern arbeiten die Frauen. Man glaubt, dass nur sie das nötige Feingefühl haben, die Spitze des Teebuschs, bestehend aus der Knospe und den ersten zwei Blättern, sorgfältig zu pflücken. Die Ernte der Autumns, der dritten Saison im Jahr, verspricht im Oktober, nach dem Monsun, den vollmundigsten und dunkelsten Tee. Dann wird die Teepflanze für den Winter gestutzt. Die erste Ernte, First Flush genannt, beginnt Ende Februar. Sie bringt einen hellen und blumigen Tee hervor, der den Preis des gesamten Jahres bestimmt. Der Second Flush, im Juni und Juli gepflückt, ist dunkler und kräftiger.

Nach der Ernte gehen die Blätter in die Fabrik, wo sie in der Regel einen fünfstufigen Prozess durchlaufen. Zuerst werden sie in langen Gestellen mit Ventilatoren über Nacht zum Welken gebracht. Anschließend werden sie für grünen und schwarzen Tee maschinell in mehr als 100 Jahre alten Britannia-Maschinen gerollt. Weißer Tee ist handgerollt. Während dieser ersten beiden Schritte setzt ein enzymatischer Oxidierungsprozess ein, der während des Fermentierens durch Luftzufuhr seinen Höhepunkt erreicht. Bei weißem und grünem Tee wird der Schritt ausgelassen; Oolong-Tee wird bis zu zwei Stunden fermentiert, schwarzer Tee bis zu fünf Stunden. Um den Fermentierungsprozess zu beenden, wird der Tee bei bis zu 95 Grad getrocknet, dann in verschiedene Blattgrößen sortiert.

Die Qualität von Tee wird nicht nur durch die unterschiedliche Gattung der Teepflanze und das Anbaugelände bestimmt, sondern auch durch Pflücksaison, Fermentationsgrad und Blattgröße.

In Makaibari wachsen neben klassischem schwarzem Darjeeling weißer Bai-Mudan, grüner Tee und Oolong aus den Blättern der chinesischen Pflanze und dem Hybrid sowie Assam aus der indischen Pflanze. Der Darjeeling aus Makaibari gilt als einer der besten Tees; ein Kilogramm erreichte 2014 einen Rekordpreis von 1850 Dollar.

Banerjee glaubt an den spirituellen Gehalt seiner Aufgüsse. Sein persönliches Ritual: „Zum Aufwachen trinke ich einen Darjeeling First Flush, der nach dem Winterschlaf gepflückt wird, um meinen physischen und meinen astralen Körper zu wecken. Nach der Arbeit trinke ich einen Assam Second Flush, um mich zur Ruhe zu bringen. Am Nachmittag gibt es einen grünen Silver-Tips-Tee, am Abend den weißen Bai-Mudan, und bevor ich zu Bett gehe einen Silver Tips Imperial, bei Mondschein gepflückt, der mich in einen himmlischen Schlaf versetzt.“

Das hört sich so spirituell an, als wäre er ein indischer Rudolf Steiner. Er selbst sieht sich eher als „einen Yeti aus dem Himalaja, der in einen Teegarten gefallen ist“. In jedem Fall ist er der letzte der alten Tee-Fürsten Darjeelings, der noch am Werk ist. Seine Söhne konnten er bisher nicht davon überzeugen, den Teegarten zu übernehmen. Teilweise hat er ihn daher schon verkauft. Aber wer weiß, ob nicht eines Tages auch einer seiner Söhne zum Tee bekehrt wird.



## Kleine Teekunde

Nicht einmal Spezialisten verstehen noch all die Sorten. Daher hier ein Mini-Überblick.

**Weißer Tee** Dafür werden ungeöffnete Teeknospen verwendet, die mit weißem Flaum überzogen sind. Der Weiße Tee wird nicht fermentiert und schmeckt durch schonende Verarbeitung sehr mild. Pai Mu Tan (oder Bai Mudan) und Yin Zhen (Silbernadel) sind die klassischen Varianten.

**Grüner Tee** Diese ursprünglichste Form wird heute vor allem in den Ursprungsländern China und Japan getrunken. Um die Fermentierung zu unterbinden, werden die japanischen Sorten wie Sencha, Gyokuro, der mit geröstetem Reis angereicherte Genmaicha oder das Matcha-Pulver gedämpft. So behalten sie die satte grüne Farbe und den Grasgeschmack. Die chinesischen Varianten wie Gunpowder oder Jasmin Tee werden kurz angeröstet und bekommen dadurch eine gelbliche Farbe mit blumigem bis nussigem Geschmack.

**Oolong** Der chinesische Tee, der als halbfermentiert bezeichnet wird, hat aromatischen Geschmack und eine dunkle Farbe.

**Schwarzer Tee** Durch die Fermentierung ist er dunkel und hat einen intensiven Geschmack. Bis auf die chinesische Variante („roter Tee“) sind schwarze Tees europäische Erfindungen, benannt nach Anbauregionen wie Darjeeling oder Ceylon. Earl Grey wiederum ist mit Bergamotte angereichert.



Nicht umsonst werden die Victoria-Fälle „der größte Wasservorhang der Erde“ genannt. Das Unesco-Welt-naturerbe an der Grenze zwischen Sambia und Zimbabwe schlägt jeden in den Bann. Die Feuchtigkeit des Sprühnebels ist dabei so hoch, dass in der kargen Landschaft sogar ein Regenwald gedeiht.

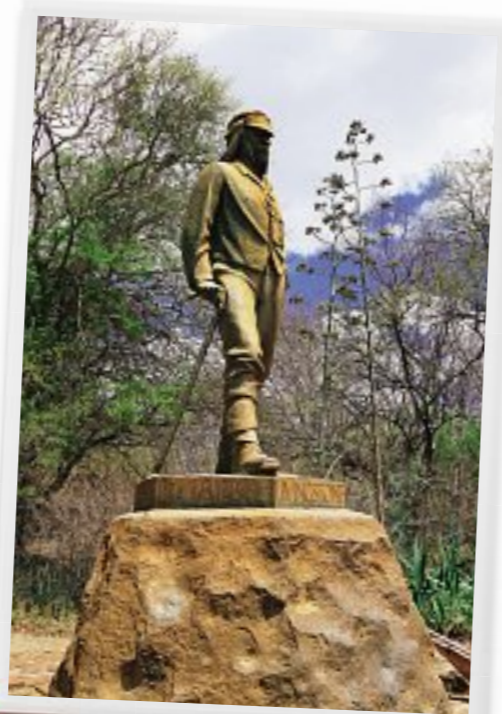
# Grüße von den



Der Wasserfall des Sambesi zählt zu Recht zu den sieben Naturwundern.

*Von Peter-Philipp Schmitt  
Fotos Norbert Franchini*

Er war nicht nur der erste Europäer, der die Wasserfälle entdeckte. Ihm verdanken sie auch ihren Namen – zu Ehren der britischen Königin Victoria. Das Denkmal für den Schotten David Livingstone steht direkt an den Victoria-Fällen. Und auf sambischer Seite liegt die nach ihm benannte Stadt Livingstone.



Mitten im Nirgendwo Afrikas scheinen die Wasserfälle zu liegen. Aber mit Zug oder Flugzeug (etwa von Kapstadt aus) sind sie bequem zu erreichen. Angeblich plant Zimbabwe den Bau eines Vergnügungsparks, um mehr Touristen anzulocken. Denn sie bleiben oft nur für eine Nacht, weil es sonst nicht viel zu sehen gibt.



In Zimbabwe leben die Menschen in großer Armut, weil Robert Mugabe und seine Schergen das Land heruntergewirtschaftet haben. Touristen sind eine der wenigen Einnahmequellen. Am Eingang zum Nationalpark hoffen Künstler daher auf ein paar Dollar für ihre Masken, Körbe, Schalen und geschnitzten Tiere.

Die Wasserfälle sind Teil des 66 Quadratkilometer großen Mosi-oa-Tunya-Nationalparks. Das Wort der Kololo bedeutet „donnernder Nebel“. Mit etwas Glück sieht man auch Wildtiere am Wegesrand – wie etwa diese Antilopenart, Buschbock genannt. Im Sambesi auf sambischer Seite schwimmen zudem Flusspferde.



Bis zu 110 Meter stürzen die Wassermassen des Sambesi in die Tiefe; das ist doppelt so tief, wie der Niagara fällt. Der Basaltspalt ist mehr als 1700 Meter lang. Zur Zeit ist das Naturwunder über weite Strecken trockengelegt, erst am Ende der Regenzeit im Februar und März schwillt der Sambesi wieder stark an.



'Teewasser muss immer gekocht haben, auch bei grünem Tee.'

Mit einem Quooker im Haus hat man immer 100°C kochendes Wasser verfügbar. Der Quooker FLEX verfügt außerdem über einen flexiblen Zugauslauf für warmes und kaltes Wasser. Er ist vielfach einsetzbar und äußerst sicher im Gebrauch.

Für weitere Informationen kontaktieren Sie uns unter 0211 30036995 oder besuchen Sie [www.quooker.de](http://www.quooker.de)

# Standfest in der Sonne Floridas

Die „Art Basel Miami Beach“ hat sich trotz der politisch unsicheren Zeiten noch gesteigert. Oder gerade deswegen? *Von Rose-Maria Gropp*

Das erste, was man von Miami mitbekommt, ist die schmeichelnde Wärme im Winter. Und ist man vom Festland aus erst in Miami Beach, dann kommt die sanfte Luft vom Atlantik her. Immer mehr Hochhäuser werden deshalb nebeneinander gequetscht, wo noch ein bisschen Boden ist; die Leute wollen dort ja wenigstens Wohnungen kaufen.

Die „Art Basel Miami Beach“ ist überall ausgeflagt. Über Collins Avenue und Ocean Drive schieben sich die brandneuen bulligen Escalade-SUV von Cadillac. In ihren verdunkelten Scheiben spiegelt sich die Zukunft des Weltklimas, dem künftig womöglich noch weniger Beachtung geschenkt wird in Amerika. Anfang Dezember hatte der Ableger der Mutter-Messe „Art Basel“ seinen fünfzehnten Auftritt. „ABMB“ ist aus dem Ereigniskalender der reichen Gemeinde nicht mehr wegzudenken. Der Veranstaltungsort, das Miami Beach Convention Center, im bisherigen Zustand lustig altmodisch, steckt in der Hochphase seiner 500-Millionen-Dollar-Renovierung. Der Anlass ist vor allem die Messe für moderne und zeitgenössische Kunst. Aber ABMB gedeiht auch inmitten der riesigen Baustelle. Die ist der Kunst egal – und ihren aus aller Welt angereisten Freunden auch. Für die nächste Ausgabe sollen alle vier Hallen, die von der Messe bespielt werden, modernisiert sein. Und es soll einen neuen Hallenplan geben. Das ist von Belang, weil hinter den Kulissen der wichtigsten Messen die Kojen hart umkämpft sind, bis hin zu der Frage, welche Nachbarn man hat.

Nicht zuletzt wegen der politischen Umstände gab es Befürchtungen, es könnten dieses Mal weniger Besucher kommen. Aber es wurden 77.000 Besucher an fünf Tagen gezählt, so viele wie 2015; im Jahr 2014 waren es 73.000. Prinzipiell geht es den Ausstellern – 269 Galeristen und Händlern aus 29 Ländern – ohnehin nicht um die Quantität, sondern um die Qualität der Messebesucher. Sie wollen die global wichtigen Sammler sehen, die zunehmend aus Asien kommen, und die Vertreter der führenden Museen. Das scheint bestens geklappt zu haben, folgt man den zahlreichen Verkaufsmeldungen.

Unterwegs in den Straßen herrschte sogar die Meinung, dass mehr Leute denn je gekommen seien. Nun gibt es ja auch noch den künstlich aufgeschütteten weißen Sand der perfekt präparierten Strände. Und mancher Tourist mag sich erhoffen, ein bisschen von der Prominenz aufzuschnappen, die auf den vielen Empfängen und Partys um die Kunst herum erwartet wurde. Jedenfalls ist der *economic impact* von „Basel“, wie die Schau knapp heißt, für ganz Miami Beach immens. Das weiß auch Direktor Marc Spiegler. Gerade schwierige Zeiten, sagt er, pflegten gute Kunst hervorzubringen: Die Künstler re-

agierten sehr schnell, ihre Werke würden zudem stärker politisch.

Ohnehin hat man beim Gang durch die Hallen dieses Mal etwas mehr nach aktuellen Werken Ausschau gehalten, die als Kommentare zu den herrschenden gesellschaftspolitischen und ökonomischen Zuständen gelten könnten. Nicht wenige Arbeiten erhielten so unversehens zusätzliche Brisanz. Aufgeschnappt ist hier zum Beispiel „Peace Vampire“ des 1972 in Bitburg geborenen amerikanischen Künstlers Sterling Ruby, das Friedens-Symbol aus mit Farbe traktiertem Stoff, das buchstäblich ein langes trauriges Gesicht macht (bei der Galerie Sprüth Magers). Oder die bestimmt nicht zufällige Kombination der zwei Worte „Get Real“, zusammengesetzt aus bemalten Metallbuchstaben von Jack Pierson, mit einem „Porte-bouteilles“, dem Flaschentrockner-Ready-Made Marcel Duchamps, kess nachgebaut von Tom Sachs (bei der Galerie Thaddaeus Ropac). Zur Unterstützung des Wahlkampfes von Hillary Clinton entstand die Edition „Untitled (Secret)“ der amerikanischen Konzeptkünstlerin Barbara Kruger: Sie hat den Aphorismus des österreichischen Schriftstellers Karl Kraus über das „Geheimnis des Agitators“ vom Anfang des 20. Jahrhunderts ins Englische übertragen, aus gegebenem Anlass als Schrift-Bild an der Wand (bei der Mary Boone Gallery).

Versöhnlich vieldeutig ragt der „Miami Mountain“ in die Höhe, eine 12,50 Meter hohe Skulptur des in New York lebenden Schweizer Künstlers Ugo Rondinone, im Collins Park unweit des Convention Center. The Bass, das Museum für zeitgenössische Kunst, das im Frühjahr eröffnet, hat den Turm aus knallig bemalten Felsbrocken in Auftrag gegeben. Er bleibt dort stehen und soll in sich „Natur, Romantik und Existenzialismus als geistige Trinität“ vereinen. Diese Kombination ist auf der sicheren Seite unter der Sonne Floridas, die den bunten „Berg“ glänzen lässt – auch als Monument der Standfestigkeit.

Für die Rückfahrt zum Flughafen werde ich von einem Uber-Taxi abgeholt. Nein, nicht in einem Escalade-SUV, aber in einem nagelneuen weißen Jeep mit Lederpolstern. Der Fahrer erzählt, dass er früher Banker war, jetzt im Ruhestand. Seine letzte Transaktion war die Abwicklung der Finanzierung eines zeitgenössischen Kunstwerks für einen Schweizer mit Wohnsitz auf Fisher Island, der für die Öffentlichkeit unzugänglichen Insel an der Südspitze von Miami Beach. Natürlich war ich nicht so ungezogen zu fragen, warum er jetzt Uber Driver ist. Ich vermute, weil es ihm Spaß macht, gefahren ist er jedenfalls sehr anständig. Und jetzt verstand ich auch, warum er nicht in die Hotelhalle kam, um mich abzuholen, sondern draußen im Auto wartete. Das wäre dann vielleicht doch zu viel der Dienstfertigkeit gewesen.



Versöhnlich vieldeutig: „Miami Mountain“ von Ugo Rondinone



Nicht zufällig: „Get Real“ von Jack Pierson; „Porte-bouteilles“ von Tom Sachs



Traurig verborgen: „Peace Vampire“ von Sterling Ruby

MOOD →



Diese Szene könnte auch aus einem Musik-Clip sein oder aus einem Independent-Movie. Ist aber leider nur das Lookbook-Bild für die Mode der jungen New Yorker Marke Sies Marjan. Immerhin stellt sie ihre Shootings unter den schönen Titel „The Girlfriend Project“.



Wer in diesem jungen Jahr noch nachhaltiger leben möchte, also plant, mehr zu tun, als im Bio-Markt einzukaufen, der könnte beim Handy anfangen. Das Smartphone ist nicht sonderlich nachhaltig, ganz anders das Fairphone. Gibt es auch schon als Fairphone 2. Fairer als iPhone 7.

Wer in diesem jungen Jahr plant, seine Handschrift nicht länger zu vernachlässigen, aber längst ein digital denkender Mensch ist, wird mit dem Notizbuch von Moo trotzdem ins analoge Zeitalter zurückgeholt.



## DER WERT VON GOLD

Eigentlich war Gold auf dem besten Weg, Kupfer als Trendmetall abzulösen. Dann kam Donald Trump, und über die ästhetische Zumutung des Goldes liest man jetzt so viel, dass man die Wohnung damit nicht mehr ausstatten will.

- „Sein Schloss, ein Turm aus Gold und Glas, muss deshalb jetzt streng bewacht werden.“ („Der Spiegel“, 26.11.2016)
- „Gold, überall Gold. Sogar die Tür des Fahrstuhls, in dem Donald Trump in New York seine Gäste empfängt, glitzert golden.“ („Süddeutsche Zeitung“, 26.11.2016)
- „149 Dollar kostet eine winzige Kappe aus Messing und Gold. Das Besondere an dem edlen Weihnachtsschmuck ist (...) die Botschaft: „Make America Great Again.“ (F.A.Z., 25.11.2016)
- „Gold wrapped chocolate bricks stamped ‚Trump‘.“ („International New York Times“, 24.11.2016)
- „Sein Penthouse geht über drei Stockwerke“, sagte Trumps erste Ehefrau. „Böden und Wände sind aus Marmor oder mit 24 Karat Gold überzogen.“ („Welt“, 22.11.2016)



Zu sehen ist ein Ring von Materia Prima. Und die berühmte Murnau-Landschaft von Alexej von Jawlensky. So sieht handbemalter Porzellan-schmuck aus, wenn die Fondation Beyeler daran mitarbeitet.



Der Avel-&-Men-Rucksack erinnert auch dann an den letzten Segelörn, wenn man nur in der U-Bahn steht oder in Wahrheit noch nie auf einem Boot verreis ist.

# 045

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



Babyface geht auch mit Black-Goth: Die Jungschauspielerin Elie Bamber ist seit Ende vergangenen Jahres Tom Fords Entdeckung. Und überhaupt eine Entdeckung.

## QUINOA-WODKA

Für die Welt des Getreides ist Quinoa das, was die Chia-Samen für die Körner sind: endlich mal was Aufregendes. Also gibt es nun auch Quinoa-Wodka, zum Beispiel von dem Sprituoosenhersteller Fair. Soll natürlich auch gesund sein.



Diese drei jungen Männer stehen hinter kaltgepressten Säften. Klar, dass das Getränk zumindest einen maskulinen Namen verdient: Frank!



Rosa, ein bisschen Schwarz: Varta macht das, was es am besten kann, nämlich Batterien. Nun also auch als mobile Akkugeräte, damit dem Smartphone nicht der Saft ausgeht.

Der Bobby Bag ist für Reisende ein Segen. Die Sorge, dass der Rucksack nach einigen Stunden Besichtigung plötzlich ganz leicht ist, weil jemand den Laptop, das Geld, überhaupt alles herausgeklaut hat, ist unbegründet. Dieses Teil ist diebstahlsicher.



FOTOS: ROSE-MARIA GROPP

FOTOS: HERSTELLER; GETTY; ROB WILSON; RICARDO MOLINA; NIGEL SHARFRAH; DERECK/NEERIE PHOTOGRAPHY



Rosafarben, mit Kirsch-Muster und einem fetten Print: Die Boards von Ride sind auf der Piste eine echte Ansage.

MUT →





Tagelöhner tragen die im Kessel erhitzte Seifenmasse zum Abkühlen ins erste Stockwerk. Mahmud (im Hintergrund rechts) befüllt die Eimer.



Mit gefärbten Kordeln wird ein Netzmuster über die Seifenschicht gelegt.



Wenn sie markiert ist, wird die Seife geschnitten.



Die Angestellten fahren die geschnittenen Stücke zum Trocknen.

Es ist sechs Uhr am Montagmorgen in der Seifenfabrik. Eine ockerfarbene Masse blubbert im uralten Kessel. Der halbblinde Mahmud fährt den riesigen Gasbrenner darunter noch einmal richtig hoch. Seit Tagen haben sie das Gemisch gewärmt, gekocht, kalt werden lassen, umgerührt und wieder aufgekocht. Zwei Kollegen schütten etwas Wasser hinzu. Dann und wann öffnen sie das Ventil eines riesigen Tanks im Boden, um noch ein wenig von dem kostbaren Olivenöl nachzugeben. Gleich ist es fertig. „Man kann die Mischung auch jetzt noch versauen“, sagt Mahmud, „dann ist eine Woche Arbeit umsonst gewesen.“ Ein Kessel, 38.000 Seifenstücke. Es wäre ein großer Verlust. An den steinernen Kessel werden nur erfahrene Leute gelassen.

# DAILY SOAP

Seit mehr als 1000 Jahren wird in Nablus Seife aus Olivenöl hergestellt. Zu Besuch in einer der letzten Fabriken der palästinensischen Stadt.

Von Jochen Stahnke  
Fotos Kai Wiedenhöfer



Oben schütten sie die noch flüssige Seife auf den mit Wachspapier ausgelegten Boden.

ten die Nabluser Seife und das Wissen über seine Herstellung zurück bis nach Marseille, wo das edle Waschmittel seither in Manufakturen bis heute produziert wird.

Die Seife hat Nablus groß gemacht. Hier finden Olivenbäume Nährboden, das Wasser der Berge konnte man leicht in die Fabriken leiten. Am Ufer des nahegelegenen Jordan wuchs die zweitwichtigste Zutat der Fabrikanten: eine Pflanze mit hohem Natriumgehalt, in Deutschland als „Mönchsbart“ bekannt. Getrocknet und verbrannt, war sie lange eines der wertvollsten Güter im Nahen Osten: „Qili“ – die arabische Mutter des Wortes Alkali.

Beduinen brachten ihre Asche mit Kamelkarawanen nach Nablus und Aleppo, in das andere einstige Seifenzentrum. Sie nahmen Geld und fertige Seife zurück und verteilten sie in die arabische Welt. Die Zutaten haben sich in Nablus über die Jahrhunderte kaum verändert: Quellwasser, Olivenöl und Soda (Natron). Nur das Soda wird heute nicht mehr aus den salzhaltigen Uferpflanzen gewonnen. Die Seifenfabrik Toukan bezieht mittlerweile synthetisch hergestelltes Soda aus Saudi-Arabien.

„Wenn man zu viel Soda nimmt, wird die Seife bröckelig“, erklärt Mahmud am Kessel. „Und wenn man zu viel Wasser nachschüttet, dann wird sie nicht fest.“ Die richtige Mischung findet er heraus, indem er genau hinschaut und mit der Drei-Meter-Rührschaufel durch die Masse fährt. Über fünf Tage haben sie vier Tonnen Olivenöl, eine Tonne Wasser und 400 Kilo Soda gemischt. Nun ist es soweit. Mahmud ist zufrieden mit seinem Gebräu.

Drei Tagelöhner warten schon vor dem Kessel. Jeder hat einen großen metallenen Kübel vor sich, auf dem zwei hölzerne Verstrebungen verschraubt sind. Mahmud zieht die warme Masse an den langen Hen-

keln eines Eimers aus dem Kessel und schüttet sie in die Kübel. Die Tagelöhner wuchten die zentnerschwere Last auf die Schulter und tragen sie eine steinerne Treppe hinauf. Im ersten Stock der Fabrik haben sie den Fußboden bereits gefegt und mit Wachspapier ausgelegt. Drei Zentimeter dicke Holzlatten begrenzen die Wachspapierfläche. Sie werden die Höhe der Seifenstücke bestimmen.

Die Tagelöhner schütten die Seifenmasse nacheinander auf den kalten Stein, gleichmäßig in Bahnen. Immer wieder gehen sie die glitschigen alten Steinstufen hinauf und herunter, bis Mahmud keinen Eimer mehr aus dem Kessel zieht.

Einen Tag lang muss die ausgebreitete Masse erkalten. Dann, am Dienstag, schieben sie mit einem breiten Schieber über den langsam hart werdenden Fußboden aus Seife und beseitigen Unebenheiten. Jetzt beginnt die Feinarbeit.

Dafür ist Fawaz Tammam zuständig, 1958 in Aleppo geboren, seit 45 Jahren in der Fabrik von Toukan. Mit einem vorgelegten Zirkel misst er den gewünschten Abstand, dann zieht er lange Kordeln horizontal und vertikal durch die obere Seifenschicht. Tausende Planquadrate entstehen. Noch während er die letzten Kordeln zieht, beginnen zwei Kollegen, mit hölzernen Hämmern das Wappen der Familie Toukan in die noch weiche Seife zu klopfen: „Muftahein“, zwei Schlüssel. Seit 1930 stempeln sie ihre Seife; damals warf die ägyptische Konkurrenz minderwertige Billigware unter dem Nablus-Label auf den Markt, und Toukan schützte seine Marke.

Die Schlüssel sollen die Macht der Familie Toukan symbolisieren. Es waren die Schlüssel für die beiden wichtigsten Stadttore, im Besitz der Familie. Die Toukans gehörten über die Jahrhunderte zur Elite

von Nablus und stellten bis in die jüngste Zeit viele Bürgermeister. Der Stadtrat von Nablus bestand am Ende des 19. Jahrhunderts fast ausschließlich aus Seifenfabrikanten. Wer damals in Nablus etwas zu sagen hatte, besaß eine Seifenfabrik.

Heute leben die einflussreichsten Mitglieder der Toukan-Familie im benachbarten Jordanien. Dort heiratete Alia Toukan 1972 König Hussein und wurde dessen dritte Ehefrau; Alia starb schon 1977 bei einem Hubschrauberabsturz. Zur Toukan-Familie gehörten außerdem ein jordanischer Premierminister, verschiedene jordanische Botschafter und eine Dichterin.

Die entsprechenden Familienfotos hängen im Büro des Fabrikchefs Nael Qubbaj, in einer Ecke der Halle. Stolz erzählt Qubbaj von der Familie seines Arbeitgebers, und doch gelangt er schnell zum Niedergang der Seifenproduktion in Nablus.

Die heutigen Produktionskosten betragen drei Schekel pro Stück Seife, knapp 80 Cent, rechnet er vor. Auf den Märkten im Westjordanland werden sie für fünf bis sechs Schekel verkauft. Doch gerade jüngere Palästinenser bevorzugten heute moderne Produkte aus Europa oder Fernost. „Nicht nur, weil diese Seifen billiger sind“, sagt Qubbaj, „sondern auch, weil die synthetischen Produkte mehr schäumen.“ Die jahrhundertealte Olivenölseife hingegen biedere sich nicht an. Sie beginne erst zu schäumen, wenn die Haut sauber ist. Tatsächlich schmilzt die Seife nur langsam. Auch zum Haarewaschen ist sie geeignet, besonders gut soll sie gegen Schuppen wirken. Qubbaj sagt, man versetze Toukan-Seife nicht mit Parfüm oder Zusatzstoffen, wie es mit den Produkten einer gewissen neugegründeten Fabrik in der Nähe auf israelischem Hoheitsgebiet geschehe, die rein mechanisch produziert und auch

in Deutschland erfolgreich Seife unter dem Nablus-Label verkauft.

Zwei Drittel der Seifen exportiert Toukan nach Jordanien und von dort aus weiter nach Saudi-Arabien und in die Golfstaaten. Öko-Geschäfte in Europa führen seine Produkte auch, sagt Qubbaj: „In Europa habe ich eines unserer Seifenstücke schon für zehn Euro gesehen.“ Doch nicht wegen des Profits führten die Toukans die Produktion fort. „Wir machen kaum Gewinn.“ Längst haben die wichtigsten Familienmitglieder ihren Sitz in Jordanien und dort einen international tätigen Mischkonzern aufgebaut mit Beteiligungen auf dem Finanz- und Immobilienmarkt. Qubbaj sagt, die Seifenfabrik betrieben die Toukans vor allem dem Andenken der Familie und ihrer Heimatstadt zuliebe.

Die meisten Seifenfabriken in Nablus legten ihre Kessel mit dem Ausbruch der zweiten Intifada im Jahr 2000 still. Die Stadt



Rund 1000 Seifenstücke kann ein Arbeiter pro Stunde verpacken.

war ein Zentrum des Aufstands gegen die israelische Besatzung und wurde abgeriegelt. Vielfach zogen sich die Gefechte durch die Altstadt, in der verschiedene Terrorgruppen die Gebäude der stillstehenden Seifenfabriken immer wieder als Rückzugsort nutzten. So sprengten israelische Truppen zwei historische Fabrikgebäude vorsorglich in die Luft. Die alteingesessenen Seifenproduzenten zogen außer Landes oder gaben ihre Familientradition auf.

„Vor Beginn der israelischen Besatzung 1967 gab es hier 37 Fabriken“, sagt Qubbaj. „Heute sind es noch zwei, die täglich in Betrieb sind.“ Jetzt herrscht zwar Frieden. Aber Qubbaj sagt, die Verschärfung der israelischen Besatzung treibe die Kosten in die Höhe. „Vor der Intifada produzierten wir 1000 Tonnen Seife im Jahr“, sagt er, „jetzt sind es noch 350.“ Neuerdings verlangen die israelischen Behörden acht Prozent Zoll auf den Export der Seife gen

Europa über den Hafen Ashdod, früher nichts. Die palästinensischen Lastwagen werden nur bis zum Checkpoint gelassen, an dem israelisches Staatsgebiet beginnt. „Dort müssen wir umladen auf einen Lastwagen mit israelischem Kennzeichen und mit neuem Fahrer.“ Das koste Zeit und Geld. Etwas leichter werde es einem an der Grenze zu Jordanien gemacht, die ebenfalls von Israel kontrolliert wird.

Auch die palästinensischen Behörden hier im Westjordanland seien keine Hilfe. „15 Prozent Steuern müssen wir auf unseren kleinen Gewinn zahlen.“ Das raube die Mittel zum Investieren. „Früher hatten wir 35 Angestellte, heute sind es gerade noch 19.“ Mittlerweile streckt man sogar das teure und immer weniger produzierte palästinensische Olivenöl mit importiertem Öl aus Italien.

Während sich Seifenkocher Mahmud auf einen Stuhl neben den Kessel gesetzt hat und einen Kaffee trinkt, werden im ersten Stock die Stücke von Hand eingewickelt. 1000 Stück schafft ein Arbeiter pro Stunde und bekommt dafür zehn Schekel, rund 2,50 Euro. Nebenan trocknet die ausgeschüttete Seife. Später wird sie mit einem Messer geschnitten, das an einem langen Holzstab befestigt ist, und zum Trocknen gestapelt, so wie es Fawaz Tammam und zwei Kollegen mit der schon geschnittenen Seife machen. Sie legen die Stücke versetzt kreisförmig übereinander, so dass die Luft gut zirkulieren kann. Die meterhohen zapfenförmig zulaufenden Säulen heißen „Tananir“, Seifentürme. So trocknen die Stücke wochenlang. An jedem der Türme steht eine Zahl für die Woche, in der er gestapelt wurde. Trotz Hunderttausender Seifenstücke steht nur ein leichter frischer Duft in der Halle. Es riecht nach Seeluft. Und nach vergangener Zeit.

# „ZEHN TAGE WILDNIS, DAS WAR UNGLAUBLICH“



*Was essen Sie zum Frühstück?*

Ich vergesse das Frühstück oft, weil ich morgens so aktiv bin. Aber ich trinke wahnsinnig viel Tee. Und zum Sonntagsfrühstück liebe ich Käse.

*Wo kaufen Sie Ihre Kleidung ein?*

Ich habe einen Lieblingsladen an der Berliner Torstraße, „Schwarzhoferzeit“. Ich mag dieses Geschäftssystem, dass jemand die schönsten Sachen für seine Kunden aussucht. Online treibe ich mich meistens bei mytheresa.com rum.

*Hebt es Ihre Stimmung, wenn Sie einkaufen?*

Wenn ich etwas Schönes finde, macht mir das tatsächlich Spaß.

*Was ist das älteste Kleidungsstück in Ihrem Schrank?*

Ein dunkelblauer Nadelstreifenanzug, den meine Mutter in meinem Alter trug und auf den ich wirklich stolz bin. Sie hatte damals einen Herrenausstatter in Hamburg, für den sie regelmäßig in Italien einkaufte. Dort hat sie sich diesen Anzug schneidern lassen, um im Geschäft repräsentativ aufzutreten: cool und feminin.

*Was war Ihre größte Modesünde?*

Mit 15, als ich unbedingt Skater sein wollte, hatte ich so eine Baggy-Zeit. Ich habe viel zu lange Hosen tief unter dem Po getragen und das Bein in der Mitte aufgeschnitten, damit es über die Skaterschuhe ging. Meine Mutter hat immer gefragt: Willst du die ganze Stadt mit deinen Hosen fegen?

*Tragen Sie zu Hause Jogginghosen?*

Oh ja.

*Haben Sie Stil-Vorbilder?*

Cate Blanchett. Coco Chanel.

*Haben Sie schon einmal ein Kleidungs- oder ein Möbelstück selbst gemacht?*

Als nach meiner Baggy-Zeit die Schlaghosen wieder kamen, habe ich die andere Seite des Hosenbeins auch noch aufgeschnitten und helleren Jeansstoff eingesetzt. Außerdem habe ich Löcher ausgeschnitten, Blumenblätter aus Jeans drangenäht und Strasssteine dazwischen gesetzt.

*Besitzen Sie ein komplettes Service?*

Nein.

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

Meine Schinkennudeln sind sehr beliebt. Die sind total einfach, aber ich glaube, ich stecke so viel Geduld und Liebe rein ...

*Welche Zeitungen und Magazine lesen Sie?*

FA.Z. und „Süddeutsche“. Die „Vogue“, gerne auch die amerikanische oder englische Ausgabe. Und die „Grazia“.

*Welche Websites und Blogs lesen Sie?*

Schlagzeilen bei „Spiegel Online“. Als Blog mag ich „hey woman!“.

*Wann haben Sie zuletzt handschriftlich einen Brief verfasst?*

Für meinen besten Freund zu seiner Hochzeit – ich war Trauzeugin.

*Welches Buch hat Sie in Ihrem Leben am meisten beeindruckt?*

„Der kleine Prinz“. Irgendwie habe ich das immer wieder in der Hand.

*Ihre Lieblingsvornamen?*

Der Name meiner Patentochter: Mafalda.

*Ihr Lieblingsfilm?*

Die Liste meiner Lieblingsfilme ist lang, aber zuletzt wirklich großartig fand ich „Captain Fantastic – Einmal Wildnis und zurück“.

*Fühlen Sie sich mit oder ohne Auto freier?*

Ich fahre tatsächlich gerne Auto und bin gerne schnell überall.

*Tragen Sie eine Uhr?*

Ja.

*Tragen Sie Schmuck?*

Ja. Vor allem einen ganz schmalen, roségoldenen Ring von meinem Vater, den hat meine Schwester auch.

*Haben Sie einen Lieblingsduft?*

Interessanterweise lande ich immer bei Düften, die mit Feige sind. Gerade trage ich ein Parfum von „Le Labo“.

*Was ist Ihr größtes Talent?*

Skifahren.

*Was ist Ihre größte Schwäche?*

Ich kann mich immer nur auf eine Sache gleichzeitig konzentrieren. Ich empfinde das auch als Stärke, weil die Dinge so meine volle Aufmerksamkeit bekommen. Aber für mein Umfeld ist es anstrengend.

*Wie kann man Ihnen eine Freude machen?*

Ich liebe Blumen. Meine Freunde haben mich zum Geburtstag aus meiner Wohnung gelockt und meinen Balkon bepflanzt. Ist das, bitte, unglaublich!

*Was ist Ihr bestes Smalltalk-Thema?*

Ich stelle wahnsinnig gerne Fragen. Wenn das gut funktioniert, muss man nicht viel von sich reden. Ansonsten: Sport und Reisen. Das hat eine schöne Leichtigkeit, und man merkt schnell, ob es sich lohnt, tiefgründiger zu werden.

*Sind Sie abergläubisch?*

Es hält sich in Grenzen.

*Wo haben Sie Ihren schönsten Urlaub verbracht?*

Ich habe gerade eine Safari im Okavango-Delta in Botswana gemacht. Das war unglaublich. So nachhaltig. Zehn Tage Wildnis, kein Handy-Empfang, gar nichts. Man war einfach nur da.

*Wo verbringen Sie Ihren nächsten Urlaub?*

In den Bergen beim Skifahren.

*Was trinken Sie zum Abendessen?*

Immer Wasser. Wenn es sich ergibt, gerne auch ein Glas Weißwein. Oder Sake. Ich esse halt so gerne Sushi.

*Aufgezeichnet von Julia Schaaf.*

FOTOPICTURE-ALLIANCE



## INSPIRATIONEN UND DENKANSTÖSSE FÜR DIE WELT VON MORGEN.

**JETZT NEU:** Entdecken Sie ein einzigartiges Magazin. Für Mode, Design und Stil. Für Kultur, Wirtschaft und Politik. Mit Geschichten, Reportagen und Analysen renommierter Autoren. Mit exklusiven Beiträgen kluger Denker. Mit Fotostrecken und Bildern wegweisender Künstler. Mit Eleganz und Leidenschaft. Freuen Sie sich viermal im Jahr auf ausgiebigen Lesegenuss. [fazquarterly.de](http://fazquarterly.de)



OBJEKTE FÜR DAS LEBEN

