

Frankfurter Allgemeine

Magazin

SEPTEMBER 2017
MODE UND POLITIK
SPEZIAL



**LAGERFELD
KARLIKIERT
MERKELSCHULZ**

**POLITIKER
OFFENBAREN
MODEMACKEN**

**JIL SANDER
LÄSST BILDER
SPRECHEN**

**FRAUEN
GEGEN TRUMP**



CHANEL

www.chanel.com CHANEL-Kundenservice - Tel. 01801-24 26 35 (3,5 Ct/Min. aus dem Festnetz, max. 42 Ct/Min. aus Mobilfunknetzen).





DOLCE & GABBANA

#DGPALERMO

DOLCE&GABBANA.IT

GUCCI



#gucciandbeyond
gucci.com



moncler.com



LIU BOLIN PERFORMING FOR MONCLER



Dezigual®

Discover more at
[designigual.com](https://www.designigual.com)

GERARD BUTLER'S CHOICE
DAS HEMD, DAS SICH WIE
KEIN ANDERES TRÄGT.

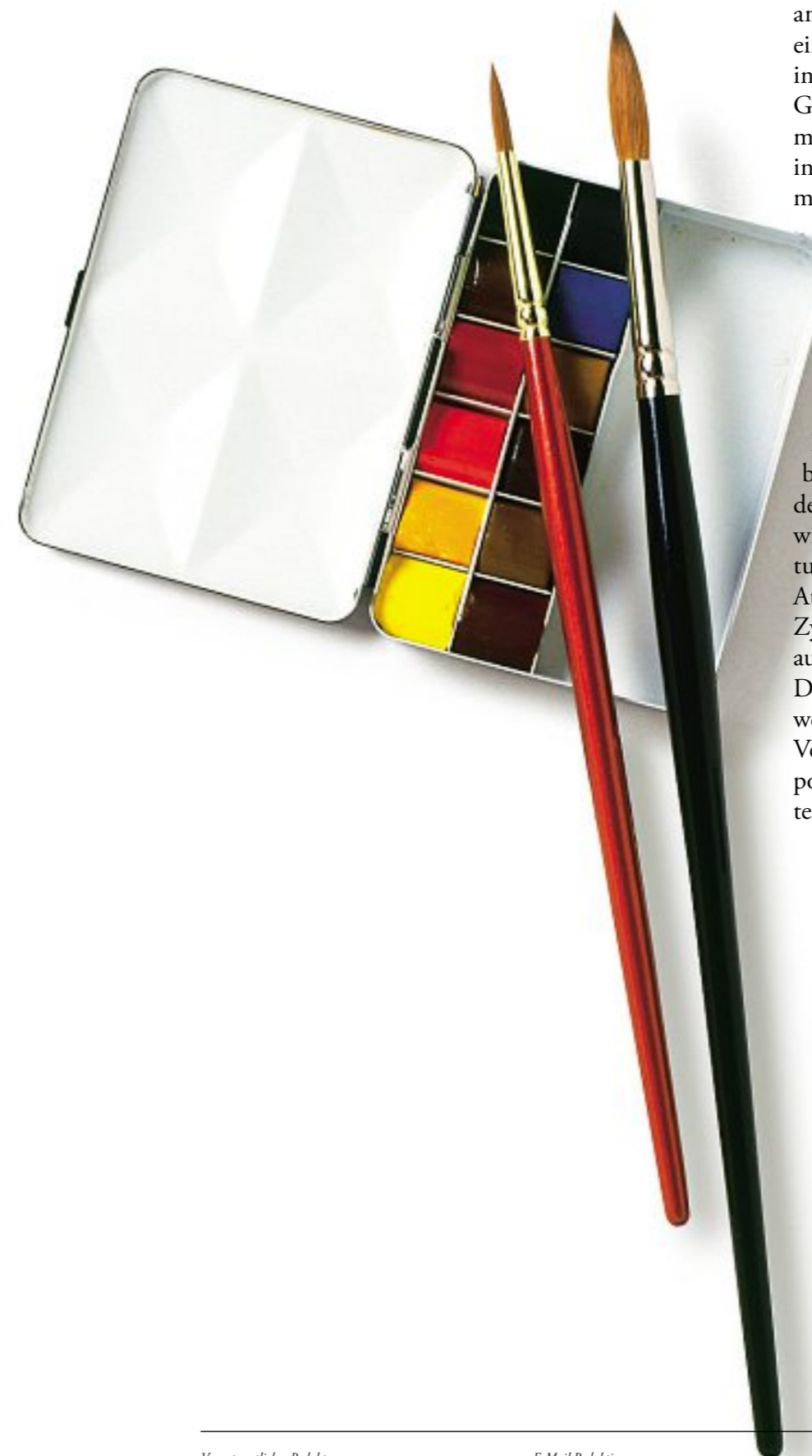
OLYMP
SIGNATURE

PRADA



+49 89 2323850 PRADA.COM

MALEN VOR WAHLEN



In diesen Wochen vor der Wahl ist nichts alltäglich. Daher wird es Sie auch nicht überraschen, dass wir ein Heft zu „Mode und Politik“ herausbringen. Die beiden Themen hängen viel stärker zusammen, als man denken könnte. Das hat mich ausgerechnet Melania Trump gelehrt. Als sie am Wahlabend vor nun schon zehn Monaten auf der Bühne stand, trug sie einen weißen Jumpsuit – als Anspielung auf die weißen Hosenanzüge von Hillary Clinton und damit auch auf die Suffragetten, die vor einem Jahrhundert in weißen Kleidern für das Frauenwahlrecht demonstriert hatten. Farben sind nicht einfach nur ein buntes Vergnügen aus dem Malkasten; das sieht man schon an dieser dreisten Umcodierung der Unschuld. Muster sind nicht einfach nur eine identische Gestaltungsstruktur, sondern auch eine inhaltliche Aussage, wie man an den Retro-Krawatten von Alexander Gauland erkennt. Silhouetten sind ein hochpolitisches Thema – da muss man nur Barbara Vinkens Essay über die Geschichte der Hose in dieser Ausgabe lesen. Mode ist eben mehr als Mode, und damit meine ich nicht unvermeidliche Begleiterscheinungen wie Narzissmus, Eitelkeit, Angeberei und Konsumwahn (die wir auch erwähnen). Mode ist Politik. In den Programmen von Modemacherinnen wie Roksanda Ilincic und Leyla Piedayesh ist das zu erkennen. Mehr noch: Ohne den politischen Hintergrund wären diese Designerinnen gar nicht zu verstehen. Insofern geht es in diesem Heft auch darum, unter modischen Oberflächen zeitgeschichtliche Sedimentschichten freizulegen. Und umgekehrt: Politik funktioniert unter den Zumutungen bildfixierter Meinungsbildung und medialer Dauerüberwachung auch nach den Gesetzen der Mode – sogar dann, wenn man die Macht der Kleidung verneint wie die meisten von uns befragten Politiker. Perlenkette, Einstecktuch, Durchschnittsbrille, Hosenanzug: Das sind wahlentscheidende Aussagen. Wir legen es offen, verfallen aber nicht in herablassenden Zynismus. Auch nicht gegenüber der Familie Trump. Die Frauen, die aussehen wollen wie Ivanka, sollen der Schönheitsindustrie nur die Dollars rüberschieben. Und Donald Trumps Stil wollen wir gar nicht weiter kommentieren. Aber dass sich viele Journalistinnen in den Vereinigten Staaten wegen der Fehlbesetzung im Weißen Haus politisieren – das fanden wir so spannend, dass wir sie zum Fototermin gebeten haben. Powerfrauen mit Stil! Gibt's oft. *Alfons Kaiser*

Verantwortlicher Redakteur:
Dr. Alfons Kaiser

Redaktionelle Mitarbeit:
Holger Appel, Dr. Marco Detweiler, Andrea Diener, Ariane Dreisbach, Leonie Feuerbach, Stephan Finsterbusch, Dr. Rose-Maria Gropp, Marlene Grunert, Dr. Christiane Heil, Aziza Kasumov, David Klauert, Katharina Müller-Güldenmeister, Peter-Philipp Schmitt, Bernd Steinke, Quynh Tran, Prof. Dr. Barbara Vinken, Dr. Richard Wagner, Dr. Lukas Weber, Jennifer Wiebking, Maria Wiesner, Walter Wille, Elena Witzeck, Bifen Xu

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. Auskunft erhalten Sie unter nutzungsrechte@faz.de oder telefonisch unter (069) 75 91-29 85.

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

Geschäftsführung:
Thomas Lindner (Vorsitzender)
Burkhard Petzold

Verantwortlich für Anzeigen:
Ingo Müller

Leitung Anzeigenverkauf Frankfurter Allgemeine Magazin:
Kerry O'Donoghue, E-Mail: media-solutions@faz.de

Produktionsleitung:
Andreas Gierth

Layout:
Verena Lindner, Anja Tschulena

Einzelhefte können zum Preis von € 5,- bei media-solutions@faz.de bezogen werden.

Druck:
Prinovis GmbH & Co. KG – Betrieb Nürnberg
Breslauer Straße 300, 90471 Nürnberg

FOTO: BETTY



Tel. 089 2080770

Tods.com



DIONIS QOSE ist ein herzlicher und hilfsbereiter Typ – wie so viele Albaner. Er arbeitet in Tirana im Hotel Oresti (einfach, aber gut) und als Fahrer. Qose spricht Englisch und ein bisschen Deutsch. Und er liebt Autos. Der Sechszwanzigjährige war also die beste Begleitung für unseren Redakteur David Klaubert. Er half ihm bei der Antwort auf die Frage, weshalb Albanien das Land mit der höchsten Mercedes-Dichte ist. (Seite 102)



MARLENE GRUNERT reiste durch Groß- und Kleinstädte, um das Modeverständnis deutscher Politiker zu erforschen (Seite 62). In Berlin ging die Volontärin dem Dirndl auf den Grund, in einem Winsener Bistro dem Einstecktuch. Von Claudia Roth ließ sie sich „Kampfkleidung“ erklären, ein paar Flure weiter erfuhr sie von Karl Lauterbach, was Fliegen mit Umverteilung zu tun haben. Als sie Sahra Wagenknecht zum Flughafen begleitete und die Bundestagsabgeordnete den Flieger zu verpassen drohte, endete die Recherche kurzerhand auf einem Grünstreifen.

FOTOS: FRANK ROTH, DAVID KLAUBERT; PRIVATE ILLUSTRATION RUDI HURZLMEIER

MITARBEITER

ALMUT VOGEL lebt seit einigen Monaten in Paris und hat sich in ihrer neuen Wahlheimat schon gut eingelebt. Nur der teutonische Name der Stylistin verleitet regelmäßig zu kulturell bedingten Missverständnissen. „Ah oui, comme Helmut Kohl?“, fragen Franzosen gerne. Ihre Mitbewohnerin Florine hat ihr daraufhin dieses T-Shirt geschenkt. So hat sie stets eine Antwort parat. Es passt auch zu der T-Shirt-Strecke, (Seite 84), die Almut Vogel für diese Ausgabe verwirklicht hat. Natürlich in Paris.



RUDI HURZLMEIER hat einen sehr soliden Humor. Schon zweimal wurde der Münchner Cartoonist mit dem Deutschen Karikaturenpreis ausgezeichnet, und im Laufe der Jahre hat er sage und schreibe mehr als 40 Bücher veröffentlicht. Der langjährige Mitarbeiter der „Titanic“ war also bestens darauf vorbereitet, sich den Amts- und Würdenträgern unserer Zeit von Recep Tayyip Erdogan über den Papst bis zur britischen Königin in satirischer Manier zu nähern (Seite 92). Und nicht nur das: Gratis dazu gibt's eine kleine Beratung in Fragen persönlichen Stils.





BOTTEGA VENETA

BOTTEGAVENETA.COM



Handarbeit: Einige Anregungen für die Garderobe von Politikern (Seite 92) hat der Zeichner Rudi Hurlzmeier.

Immer im Bilde: Jil Sander, hier im Jahr 1996, zeigt ihr Werk von November an in einer Ausstellung im Frankfurter Museum Angewandte Kunst. Wir wagen eine kleine Vorschau. (Seite 78)



ZUM TITEL

Die amerikanische Journalistin Jessica Iredale wurde von Ralph Mecke am 20. Juli in New York fotografiert. Sie trägt einen Gabardine-Trenchcoat und eine Lacklederhose von Proenza Schouler sowie einen Kaschmir-Pullover von Ralph Lauren Collection.

- 24 KARL LAGERFELD
- 42 ROKSANDA ILINCIC
- 62 SAHRA WAGENKNECHT
- 90 JEAN TOUITOU
- 114 PRABAL GURUNG

DEUTSCHLAND Sechs Musliminnen erzählen, warum sie Kopftuch tragen. *Seite 56*

UKRAINE Kiew hat herausragende Kirchen und Klöster – und sogar einen Montmartre. *Seite 104*

FRANKREICH Nirgendwo sind Politikerinnen so gut gekleidet wie in der Grande Nation. *Seite 60*

GROSSBRITANNIEN In London sind Teile von Audrey Hepburns Nachlass zu ersteigern. *Seite 106*

KOLUMBIEN Miguel Caballero entwirft kugelsichere Kleidung für Politiker. *Seite 94*

AMERIKA Ivanka Trump ist zum neuen Schönheitsideal aufgestiegen. *Seite 112*

Die nächste Ausgabe des Magazins liegt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung am 14. Oktober bei. **Im Netz:** www.faz.net/stil **Facebook:** Frankfurter Allgemeine Stil **Instagram:** @fazmagazin

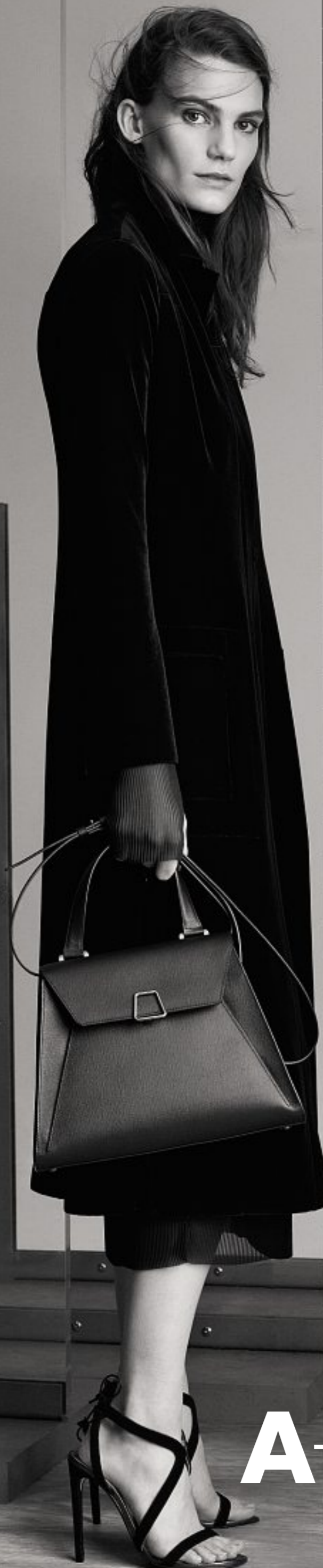
FOTOS: LAETITIA HOTTE, GETTY, DPA, ZEICHNUNG: RUDI HURLZMEIER



Ganz klassisch: Die Mode für den Herbst (Seite 84) ziert auch die Statuen in den Parks und Gärten von Paris.

Alles über Hosen: Marlene Dietrich hat das politischste aller Kleidungsstücke (Seite 75) erfolgreich für Frauen reklamiert.





Düsseldorf
Girardet Haus
Königsallee 27-31
0211 730 602 00

Frankfurt
Grosse Bockenheimerstr. 13
069 219 96 700

Hamburg
Neuer Wall 39
040 430 94 90

München
Residenzstrasse 6
089 238 88 50 00

Wien
Tuchlauben 8
01 535 30 53

Akris Boutique auf
www.akris.ch

A-K-R-I-S-



Aus der F.A.Z. vom 14. September 1957: Ein Land im Aufbruch – der wachsende Wohlstand weckt die Lust aufs Verreisen und bringt die Deutschen auf Achse.

Foto Wolfgang Haut

Vor sechzig Jahren

Am Anfang waren es die unspektakulären Gegenden, die Lüneburger Heide oder das Allgäu. Egal, Hauptsache raus aus den Städten, in denen immer noch teilzerbombte Häuser standen und der eine oder andere Schuttberg auf Halde lag. Und weil nicht jeder ein schickes Cabrio hatte oder die Familie im Opel Kapitän durch die Gegend chauffieren konnte, zwängte man sich in schaukelig gefederte Massentransportmittel und saß schicksalsergeben den Weg ab, erst bis zur nächsten Pinkelpause und dann bis zum Tagesziel, von wo aus es weiterging nach irgendwohin. Hauptsache, die Essensgutscheine des Reiseveranstalters behielten ihre Gültigkeit im örtlichen Restaurant.

Die Autorin Clara Menck beschreibt in der Wochenendausgabe dieser Zeitung vom 14. September 1957 unter dem Foto von Wolfgang Haut zunächst episch die Mühsal einer Pauschalreise – obwohl sie eigentlich darüber schreiben wollte, wie es den überrannten Dörflern erging. Aber den Touristen ging es ja auch nicht gut: erst schlaflos im Liegewagen, dann Tanz und Unterhaltung am Ort mit Schuhplattlern und italienischer Schlagertanzkapelle, dazu Ringelpiez und Suff und am nächsten Morgen wieder alle früh raus, rein in den Bus und auf nach LuganoMeranVenedig, schnell noch irgendwas besichtigen. Erholung allein reichte dem Urlauber nicht, es musste auch noch ein wenig Bildung stattfinden, solange sie im Preis inkludiert war.

Doch nach Clara Mencks Schilderung stehen uns die Strapazen des Nachkriegstouristen plastisch vor Augen. Das alles gibt es heute immer noch, es heißt „All inclusive“, mit Animation und Tagesausflug. Es hat sich durch die Jahrzehnte gerettet, auch wenn die Kulisse heute oft exotischer ist und die „großartige Bergnatur“, das Verkaufsargument der fünfziger Jahre, durch den „Traumstrand“ ersetzt wurde. Wir aber sind da lieber der Herr im Cabrio im Bild vorne, der lässig an dem ganzen Gewimmel vorbeifährt.

Es sei eben alles nicht mehr wie früher, seufzt die Autorin, als die Urlaubsgäste noch am Dorfleben teilnahmen, als sie ihre Stamm-Bergführer hatten und über alpinistische Kenntnisse verfügten. Nun hetzten sie den Berg im Fahrzeug hoch oder mit der Seilbahn, denn der Berg sei domestiziert worden. Manche sähen die Berge gar als harmlose Klettergerüste und näherten sich ihnen in unzureichendem Schuhwerk. Die Alpen, zur Volkstheaterkulisse verkommen. Die Dirndl, nur eine Sommerfrischler-Version der Tracht. Es gebe keine feinen Orte mehr, der Kurbetrieb sei zur Massenveranstaltung geworden. Es werde nicht mehr vornehm Schwindsucht auskurieren, das neue Leiden heiße „Managerkrankheit“ und befallende arbeitende Massen, nicht blässliche Adelstöchter.

Das ist ganz schön viel Kulturpessimismus für diese gute alte Zeit, die vielleicht gar nicht gut war, bloß dass man den Burnout halt noch anders nannte. Dazu liest man ein gewisses Grundbeleidigtsein mit den Einheimischen zwischen den Zeilen, die eben auch nicht mehr hintermond leben und womöglich noch Geschäftssinn an den Tag legen, was natürlich auf Kosten ihrer Authentizität als Eingeborene einer großartigen Bergnatur ging. Und im Grandhotel las man die „Bild“-Zeitung, was natürlich ungeheuerlich war, da stimmen wir zu.

Liebe Clara Menck, möchte man sagen und die Autorin zart am Ellenbogen in die Gegenwart hineinführen, es wird leider nie wieder besser werden mit Ihren geliebten Bergen. Aber schauen Sie mal, dort, die Lüneburger Heide, da, der Thüringer Wald: einsame Gegenden, die Touristen haben sie verlassen, sie sind aus der Mode gekommen. Dort sitzen die Einheimischen und warten nur darauf, dass man sie in ihren Dorfgemeinschaften besucht. Sie würden gerne mal wieder so ein kleines bisschen überrannt werden. Und genau das tun wir jetzt auch, und zwar im Cabrio. Nach Diktat verweist: *Andrea Diener*



OBJEKTE, DIE LEBEN



Angela Merkel:
 "Alle sagen ich werde die Wahlen gewinnen..."



„Ich trainiere trotzdem für den "Wahlkampf"..."

KARL LAGERFELD WARNT DIE BUNDESKANZLERIN

„Es ist gefährlich, zu selbstsicher zu sein, man muss sich immer vorbereiten.“ Was Karl Lagerfeld über die Bundeskanzlerin sagt, könnte auch sein Lebensmotto sein: Man muss auf alles gefasst sein und sich dauernd neu erfinden. Nach 52 Jahren Fendi und 35 Jahren Chanel darf sich der Modeschöpfer den kleinen Hinweis an Angela Merkel erlauben, die seit zwölf Jahren im Kanzleramt zu Hause ist. Für den Wink an Angela Merkel hat unser Zeichner auch politische Gründe: „Im Jahr 2002 war sich Lionel Jospin vor der französischen Präsidentschaftswahl so sicher zu gewinnen, dass er so gut wie keinen Wahlkampf gemacht hat“, sagt Lagerfeld. „Ergebnis:

Er hat nicht gewonnen.“ In der Stichwahl setzte sich damals schließlich Jacques Chirac (den Jospin für zu alt gehalten hatte) mit mehr als 80 Prozent der Stimmen gegen Jean-Marie Le Pen durch. Man erkennt daran, dass ein langweiliger Wahlkampf – und bis zum Redaktionsschluss dieser Ausgabe war der Bundestagswahlkampf durchaus ereignisarm – für einen allzu routinierten Amtsinhaber gefährlich ist. Noch gefährlicher ist die Gelegenheit natürlich für Martin Schulz. Lagerfeld gesteht ihm nur die Rolle des Punchingballs einer trainierenden Boxerin zu. Andererseits: Wer immer einsteckt, dem wird zumindest nicht die Routine zur Gefahr. (kai.)



**MICHAEL
 MICHAEL KORS**

MICHAELKORS.COM

PRÊT-À-PARLER



1



2



3



8



4



6



5



7

DAS BESONDERE PINK

Junge und selbstbestimmte Frauen nutzen Pink jetzt für ihre Zwecke. Ausgerechnet Pink, die Farbe, die Frauen jahrelang gemieden haben, weil an den Warnungen eines Vereins wie Pinkstinks, die Farbe schränke Generationen von Frauen in ihren Möglichkeiten ein, tatsächlich etwas dran sein könnte. Mit den rosafarbenen Ü-Eiern geht es los, und ruckzuck hat man seine Chance auf die Professur in Physik vertan. Der erste Gedanke: besser kein Pink.

Dabei ist Pink schon aus Generationenvertragsicht nicht dazu da, gemieden zu werden. Pink wird nicht verschwinden. Also umso besser, wenn sich Frauen selbst dieser Farbe bemächtigen. Mit Pink kann man heute das Frausein richtig feiern, diese neue Art des Feminismus, die ohne Dogmen auskommt, dafür aber Material für Instagram hergibt, setzt trotzdem noch ein Zeichen, wenn man auf der Straße gegen Donald Trump demonstriert. Natürlich ist Pink in diesem Sinne schrecklich oberflächlich – und zugleich gut zu sehen. Die Pussyhats sind ein schönes

Beispiel. Dabei ist das Pink der Stunde, das den Namen Millennial Pink trägt, eigentlich heller, fast Hautfarben. Bei Missoni (4) trugen die Models es auch auf dem Laufsteg, zu ihren Pussyhats, und Stella McCartney (3) legt nun ihren Bryce-Coat in diesem pudrigen Pink auf. Kann man über Net-a-porter bestellen oder sich selbst ans Werk machen, diesen besonderen Farbton zu mischen. Denn natürlich werden sich diese Teile nur die Wenigsten leisten können. Der Vorwurf wurde auch schon Maria Grazia Chiuri gemacht, der neuen Kreativdirektorin von Dior. Ihre Feminismus-T-Shirts kosten mehrere hundert Euro. Aber es spricht nichts dagegen, selbst kreativ zu werden und sich mit so einem T-Shirt dem Millennial Pink anzunähern. Einfach ein hellgraues T-Shirt in die Waschmaschine legen, dazu einen Beutel rote Farbe, das Ergebnis müsste dem pudrigen Ton recht nahe kommen. Dass es von dort nicht weit ist bis zu Grau, zeigt auch das Kleid von Prada (2).

Millennial Pink soll Programm sein und all den Millennials aus der Seele sprechen, die sich dank der sozialen Netzwerke kreativ inszenieren, die sicher auch wüssten, was sie mit den Handschuhen von Gucci (1) machen würden, die selbstverständlich Pantoletten tragen, den Schuh des Sommers, mit dem man in Samt von Kennel & Schmenger (6) auch noch in diesem Herbst losziehen kann. Auf deren Tasche Michael Kors steht, sodass auch das Portemonnaie von derselben Marke sein kann (5). Es ist schon eine lustige Ironie des Schicksals, dass ausgerechnet die jungen Leute von heute einen eigenen Farbton haben, denen nachgesagt wird, sie würden sich wie ihre Eltern kleiden: die gleichen Skinny Jeans, die gleichen Turnschuhe. Zumindest haben sie ein Rosa für sich. Andererseits: Der Mantel von Max Mara (7) und die Tasche von Valentino (8) sehen so aus, als wären sie auch was für Menschen über 30. Es nutzen fast schon wieder zu viele Pink für ihre Zwecke. (jwi.) Fotos Helmut Fricke



IM SCHATTEN VON LE CORBUSIER

Le Corbusier sah in ihr zunächst nur eine Frau. Eine, die er versuchte abzuwimmeln, als sie sich mit kaum 24 Jahren bei ihm und seinem Vetter Pierre Jeanneret (1896 bis 1967) im Architekturbüro an der Rue d'Assolant 29 in Paris bewarb. „Wir besticken hier ja keine Kissen“, soll er Charlotte Perriand an den Kopf geworfen haben. Erst danach entdeckte der damals schon berühmte Architekt ihre „Bar sous le toit“. Für die „Bar unterm Dach“, für den Pariser Herbstsalon „Salon d'automne“ 1927 gestaltet, hatte sie als erste überhaupt in Frankreich mit Stahlrohrmöbeln experimentiert. Le Corbusier (1887 bis 1965) war begeistert und holte sie an seine Seite. Seine berühmte Corbusier-Liege von 1928 und eine Reihe weiterer Designklassiker hat er maßgeblich ihr zu verdanken.

Charlotte Perriand, 1903 in Paris geboren, zählt zu den großen Gestaltern des 20. Jahrhunderts. Dass sie noch nach ihrem Tod im Jahr 1999 oft nicht als eigenständige Designerin wahrgenommen wurde, liegt vor allem an Le Corbusier, in dessen Schatten sie ihr Leben lang stand, auch wenn die beiden nur zehn Jahre zusammenarbeiteten. Der Architekt baute, sie stattete seine Gebäude mit Möbeln aus, die genauso klare Formen hatten wie die Bauten, die er entworfen hatte.

Heute ist Charlotte Perriands Werk anerkannt. Ihre Entwürfe sind gefragt und werden auf Auktionen hoch gehandelt. An ihrem 114. Geburtstag stehen in Paris im Auktionshaus Artcurial 20 Stücke zum Verkauf, darunter der Schreibtisch „en forme“, den Perriand 1943/44 für Jeanneret entwarf (300.000 bis 400.000 Euro). Auch eines der Bücherregale, die sie 1952 für ein Studentenwohnheim gestaltete, wird angeboten: Der Schätzpreis für die als Raumteiler zwischen Bad (daher die bunten Fliesen) und Schlafzimmer gedachte „bibliothèque Maison du Mexique“ liegt bei 80.000 bis 120.000 Euro. Das Auktionshaus präsentiert die Stücke zunächst in einer Ausstellung vom 20. bis 23. Oktober (7 Rond-Point des Champs-Élysées). Am 24. Oktober werden sie versteigert. (pps.)



Studentischer Raumteiler: Das Bücherregal, das Charlotte Perriand 1952 für das Pariser Studentenwohnheim „Maison du Mexique“ entworfen hat, war einst fest im Boden der Zimmer einbetoniert.

PRÊT-À-PARLER

DIE BAUCHTASCHE ALS BRUSTTASCHE

Sie ist wieder da. Ein Reißverschluss wie scharfgeschliffene Zähne, ein Gurt wie gierige Griffel, ein Stilbruch wie ein Unterhemd mit Silberkette. Die Bauchtasche war immer schon mehr Prolet als Szenestar. Und ausgerechnet jetzt setzt sie zum wiederholten Comeback-Versuch an, der dieses Mal sogar zu gelingen scheint. Das kann nur dem vor einiger Zeit aufgeflamten Hype um alles, was in den Achtzigern und Neunzigern mal hip war, zu verdanken sein. Mindestens so lange ist es her, dass die Bauchtasche die Models der großen Modehäuser zierte. Damals waren es nicht nur amerikanische Lifestyle-Ketten wie American Apparel und Eastpak, die sie verkauften. Die Bauchtasche wandelte sich vom Plastik-Reißverschluss-Modell aus billigem Stoff, der oft auch neonfarben hervorstach, zur gedeckten Version aus schwarzem, gestepptem Echtleder, das Claudia Schiffer in einem Chanel-Kampagnenfoto wie einen halbvergoldeten Lendenschurz vor sich her trug, im Großstadtschungel Berlin, eine Tigerin mit Chanel-



Die Männer von Louis Vuitton haben gemeinsam mit Supreme die Bauch- zur Brusttasche gemacht.

Beutel für alles, was Frau zum Überleben braucht. Zum Glück kommt heute die Bauchtasche als Brusttasche zurück. Richtig gelesen, denn vorbei sind die Zeiten, in denen sie als Hüfttäschchen dienen musste. Der Gurt wird heute – selbst von Kendall Jenner – um die Schulter geschlungen, greift einmal um den Rücken, um sich dann auf Höhe des Ellenbogens wieder auf die Brust zu winden. Dort prängt das eigentliche Täschlein wie ein Orden auf der Brust.

Das ist sicher und praktisch, und obwohl das früher keine stilrelevanten Argumente waren, strahlt der Beutel zumindest bei den Herren mehr Coolness aus als die männliche Adaption der klassischen Frauenhandtasche. Auf gut Amerikanisch: *fanny pack* schlägt *murse*.

Dabei waren es nicht die Köpfe von Louis Vuitton, Alexander Wang oder Supreme, die diese neue Bauchtasche für ihre Laufstegmode erfunden haben. Im Gangstertum – lange einem der wenigen verbliebenen Verfechter dieses Accessoires – ist die Bauchtasche längst zur Brusttasche geworden. Das verleiht ihr *street credibility*, schon weil sie so an Waffenholster erinnert, die man an der Brust trägt.

Natürlich wird die Bauchtasche auch künftig an der Hüfte getragen – ihrem Namen macht sie schon noch weiter Ehre. Um sich von ihrer ewigen Assoziation mit dem Fremdschäm-Tourismus zu lösen, braucht die Bauchtasche aber einen klaren Bruch. Die Abwandlung zur Brusttasche ist so ein Versuch. Auch wenn der Beutel an sich immer ein Stilbruch bleiben wird. *Aziza Kasumov*



Betet er das Publikum an? Oder dankt er den Zuschauern dafür, dass sie ihn anbeten? Virgil Abloh stellt im Juni in Florenz die neue Kollektion für sein Label Off-White vor.

Fotos Helmut Fricke

VIRGIL ABLOH ERKLÄRT, WIE ER DEN TREND ZU SEINEM FREUND MACHT

Wahrscheinlich begann das alles mit dem Skateboarden. Der kleine Virgil, Sohn von Einwanderern aus Ghana, wuchs in einem Vorort von Chicago auf. Auf den Brettern, die die Welt bedeuten, fuhr er nicht nur durch Straßen und Parks – sondern geradewegs hinein in eine globale Jugendkultur aus sportlichen, musikalischen, modischen und verhaltenstechnischen Codes. Denn das Skateboarden erfanden Surfer und Drop-Outs. Und die pflegen keinen Freizeitspaß, sondern eine Lebenseinstellung.

Wenn man wissen will, wie Virgil Abloh zu einem der wichtigsten Modedesigner der vergangenen Jahre werden konnte, zum einflussreichsten Einflüsterer von Kanye West, zum erfolgreichen Unternehmer mit seinem Label Off-White, dann sollte man sich das mit der Lebenseinstellung schon mal merken, als erste Lektion.

Hinzu kamen seltsame *clashes of culture*. In den Musikvideos sah er, dass coole Jungs in New York Polo Ralph Lauren trugen – und er ging in den nächsten Eckladen, um sich ähnlich einzukleiden, aber billiger. So eklektisch hielt er es auch mit der Musik. Vielleicht bringt es nur ein Junge aus zwei Kulturen fertig, Hip-Hop zu lieben und gleichzeitig Guns N' Roses. „Eine ziemliche Mischung“, sagt er im Rückblick und muss selbst darüber lachen. „Menschen sind entweder so oder so. Ich bin beides.“

Eine ziemliche Mischung also. Lektion zwei.

Sollte man einen Beruf daraus machen, Platten aufzulegen oder zu skateboarden? Nicht, wenn man in der „Ersten Welt“ Sohn eines Einwanderers aus der „Dritten Welt“ ist: „Mein Dad hat meinen Studiengang ausgesucht“, sagt Abloh und kann das bis heute nicht schlimm finden. Die Meinung des Vaters: „Mein Sohn soll etwas Richtiges lernen.“ Virgil Abloh machte also 2002, mit 22 Jahren, einen Bachelor als Bauingenieur an der University of Wisconsin-Madison und studierte dann Architektur am Illinois Institute of Technology. „Das hilft mir noch heute“, sagt er. „Als Architekt arbeite ich an Lösungen, basierend auf dem, was ich sehe. Es sind zwei Seiten des Gehirns: wie man etwas macht und wie man es ästhetisch macht. Das praktische Denken ist wichtig: Wie baut man ein Gebäude? Dann aber die Frage: Wie sieht das Gebäude aus? Und schließlich: Muss man das Haus überhaupt bauen? Bis hin zu der Prämisse: Was ist eigentlich ein Gebäude? Und am Ende kann man den Kreis schließen: Wie baut man etwas, ohne dass es dann auch steht?“

Lektion drei: Handfestes lernen und trotzdem beide Gehirnhälften nutzen! Die Baukunst wird mit erkenntnistheoretischem Fundament sogar noch besser.

In Chicago wurde die moderne Architektur gewissermaßen erfunden. Als Virgil Abloh dort studierte, vollendete Rem Koolhaas das McCormick Tribune Campus Center, sein erstes Gebäude auf amerikanischem Boden. „Wie ein solches konzeptuelles Gebäude entsteht, das hat mich wirklich weitergebracht“, sagt Abloh. „Ich wusste nicht, was Kunst war“, sagt er dann, ohne danach gefragt worden zu sein. „Ich dachte, Kunst sei nur für Reiche, Dekoration. Ich dachte, Kunst macht man aus Spaß. Aber gegen Ende des Studiums saß ich im Kurs Kunstgeschichte und entdeckte die Renaissance. Das hat alles geändert.“

Man muss auch einen Mythos aufbauen: Die Moderne hat mich geprägt, die Renaissance hat mich verändert – so etwas klingt gut, sehr gut. Also Lektion vier.



Arbeit am Mythos: Virgil Abloh, geboren 1980, macht sich nichts daraus, zu kopieren und kopiert zu werden.

Und dann merkte er, dass Rem Koolhaas mit Miuccia Prada zusammenarbeitet. „Wow“, dachte er, „man kann ein Architekt sein und für Prada arbeiten!“ Das muss etwas gelöst haben in ihm. Seine Heimat ist seitdem zwischen den Welten. „Ich bin Fashion und Non-Fashion, ich bin Kunst und Nicht-Kunst.“ Off-White, der Name seines Labels, das er 2013 gründete, soll das ausdrücken: „Es ist zwischen Schwarz und Weiß.“ So hält er es auch in der Zusammenarbeit mit Kanye West: „Wir machen einfach, mit viel Gedankenfreiheit. Wir wollen nicht nur in unserer Disziplin steckenbleiben.“ Ein wichtiges Mittel der Selbstvergewisserung ist für ihn die Ironie. „Ironie ist modern. Ich mag Gegensätze. Gegensätze sind real. Auf Distanz zu bleiben ist zeitgemäß. Aneignung ist ein Werkzeug.“ Kein Wunder, dass er sich erst dann richtig anerkannt fühlt, wenn seine Arbeit kopiert wird.

Lektion fünf: Bedeutungslos distanzieren bleiben!

„Jeder wird klassifiziert“, sagt Virgil Abloh. „Aber ich bin heute das, morgen das. Etwas zu erschaffen bedeutet Freiheit. Ich mag die Offenheit von jungen Leuten. Ich kommuniziere mit Menschen, die noch nie einen Designer gesehen haben.“ Und wie alt sind seine Kunden? „Sie sind jung. Und sie sind alt. Es gibt keine Frage, die mich aus dem Dazwischen holen würde.“ Er erzählt von einer Mail, die ihm Sarah Jessica Parker geschrieben hat, sehr lang, sehr gefühlvoll. „Persönliche Geschichten, wie sie Off-White trägt. Und dass ihr Sohn auch die Marke trägt. Ein Haushalt, zwei Generationen, beide tragen Off-White. Chic und Street. Das ist mein Erfolg. Einen Fuß habe ich in der alten Welt, einen in der neuen.“

Lektion sechs: Alterlos erscheinen und alle bedienen.

In seiner Schau in Florenz im Juni für Männer- und Frauenmode führten die Models Produkte von etwa acht Kooperationen mit anderen Marken vor. Und mit wem würde er am liebsten zusammenarbeiten? Chanel? Louis Vuitton? Hermès? „Mit allen.“

Lektion sieben: Ziele hoch ansetzen. *Alfons Kaiser*

MAXMARA.COM



MaxMara



READY-TO-WEAR & ACCESSORIES

LONGCHAMP
PARIS

EIN JUNGDESIGNER IM MUSEUM OF MODERN ART

Herr Malone, Sie sind einer der wenigen Jungdesigner, dessen Arbeiten vom 1. Oktober an in der Ausstellung „Is fashion modern?“ im Museum of Modern Art (MoMA) in New York zu sehen sein werden. Die erste Modeausstellung in diesen Räumen seit 73 Jahren. Gratulation! Wie kam's? Ich stand schon länger mit den Leuten vom MoMA in Kontakt, eigentlich seit ich Student an der Universität Central Saint Martins in London war. 2014 habe ich dort meinen Bachelor gemacht. Nach meiner letzten Schau im Februar kamen sie bei mir vorbei.

Waren Sie überrascht? Immerhin ist es die erste Modeausstellung seit Jahrzehnten.

Ja. Ich war zu dem Zeitpunkt so in meiner Modeblase, dass ich erst mal einen Moment gebraucht habe, um die Bedeutung zu begreifen. Es ist ein Riesenkompiment, dass sie mich ausgewählt haben und meine Arbeit ganz anders präsentieren, als mir das in einer Schau möglich wäre. Das ging echt schnell, wenn man bedenkt, dass ich mein Label erst vor zwei Jahren gegründet habe.

Was hat das Team vom MoMA denn ausgewählt?

Sie waren angetan von meiner Annäherung an Arbeitskleidung, und im Besonderen von dem Jumpsuit. Um so einen Einteiler haben sie mich gebeten. Es geht bei mir immer um den Bezug zum Körper, ich arbeite skulptural, das ist gerade bei einem Einteiler gut möglich. Mich interessiert bei dem Kleidungsstück die Kreuzung aus etwas Praktischem und etwas Elegantem. Und sie passt zu meiner Vergangenheit.

Wie meinen Sie das?

Mit einem Einteiler kann man bei Wind und Wetter auf dem Baugeüst arbeiten. Ich bin in Wexford aufgewachsen, im Südosten von Irland. Mein Vater ist Maler und Raumgestalter, mit ihm habe ich viele Häuser renoviert. Als ich jung war, habe ich sehr viel Zeit auf Baustellen verbracht. Praktische Arbeitskleidung war dabei immer ein Thema, seit ich 13, 14 Jahre alt bin. Meine Idee als Designer ist es jetzt, diesen Ansatz zu überhöhen. Oft reicht ein extravagantes Schnittmuster oder perfekte Maßschneiderei.

Sind Sie so auch zum Modedesign gekommen?

Das gesamte Bachelor-Studium über war ich mir nicht sicher, ob ich Mode oder Kunst studieren sollte. Deshalb habe ich auch keinen Master drangehängt. Ich wollte Mode ausprobieren. Aber ehrlich gesagt bin ich immer noch in diesem Zwiespalt. Ich experimentiere mit Videokunst und Skulpturen.

Jetzt hängt Ihr Werk in einer MoMA-Ausstellung. Das können die wenigsten Künstler von sich behaupten.

Und ich mag das Tempo der Mode. Dass man in direktem Kontakt zu Menschen steht, dass man sie mit seiner Arbeit verändern kann oder die Räume, in denen sie sich bewegen. Einfach über Bekleidung!

Die Fragen stellte Jennifer Wiebking.



Mode oder Kunst? Richard Malone, Jahrgang 1990, trägt auch selbst gerne bunte Anzüge. Sein Label Richard Malone hat er erst vor zwei Jahren in London gegründet. Oben ist der Jumpsuit für das MoMA zu sehen: in Form einer Zeichnung und in echt.

PRÊT-À-PARLER

ALEJANDRO INÁRRITU SIEHT IN MAILAND BLUT UND SAND

Stellen Sie sich vor, Sie verlassen Mexiko und wandern auf illegalem Weg durch die Wüste in Richtung Vereinigte Staaten. Sand, Hitze, Angst. Schwer vorstellbar? Die Installation „Carne y Arena“ von Alejandro González Iñárritu setzt dort an. „Über die vergangenen vier Jahre, in denen ich an diesem Projekt gearbeitet habe, hatte ich das Privileg, mit vielen Flüchtlingen aus Mexiko und Mittelamerika Interviews zu führen“, sagt der mexikanische Regisseur. „Ihre Lebensgeschichten haben mich verfolgt. Also habe ich sie gebeten, mit mir an dem Projekt zu arbeiten.“

Herausgekommen ist eine Installation über sechseinhalb Minuten. Der Besucher wird mit Virtual-Reality-Brille in die Wüste geschickt und tritt in die Fußstapfen der Flüchtlinge, die in der Hoffnung auf ein besseres Leben nach Amerika kommen. Ihre Premiere hatte die Installation bei den Filmfestspielen in Cannes im Mai. Alle wollten einen der begehrten Slots für die Vorführung.

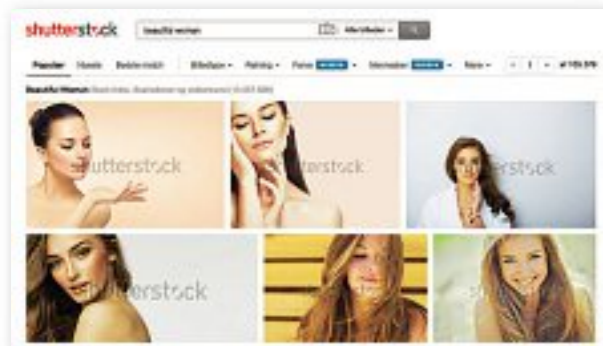


Denn wenn Iñárritu etwas inszeniert, ist es visuell beeindruckend. Der Regisseur hat für seine Filme „Birdman“ und „The Revenant“ mehrere Oscars erhalten, sein Kameramann Emmanuel Lubezki ist ebenfalls mit dem Academy Award ausgezeichnet worden. Nun haben beide für „Carne y Arena“ wieder zusammengearbeitet.

„Ich wollte, dass der Besucher in der Haut der Immigranten steckt“, sagt Iñárritu. Deshalb hat er auch keine Schauspieler engagiert, sondern die Flüchtlinge ihre eigenen Geschichten nachspielen lassen, zum Teil in den Kleidungsstücken, die sie beim Überqueren der Grenze trugen. Der Besucher irrt dank Virtual-Reality-Brille durch die Wüste. Nun ist „Carne y Arena“ in der Fondazione Prada zu erleben. Bitte vorher online einen Slot buchen! Die Plätze pro Vorstellung sind begrenzt. (maru.)

Installation „Carne y Arena“, Fondazione Prada, Mailand, bis zum 15. Januar 2018.

FOTOS: NIEL KELLERHOUSE (BFC, HERSTELLER)

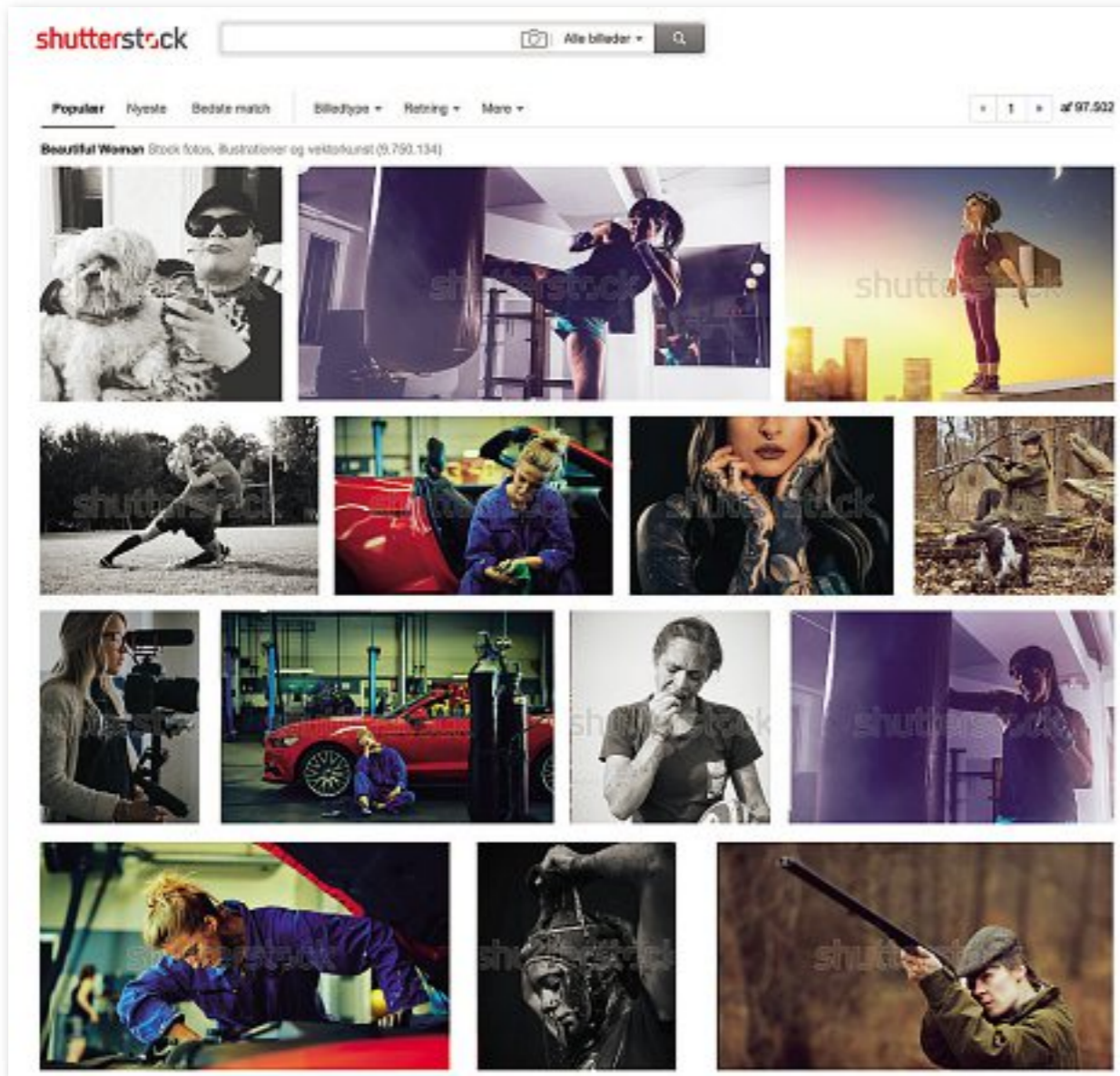


FRAUEN FAST WIE AUS DEM WAHREN LEBEN

Nehmen wir an, Sie brauchen ein ganz bestimmtes Bild. Ein Bild, das zu einem Thema passt, mit dem nicht jeder gleich in Verbindung gebracht werden will. Oder das sich einfach nicht auf die Schnelle bebildern lässt, weil nichts Passendes im Bildarchiv ist. „Frau mit Weinglas“, zum Beispiel. Für diese Fälle gibt es Shutterstock, eine Bild-datenbank mit mehr als 100 Millionen Fotos. Wer auf Shutterstock nach „Frau mit Weinglas“ sucht, bekommt sofort Hunderte Ergebnisse. Wunderschöne Frauen mit herrlich gepflegten Händen und farblich zum Weiß- oder Rotwein abgestimmten Fingernägeln, die mit geschlossenen Augen am Glas schnuppern, sehnsüchtig über das Glas hinweg in die Ferne schauen oder auch einfach am Glas nippen, während im Hintergrund die Sonne auf- oder untergeht. Keines der Bilder ist ein Schnappschuss, jedes Bild wirkt künstlich und realitätsfern. Doch die Frauen sind namenlos, sie haben die Rechte an den Bildern – und in welchem Zusammenhang sie gezeigt werden – abgegeben. Noch ein Vorteil von Shutterstock.

Mit Bildern wie diesen aber erfüllt die Datenbank alle Klischees, wie sie in der Werbung seit jeher bedient werden. Die Shutterstock-Frauen sind Stereotype ohne jede Persönlichkeit. Genau dagegen wollte die Agentur Mindshare Denmark, die 1999 von Martin Rasmussen in Kopenhagen gegründet wurde, ein Zeichen setzen. Sie infiltrierte legal die amerikanische Datenbank und ersetzte die klischeehaften Bilder mit Fotos von unabhängigen, starken und authentischen Frauen in unterschiedlichen Berufen. Die hochgeladenen Fotos wurden verschlagwortet, sodass man, wenn man nun nach „beautiful woman“ sucht (linkes Bild), nicht auf langhaarige Models mit laszivem Blick oder halb geschlossenen Augen stößt, sondern auf Frauen mit Ecken und Kanten (rechtes Bild).

Dass erstaunlich viele von ihnen nicht minder realitätsfern und auf gegensätzliche Art klischeehaft wirken, Frauen beim Kampfsport, im Blaumann in der Autowerkstatt oder auch mit Gewehr auf der Jagd, unterstreicht



Digitale Realitäten: Mindshare ersetzt die klischeehaften Fotos auf Shutterstock (links) mit authentischeren Frauenbildern.

noch die Absicht der „Image Hacker“, überholte Frauenbilder zu erschüttern.

Für ihre Aktion, die mitgetragen wird vom Unternehmen Dove, wird die dänische Agentur in diesem Jahr mit einem Preis des internationalen Gender-Design-Netzwerks ausgezeichnet. Den „iphiGenia Gender Design Award Revolution 2017“ bekomme Mindshare für die einzigartige Initiative, heißt es von Seiten der Jury. Sie durchbreche Konventionen, indem sie die mit stereotypen Shutterstock-Frauenbildern überschwemmte Werbewelt mit realistischen Fotos unabhängiger, starker Frauen kontrastiere.

„Diese bewusst offene Design-Aktion stellt eine Plattform bereit, die zum kollektiven Mitmachen einlädt, da sie sowohl Werbefotografinnen und -fotografen aktiv ermutigt, kontinuierlich solche realistischen Frauenbilder anzufertigen, als auch Werbeagenturen auffordert, diese Fotos zu nutzen. Außerdem ist das Design außerordentlich nachhaltig, da ‚Image Hack‘ kontinuierlich weiterwachsen kann, wenn Profis die frauenfeindlichen Bilderwelten und damit die digitale und gedruckte Realität essentiell verändern.“ (pps.)

Die Preisverleihung findet am 12. Oktober 2017 um 19 Uhr im Museum für Angewandte Kunst Köln/MARKK statt.

PRÊT-À-PARLER



HEINZ SCHENK IST WIEDER BEIM HR

Wohin mit Heinz Schenk? Also mit dem fotografischen und filmischen Nachlass des bekanntesten hessischen Fernsehunterhalters? Das fragten wir uns, seitdem wir in diesem Magazin im November 2016 die abenteuerliche Geschichte unserer Volontärin veröffentlicht hatten, die im vergangenen Jahr mit guten Vorsätzen zur Versteigerung des Schenk-Nachlasses gefahren war und dort für gerade einmal 55 Euro zehn Kisten voller Dias und Schmalfilme ersteigert hatte. Die schönsten Urlaubsfotos des Entertainers, der am 1. Mai 2014 in Wiesbaden gestorben war, sind also nun in der Welt: Eines ist rechts zu sehen, weitere unter www.faz.net/magazin, Ausgabe 42. Und die Kisten? Wären zwar auch von Interesse fürs Archiv dieser Zeitung. Aber einen größeren ideellen Anspruch darauf hat natürlich der Hessische Rundfunk. Dort hatte Schenk 1951 als Radiomoderator begonnen, dort moderierte er von 1966 bis 1987 insgesamt 134 Mal die Show „Zum Blauen Bock“. Und dort sitzt in der Pressestelle Christian Bender, der Heinz Schenk noch kannte und sein Werk pflegt. Ihm haben wir die Kisten übergeben. Unter den Augen Heinz Schenks (Foto links) kümmert sich Bender dort nun um Heinz Schenk. (F.A.Z.)



FOTOS SHUTTERSTOCK (2), ALFONS KAISER, ARCHIV



HERNO

MARTIN SCHULZ GRILLT HIER FÜR UNS

Martin Schulz misst sich nicht politisch und auch nicht im sportlichen Wettkampf. Bei Martin Schulz geht es ums Essen. Der 38 Jahre alte Oberpfälzer ist der deutsche Grillmeister 2017. Zusammen mit seinem Team „Grill-doch-Mal“ überzeugte er Anfang August in Fulda die Jury mit der Kreation „Bayerischer Grillbauch trifft Asia-Burger“; auf dem Foto rechts sind die Sieger am Ende der Grillmeisterschaften mit den fertigen Gerichten zu sehen, Schulz in der Mitte. Im Oktober werden sie bei der Grillweltmeisterschaft in Irland antreten.

Schon längst geht es dabei nicht mehr um die Rostbratwurst. Der Schweinebauch etwa war vorgegeben bei der Grillmeisterschaft, die Zubereitung blieb den Teams überlassen. Die simple bayerische Art mit Kümmel und Salz war den Profis zu langweilig. Also backten sie Burgerbrötchen, die sie mit Roter Bete pink einfärbten, und legten asiatisch gewürzten Schweinebauch dazwischen. Schulz mag Farben: „Vom Grillen wird ja eh alles braun.“

Mit seiner Frau Cornelia, die Köchin und Konditormeisterin ist, leitet er die „Grill-doch-mal“-Schule in Berg bei Neumarkt. „Spielt gerne mit dem Feuer“ – das ist einer der Werbesprüche über Schulz, der im Softwarevertrieb arbeitet und am liebsten Steaks und fränkische Schäufele grillt. Während viele den Grill jetzt schon in die Gartenhütte räumen, grillt er auch bei Kälte: „Am Feuer neben dem Glühlachs stehen, sich von innen mit einem Glas Punsch wärmen und dazu Wintergerichte genießen.“ Aber bevor wir zur Weihnachtssente kommen, hat er uns zwei Ideen für hier und heute geschickt. *Ariane Dreisbach*

PRÊT-À-PARLER



SWEET & HOT ATOMIC BUFFALO TURDS

Zutaten:
25 Jalapeños
1 Pckg. Philadelphia
60g Cheddar, fein würfeln
50g Mozzarella, fein würfeln
50 Speckstreifen
50 Datteln, ohne Kern
Rub zum Abschmecken (Magic Dust)

Zubereitung:
Die Jalapeños halbieren und die Wände und Kerne entfernen. Philadelphia mit Cheddar und Mozzarella mischen und mit dem Rub abschmecken. Es darf ruhig würzig sein. Die Jalapeños „auf Strich“ mit der Füllung befüllen. Je eine ganze Dattel auf die gefüllten Chilis legen und mit Speck umwickeln.

Grillen:
Indirekt, mit Rauch (die ersten 15 Minuten)
Temperatur: 120-140° C
Dauer: 40-60 Minuten (abhängig von der Temperatur)
Optische Erkennung des fertigen Zustands: Der Speck ist braun und knusprig.



BACON TAPAS

Zutaten:
Banane
Apfel
Baconscheiben
Honig

Zubereitung:
Feuerplatte oder Plancha vorbereiten (alternativ geht auch die Stahlplatte im Grill). Banane und Apfel in Stücke schneiden und mit Bacon umwickeln. Alles auf die Stahlplatte geben und gelegentlich wenden. Wenn der Bacon langsam kross wird, mit Honig übergießen und noch leicht karamellisieren lassen.

FALSCHER FREUNDE IM ECHTEN HALLSTATT

Die Lage am See, die pastellfarbenen Häuschen, der spitze Kirchturm, der kleine Marktplatz mit Brunnen: Man hat sich schnell verliebt ins Alpendorf Hallstatt im oberösterreichischen Salzkammergut. So gesehen war es nur menschlich, dass chinesische Architekten vor Jahren beschlossen, die europäische Dorf-Idylle bei sich zu Hause nachzubauen. 2012 war Eröffnung, im Kreis Boluo in der Provinz Guangdong, samt kleinem Marktplatz, spitzem Kirchturm, pastellfarbenen Häuschen und einem See. Nur auf den Dachstein, der knapp 3000 Meter hoch über Hallstatt thront, verzichteten die Bauherren dann doch.

Hallstatts Bürgermeister hatte von den Plänen der Chinesen damals nur per Zufall erfahren. Entsprechend reserviert fielen die ersten Reaktionen der rund 800 Original-Hallstätter aus. Als die Kopie aber erst mal stand, überwog der Stolz. Und die Aussicht auf rosige Zeiten in der Unesco-Welterbe-Region Hallstatt-Dachstein/Salzkammergut: Der Klon sei „ein Geschenk“, freuten sich die Touristiker, „eine tolle Werbung“ auf dem chinesischen Markt. Das hat sich so bestätigt – allerdings in einem Aus-



Wahre Idylle: Das oberösterreichische Dorf Hallstatt gibt es gleich zweimal – dies hier ist das Original.

maß, das heute nicht mehr viele Hallstätter als Geschenk sehen. Neu-Hallstatt in Fernost kam so gut an, dass viele Chinesen unbedingt das Original sehen wollen – und sich aufmachen nach Oberösterreich. Nach Schätzungen von Hallstätter Bürgern drängen sich in der Hochsaison bis

zu 7000 Besucher am Tag in der kleinen Gemeinde. Und immer mehr von ihnen kommen aus Asien – vor allem aus China.

Im Ort kursieren Geschichten über Besucher, die sich offenbar in einem Freilichtmuseum wähen, die schnurstracks in Häuser der Einheimischen marschieren oder ferngesteuerte Drohnen für Fotos und Filmaufnahmen vor Fenstern, über Balkonen und durch Gärten schwirren lassen – immer auf der Suche nach dem unverfälschten Alpen-Dasein. Die Folge ist, dass im bildschönen Mustersdorf nun Informationstafeln die Besucher vom Drohneinsatz abbringen sollen. Die plakativen Hinweise sollen außerdem verhindern, dass die Alpenfreunde Müll im Hallstätter See entsorgen, ungebeten Privatgrundstücke betreten oder Zigarettenstummel einfach wegwerfen. Eine mögliche Obergrenze für Tagesbesucher immerhin hat der Bürgermeister von Hallstatt aber schon mal ausgeschlossen. Blöd halt nur, dass sie jetzt im Kreis Boluo in der Provinz Guangdong wohl oder übel auch nachrüsten müssen. *(nle.)*

FOTOS: DPA, WDR/IMAGES, PRIVAT (2)

GROBE BOCKENHEIMER STRASSE 43 +49 (0)69 21997279 STUARTWEITZMAN.COM

STUART WEITZMAN





„Ich bin eine Kämpferin. Ich kann nichts dagegen tun“: Angela Missoni nach ihrer Schau im Februar während ihrer Rede gegen Donald Trump; links ihre Mutter, Rosita Missoni

ANGELA MISSONI ÜBER IHREN PUSSYHAT AUF DEM LAUFSTEG

Frau Missoni, am 21. Januar liefen Frauen mit pinkfarbenen Pussyhat-Mützen bei den Demonstrationen gegen Donald Trump mit. Wann wussten Sie, dass Sie diese Mützen auch brauchen?

Es waren damals ja wirklich Millionen Frauen, die für ihre Rechte und überhaupt für Menschenrechte auf die Straße gegangen sind. Nicht nur in den Vereinigten Staaten, sondern überall auf der Welt. In Mailand waren es nicht so viele. Ich konnte auch nicht dabei sein, ich war an dem Tag in meinem Dorf, in Sumirago. Aber ich wollte trotzdem Teil dieser Bewegung sein. Diese Kraft, die davon ausging! Aus der Mode waren ja auch viele dabei. Da wurde mir bewusst, dass wir eine Stimme haben, die wir nutzen sollten. So kam ich auf die Idee, bei meiner Schau pinkfarbene Pussyhats zu verteilen. Denn dann hört man meine Stimme etwas besser als sonst.

Bis zur Schau hatten Sie damals nur einen Monat Zeit. 27 Tage! Wir sind ja ein großes Haus, aber trotzdem war das eine Herausforderung. 1500 Mützen! Ich hatte ja auch noch meine Kollektion, ich musste das passende Garn finden, und ich hatte meine Zweifel: Vielleicht werde ich missverstanden. Also dachte ich: Oh Gott, was mache ich hier eigentlich? Ist das richtig? Auch innerhalb des Unternehmens gab es Zweifel. Aber ich habe versucht, so wenig wie möglich darauf zu hören und einfach nur geradeaus zu schauen.

Richtung Laufsteg, wo Sie dann nach der Schau eine Rede gehalten haben.

Ja, ich habe mit einigen Freunden darüber gesprochen, und sie haben mich dazu ermutigt. Einige Designer haben sich subtil geäußert, viele haben auch einfach gar nichts zur aktuellen politischen Lage gesagt. Ich dachte, man sollte deutlicher werden. Ich bin jemand, der für

alles in seinem Leben kämpft. Aber Zweifel sind in so einer Situation normal, denn ich mache meinen Job, und dazu gehört auch die Verantwortung für die Mitarbeiter in unserem Unternehmen.

Denken Sie, solche Zweifel sind typisch weiblich?

Ich glaube nicht. Meine Freunde rieten mir, dass ich auch etwas sagen sollte, es würde nicht reichen, nur die Pussyhats zu verteilen. Das passt eigentlich ganz gut



Jetzt stehen die Ohren: Angela Missoni mag den Pussyhat nicht erfunden haben, aber immerhin hat sie ihn optimiert.

zu meiner Art: Ich melde mich gerne zu Wort. Darin habe ich Übung.

Neben Ihnen auf dem Laufsteg standen Ihre Mutter und Ihre Töchter. Wie haben sie diese Situation empfunden? Meine Mutter konnte anfangs nicht so viel damit verbinden, denn in Italien stand darüber gar nichts in der Zeitung. Wer nicht im Internet unterwegs war, hat das nicht mitbekommen. Aber spätestens zur Schau hatte sich das dann geändert. Sie sagte, ich sei schon immer eine Rebellin gewesen.

Liegt das in der Familie? Ihre Eltern haben das Haus ja schon durch bewegte Zeiten wie die Sechziger geführt. Nicht politisch, aber was ihre Haltung angeht, trifft das auf jeden Fall zu. Sie haben immer schon ihr Ding gemacht. Das ging schon damit los, dass sie sich gegen Mailand entschieden haben und lieber auf dem Land arbeiten wollten. Ihnen war dieses Lebensgefühl sehr wichtig: Mit einem schönen Blick auf den Berg arbeitet es sich besser. Mein Vater war in der Hinsicht sehr von seiner Zeit in der Kriegsgefangenschaft beeinflusst, von seinem 21. bis 26. Lebensjahr war er in Nordafrika. Das hat ihn gegen vieles im Leben immunisiert, besonders gegen die Politik.

Ihre Aktion dagegen war sehr politisch.

Ich bin eine Kämpferin. Ich kann nichts dagegen tun. Und ich war stolz darauf. Auch in technischer Hinsicht. Das Strickmuster zu den Pussyhats ist natürlich sehr gut, aber die Ohren zeigen nach unten. So gut wie alle Pussyhats, die bei den Demonstrationen zu sehen waren, hatten abgeknickte Ohren. Ich wollte aber stehende Ohren. Mit einer Falte in der Mitte war das Problem gelöst.

Für Sie als Strickexpertin ist das natürlich eine Kleinigkeit. Es war witzig, denn ich habe im Internet einen Kommentar eines Strickers gelesen: Sie hat eine Lösung für die Ohren gefunden. Ich habe den Pussyhat nicht erfunden, aber immerhin habe ich ihn optimiert.

Die Fragen stellte Jennifer Wiebking.

BRUCE WEBER

VERSACE

PRÊT-À-PARLER



SIE BLEIBT

In ihrer Jugend im zerrissenen Jugoslawien stand Roksanda Ilincic schwierige Zeiten durch. Heute ist sie eine der wichtigsten Londoner Designerinnen. Ihre Lebenserfahrung kann sie in Brexit-Zeiten gut gebrauchen.

Von Jennifer Wiebking

Im Empfangsbereich des Ateliers hängt ein riesengroßes Foto des Berliner Reichstags im Bauzustand. Drumherum orangefarbene Kräne, an der Kuppel wird noch gearbeitet. Erste Frage also an Roksanda Ilincic, die an diesem sommerlichen Dienstag gerade zur Tür hereinkommt: Was hat der Berliner Reichstag mit ihrer Arbeit zu tun? Die Designerin trägt ein langes Kleid in Gelb mit floralem Muster und Ärmeln bis über die Ellenbogen. Es könnte auch als Abendrobe taugen. Aber Roksanda Ilincic bewegt sich an diesem Vormittag darin ganz selbstverständlich, auch in den spitzen rosa-farbenen Ballerinas mit breiten Riemen aus ihrer Kooperation mit Malone Souliers, mit den großen Ohrringen in Gelbgold, die sie selbst entworfen hat, mit der hellblauen Tasche aus ihrer Accessoire-Linie. Die Kollektion für die nächste Saison hängt an Puppen aufgebaut im Flur. Hier hat alles etwas mit Roksanda Ilincic zu tun, jedes Detail ist durchdacht. Selbst die Clutches, die auf Regalen an der Wand stehen, sind so angeordnet, dass sie zusammen aus dem Augenwinkel wie eine Skulptur wirken.

Nur das Bild des Berliner Reichstags soll eine Ausnahme sein. „Die ehemaligen Mieter haben von hier aus eine Druckerei für Fotos geführt“, sagt die Designerin etwas verlegen. „Mir gefiel das Bild so gut, dass ich sie beim Auszug gebeten habe, es hängenzulassen.“

Das Bild soll also kein Signal dafür sein, dass die 40 Jahre alte Modemacherin all die Frauen, die im Berliner Reichstag tätig sind, schon fest im Blick hat. Das Foto erzählt vielmehr davon, wie sich ihr Label allmählich breitmacht, nicht nur in der Wahrnehmung der Menschen, sondern auch in diesem Gebäude, in der vierten Etage des Neubaus am Kanal in Hackney. Hier ging es vor vier Jahren los. Als die Druckerei vergangenes Jahr auszog, übernahm sie auch noch die Kellerräume. „Es ist nur noch eine Frage der Zeit, bis wir alles dazwischen anmieten“, sagt Ilincic, und es klingt nicht wie ein Scherz.

Der Grund dafür sind nämlich doch einige Frauen des öffentlichen Lebens, die Roksanda Ilincic so sehr vertrauen, dass sie bei Auftritten mit hoher Wahrscheinlichkeit ein Kleid von ihr tragen. Die Beispiele aus den vergangenen paar Jahren lesen sich wie Fußnoten der Weltgeschichte, allerdings oft unfreiwillig komische, so dass man jetzt eigentlich den lachenden und zugleich weinenden Emotion-Smile in den Text schalten müsste. Samantha Cameron, die Frau des ehemaligen britischen Premierministers, trug ein Kleid in Dunkelblau mit großem Muster in Rosarot zum Auszug aus Downing Street, nachdem ihr Ehemann in Folge des von ihm selbst angezettelten Brexit-Referendums zurückgetreten war. Melania Trump hielt eine von Michelle Obama abgeschriebene Rede und trug dazu ein Kleid in Weiß mit tulpenförmigen Ärmeln, das ursprünglich für standesamtliche Hochzeiten gedacht war. Die Herzogin von Cambridge wiederum trug kurz nach ihrer Hochzeit ein Kleid in Knallgelb, über das ihr frischgebackener Ehemann Prinz William sagte, sie sehe darin aus wie eine Banane. Es waren allesamt ihre Entwürfe. Nicht dass sich die Designerin auf seriöse Anlässe mit seltsamem Ende spezialisiert hätte: Michelle Obama trug ihre Kleider während der Amtszeit ihres Manns auch auf unspektakulären Staatsbesuchen in Asien.

Roksanda Ilincic sagt zu diesen Coups, die sie innerhalb von wenigen Jahren in den Mittelpunkt der Mode katapultiert haben, nicht viel. „Ich hatte großes Glück, für solche Frauen zu entwerfen, aber ich entwerfe auch für viele andere.“ Interessanterweise war gerade das Kleid von Melania Trump, das sie sich damals über den Online-Shop Net-a-porter bestellt hatte, ausverkauft, kurz nachdem sie darin aufgetreten war. Jetzt gerade wollen viele Frauen ihre Kleider haben. In diesen Entwürfen scheinen sie sich neu entwerfen zu wollen.

Die Kleider sind nicht irgendwelche Fähnchen. Sie sind meist aus recht dickem Stoff, von innen mit Seide gefüttert, die Röcke mindestens leicht ausgestellt, die Farben oft dominant. Diese Kleider tragen die Frauen so sehr wie die Frauen die Kleider tragen. Man kann sich darin unbefangen bewegen. Unter die meisten passt ein BH. Nummer-sicher-Modelle sind es trotzdem nicht. „Die Aufgabe des Designers ist es doch, den Kleidern eine Seele zu geben und zugleich die kreativen Normen zu hinterfragen“, sagt Roksanda Ilincic. „Ist es feminin? Wie könnte etwas Weibliches auch noch aussehen?“

So hat sie immer entworfen. Die langgezogenen Silhouetten und das *colour blocking* waren schon ihr Ding, als Frauen noch knielange Kleider trugen und die Farbkombination Orange-Türkis scheuten. Dabei wirken

die Kleider genau damit im echten Leben so wie auf Bildern. Sie passen also auch Frauen, die beim *handshake* mit einem Staatspräsidenten damit rechnen müssen, x-mal fotografiert zu werden. „Ich bin eine Frau und glaube deshalb auch zu wissen, was andere Frauen brauchen. Von dieser Seite gehe ich es immer an: als Frau, die selbst konsumiert und etwas trägt.“ Ihr heutiger Look spricht für sich. „Es geht nicht um irgendeine Phantasie, die ich ausleben möchte, sondern um die Realität.“

Apropos Realität: Das Handy, das noch in der Handtasche ist, macht sich an diesem Vormittag alle paar Minuten bemerkbar. Es ist nicht der typische langegezogene Ton, wenn eine Nachricht über Whatsapp eintrifft, sondern ein kurzes, leises Biep. Überfluss hat bei dieser Designerin nichts zu suchen, vielleicht mit Ausnahme der Grünpflanzen im Konferenzraum, die mit Pflanzen auf der anderen Seite des Fensters durchaus ähneln.

Roksanda Ilincic wählt aus, was in ihrer Welt eine Berechtigung hat. Muss sie vermutlich, mit heute 55 Angestellten. Sogar ihr Nachname fiel der strengen Auswahl zum Opfer. 2005 gründete sie ihr Label Roksanda Ilincic. Zum zehnjährigen Jubiläum verkürzte sie es zu Roksanda. „Händler, Kunden, Journalisten, alle hatten Probleme, meinen Nachnamen auszusprechen. Anfangs habe ich versucht, es ihnen beizubringen. Aber je sicherer ich in meinem Vorhaben wurde, desto weniger hat es mich gekümmert. Sollen sie mich doch einfach Roksanda nennen.“ Das Jubiläum war ein guter Zeitpunkt: Wer den Nachnamen nach zehn Jahren noch nicht auszusprechen gelernt hat, wird es vermutlich niemals können. Ihren Vater fragte sie trotzdem. „Er sagte, er habe nie verstanden, warum ich das nicht von vornherein gemacht habe.“

Nur die serbische Färbung in ihrem Englisch ist bis heute da. Sie verrät, woher die Designerin kommt. Roksanda Ilincic ist in Belgrad aufgewachsen, genauer gesagt nebenan, in Zemun, am Stadtrand, einer geradezu dörflichen Gegend an der Donau. Dort ist sie heute immer noch öfter, etwa dreimal im Jahr. „Es war eine glückliche Kindheit.“ Ihr Vater Lazar war Geschäftsmann, der heruntergewirtschaftete Firmen wieder aufgebaut hat, ihre Mutter Ranka PR-Beauftragte für Pharmaunternehmen. „Das war ein sehr ungewöhnlicher Beruf damals. Wegen des Jobs war meine Mutter viel unterwegs, in Deutschland, Italien, aber auch in Paris.“ Dort entwickelte sie, natürlich, eine Vorliebe für Yves Saint Laurent.

„In einem anderen Leben wäre sie vermutlich Modedesignerin geworden. Jugoslawien war ja in keiner Weise führend in Sachen Mode. Ein bisschen was kam aus Italien rüber, ein bisschen was aus der damaligen Sowjetunion, das war's.“ Die Yves-Saint-Laurent-Sammlung der Mutter war einzigartig. „Aber sie mochte herbstliche, dunkle Töne lieber. Ich hingegen bevorzuge heute knallige Farben.“ Mit der Mutter frequentierte Roksanda als Kind auch einen Belgrader Schneider. „Der hat für mich kleine Kleider gefertigt. Eigentlich klar, dass ich in dem Moment, als ich selbst eine Tochter bekommen habe, auch mit einer Kinderlinie anfangen musste.“

Als es um die Wahl des Studienfachs ging, entschied sich Roksanda Ilincic für Architektur. „Ich war immer kreativ und wollte eigentlich Mode machen, aber Mode hatte in meinem Land einen so furchtbar schlechten Ruf. Es gab ja auch kaum Jobchancen, und es galt als nicht gerade ernsthaftes Fach.“ Also Architektur. Aber Mode blieb ein Nebenprojekt. „In den Buchhandlungen fiel es mir immer besonders schwer, die Bücher über Architektur zu kaufen und nicht die über Mode.“

Dann kam, nach dem Bosnienkrieg, der Kosovokrieg, und Belgrad wurde im Frühjahr 1999 von der Nato bombardiert. Ilincic erzählt von Tagen ohne Strom in der Uni, als man wie in einer Blase lebte. „Seltsamerweise geht das Leben auch so weiter. Ich liebe mein Land und erinnere mich an viel Gutes. Aber den Krieg versuche ich zu vergessen, denn es war wirklich ein Albtraum. Natürlich haben wir es nicht so gespürt wie die Menschen in Bosnien. Aber Familie hatte ja jeder überall.“

Als der Krieg vorbei war, lebte sie sich zunehmend in der Mode aus. „Die Magazine waren sehr teuer, aber ich musste sie einfach haben. Und je mehr ich las, desto öfter begegnete mir darin diese Londoner Universität, Central Saint Martins.“ Alle Designer, die sie bewunderte, waren dort ausgebildet worden – von der legendären Professorin Louise Wilson, die im vergangenen Jahr verstarb. „Ich dachte, dass ich sie unbedingt treffen müsste, aber hätte niemals erwartet, dort wirklich angenommen zu werden. Die Idee klang wie ein viel zu weit entfernter Wunsch.“

SIE BLEIBT

Sie zog zum Masterstudium um. Im Auswahlgespräch hatte Wilson sie gefragt, was sie später vorhabe, und Ilincic erzählte vom Projekt eines eigenen Labels. „Louise hat nur gelacht und gesagt, ich wisse nicht, wie hart das sei.“ Nach dem Studium half ihr die Lehrerin trotzdem – indem sie der Absolventin den Rat gab, erst einmal auf freier Basis zu arbeiten und zu modeln. „Sie sagte, damit könne ich in kurzer Zeit viel Geld verdienen. Dafür bin ich sehr dankbar.“ Im Jahr 2005, als sie genug gespart hatte, zeigte Roksanda Ilincic ihre erste Kollektion unter eigenem Namen bei der Londoner Modewoche. Es waren nur zwölf Kleider. Die Luxusboutique Browns bestellte anschließend trotzdem. Dann kam Harvey Nichols.

Damals war London modisch noch nicht richtig da. Es gab zwar gute Absolventen und wichtige Läden. Aber die Designer gingen fort, sobald sie einigermaßen bekannt und erfolgreich waren. Alexander McQueen, Stella McCartney, Vivienne Westwood, John Galliano zeigten ihre Kollektionen in Paris, Burberry in Mailand. London drohte zum weißen Fleck auf der Modelndkarte zu werden. Dann kam die Finanzkrise, und siehe da: Kleine Labels wie Roksanda Ilincic, Christopher Kane oder Erdem verschwanden nicht. Sie waren wenig genug, sich auf die neuen Verhältnisse einzustellen, und konnten sich etablieren. „Die Umstände veränderten sich damals schnell. Man konnte von einem Tag auf den anderen sehen, wie der Wunsch zu experimentieren zurückgestellt wurde und stattdessen moderate Entwürfe wichtiger wurden: statt Cocktailkleidern mehr Tagesgarderobe.“

Dass sie zuvor Architektur studiert hatte, sollte ihr jetzt gerade recht kommen. Man sieht es bis heute an ihren Kleidern. Für die Frauen, die sie tragen, sind sie fast schon eine Art Zuhause. „Ich denke, dass wir über Kleidung kommunizieren, aber zugleich soll sie uns auch beschützen. Es geht darum, mit Mode selbst entscheiden zu können, was man der Außenwelt über sich preisgibt und was nicht.“

Das ist auch aktuell von Bedeutung. Ilincic bekam früher Probleme mit Händlern, wenn der Saum bis knapp über die Fußknöchel reichte. Jetzt ziehen sich viele Frauen moderater an. Das Kleid dieses Sommers war eher ein

Gewand, wie auch Ilincic es heute trägt, mit langen Ärmeln und tief sitzendem Saum, ein Kleid, das zwischen Stoff und Körper immer noch ein bisschen Luft lässt. „Handel und Shopping verändern sich jetzt – leider zum Schlechteren. Die Menschen sind sehr vorsichtig, darauf muss ich mich einstellen. Dabei hat der Brexit eigentlich noch nicht mal richtig begonnen.“

Es ist das große Thema der Londoner Designer. Das schwache Pfund gibt ihnen schon jetzt einen Eindruck davon, wie es hier bald zugehen könnte. Für die Fertigung ihrer Entwürfe sind sie stark vom Ausland abhängig, vor allem vom EU-Ausland. Die Stoffe kommen aus Italien, die Näherinnen sitzen in Portugal und Osteuropa oder sind von dort aus gleich nach London übersiedelt.

Roksanda Ilincic ist jetzt noch öfter in ihrem eigenen Flagship-Store an der Mount Street und in den Läden in London, die ihre Marke führen, um sich direkt mit den Kunden zu unterhalten. „In meiner Jugend habe ich erfahren, wie sich die Zustände über Nacht verändern können, wie Menschen, die nebeneinander wohnen, plötzlich von schlechter Politik beeinflusst werden, was nicht das Beste in ihnen hervorbringt. Und es tut mir sehr leid, dass wir das jetzt auch hier sehen.“

In ihrer Jugend wurde sie für solche Momente sensibilisiert. „Dinge, von denen alle sagen, sie könnten nicht passieren, die dann doch passieren.“ Siehe den Ausgang des Brexit-Referendums oder die Wahl von Donald Trump zum amerikanischen Präsidenten. „Natürlich ist der Brexit nicht vergleichbar mit Krieg. Aber zu beobachten, wie es so weit kommt, war für mich kein großer Schock.“ In dieser Hinsicht seien sich Mode und Politik sehr ähnlich. „Es ist vielleicht komisch, das zu vergleichen, aber in beiden Fällen wiederholt sich Geschichte.“

Die britische Hauptstadt ist trotzdem längst Zuhause. Roksanda Ilincic wohnt im Norden der Stadt, wo man besonders viele Corbynisten trifft, Anhänger des Labour-Chefs Jeremy Corbyn. „London ist bislang so gut zu mir gewesen. Das genieße ich an der Stadt: Wer Qualität bringt, hat auch eine reelle Chance.“ Dass die Stadt zugleich zahlreiche Parallelschichten hervorbringt, ohne Chance auf gegenseitige Annäherung, tut sie ab. Die *council estates*, die Sozialwohnungen selbst in gutbürgerlichen Stadtteilen, seien noch immer Orte, an denen sich Menschen mit unterschiedlichen Hintergründen trafen. „Schauen Sie sich an, wie es in anderen Metropolen zugeht, wo ethnische Minderheiten einfach in großen Komplexen an den Stadträndern untergebracht werden. Ich finde das System hier in jedem Fall besser.“

Auch gegenüber von ihrem Atelier steht so ein *council estate*, daneben große alte Fabrikhallen, der Kanal, auf dem Menschen in Hausbooten wohnen. „Einer unserer Mitarbeiter macht das auch. Und gleich um die Ecke ist ein sehr gutes japanisches Restaurant.“ Ilincic wohnt in der Nähe, mit ihrem Mann, Philip Bueno de Mesquita, der vor seiner Zeit als Modeunternehmer einer Schuhmarke in der Punkszene war, sowie ihrer gemeinsamen Tochter Efimija. Die Sechsjährige ist benannt nach der ersten serbischen Dichterin, Jefimija, die im 14. und 15. Jahrhundert gelebt hat. „Den Namen fand ich wunderschön, aber das J mochte ich nicht. Ich wollte nicht, dass die Leute es abkürzen und meine Tochter Jeffi nennen.“ Also Efimija. Ilincic spricht serbisch mit ihr, das kyrillische Alphabet wird sie allerdings erst mal nicht lernen.

Nachdem sie ihre Tochter zur Schule gebracht hat, ist sie innerhalb von 20 Minuten im Büro. Wenn das Wetter nicht allzu mies ist, geht sie zu Fuß. „Zu Beginn hatte ich natürlich das Gefühl, ich säße in einer niemals endenden Achterbahn. Aber irgendwann findet man wieder Halt und kommt mit der Doppelbelastung besser klar.“ Ilincic sagt, sie treffe Entscheidungen jetzt schneller und konzentrierter. „Die Natur hat uns diese Fähigkeit doch gegeben. Wir denken voraus und planen mehr als Männer. Sie sind da anders. Ihnen ist das einfach nicht gegeben, also kann man es auch nicht von ihnen erwarten.“

Roksanda Ilincic ist nicht nur unerschrocken, sie ist tatsächlich auch eine Kümmerin. Zu Beginn des Gesprächs hat sie gefragt, ob man überhaupt Zeit gehabt habe zu frühstücken. Jetzt, beim Rausgehen, vorbei an ihrer umfangreichen Kollektion und an dem Reichstagsbild, erzählt sie noch immer von der Balance, die in ihr Leben eingekehrt ist, seit sie ihre Tochter hat. „Moment, wissen Sie eigentlich, welche Bus sie zurück in die Stadt nehmen?“ Die Aufzugtüren schließen sich schon, aber sie ruft noch hinterher, welche Nummer der Bus hat und von wo genau er abfährt.



Michelle Obama 2015 bei einem Besuch in Kambodscha



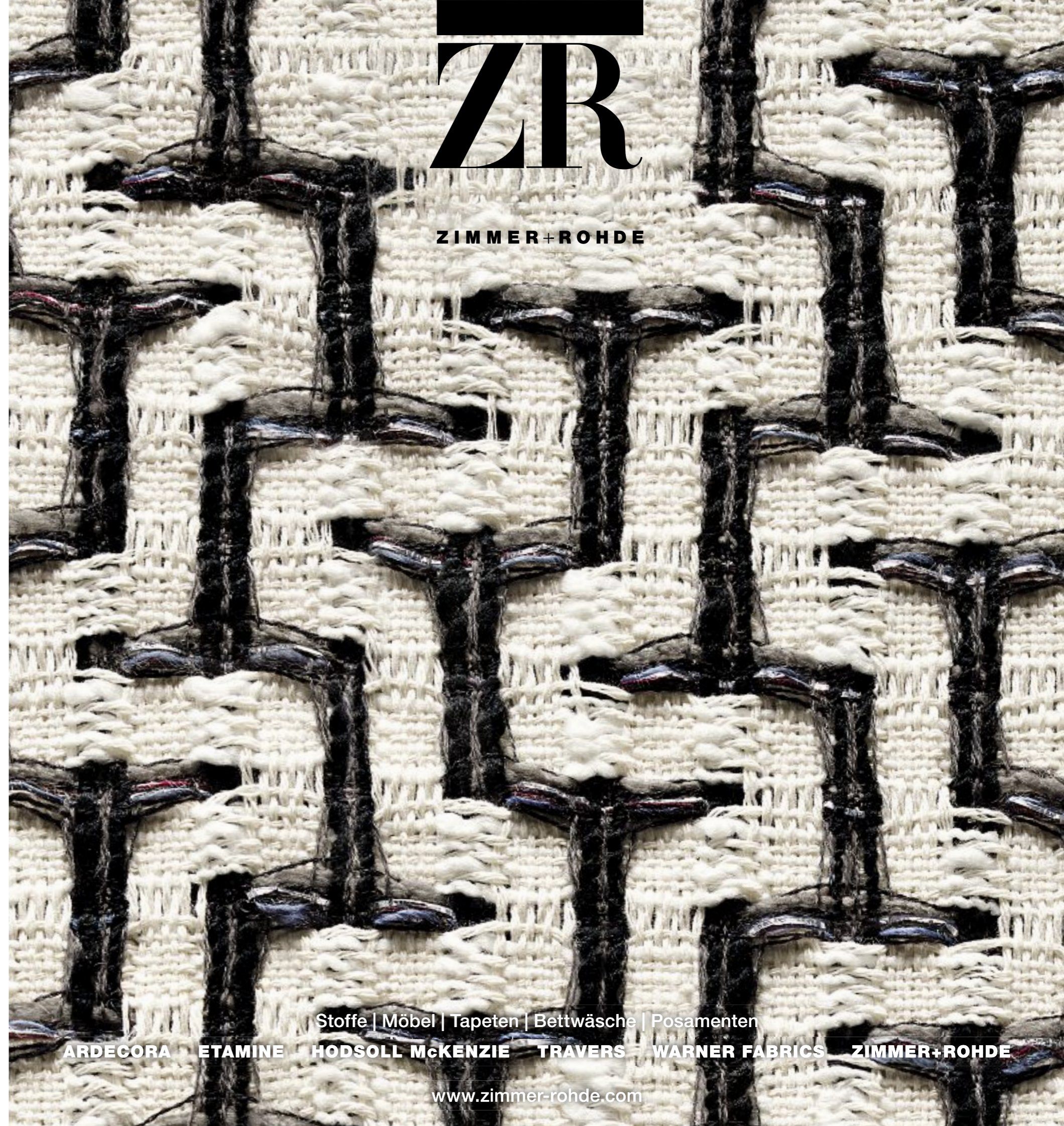
Melania Trump 2016 bei ihrer Rede in Cleveland



Herzogin Kate und Prinz William 2014 in Sydney



Samantha Cameron 2016 beim Auszug aus Downing Street



ZIMMER+ROHDE

Stoffe | Möbel | Tapeten | Bettwäsche | Posamenten

ARDECORA ETAMINE HODSOLL MCKENZIE TRAVERS WARNER FABRICS ZIMMER+ROHDE

www.zimmer-rohde.com

Entdecken Sie unseren Dekorationsstoff »Spice« und weitere Produkte bei:

01477 Annsdorf/Dresden Schwarzmeier | Raumausstattung | www.schwarzmeier.com 04109 Leipzig HUBERT | Schenken/Wohnen/Leben | 0341 2132112 06114 Halle/Saale Ambiente Wiecha OHG | www.ambiente-home.de 10115 Berlin brillant Interiors Heiko Rahmstorf & Joachim Becka GbR | www.brillant-interiors.berlin 10623 Berlin Lars Leppin GmbH | Im Stilwerk Berlin | www.lars-leppin.de 10785 Berlin Möbel Hübner Einrichtungshaus GmbH | www.moebel-huebner.de 10789 Berlin Lars Leppin GmbH Im KaDeWe, 4.OG | www.lars-leppin.de 14165 Berlin-Zehlendorf Michael Geisler GmbH | Raumausstattung | www.geisler-raumausstatter.de 20354 Hamburg Einrichtungshaus Bornhold GmbH | www.bornhold-die-einrichter.de 21006 Hamburg Marks Einrichtungen GmbH & Co.KG | www.marks-einrichtungen.de 21335 Lüneburg Crull Exklusiv Einrichten OHG | www.crull.de 22299 Hamburg H. Bayram | Inneneinrichtungen | www.polsterei-bayram.de 22547 Hamburg Imme Witt | Polsterei | www.imme-witt.de 22765 Hamburg Helm & Helm Inneneinrichtung | www.helm-und-helm.de 23564 Lübeck Raumausstattung Pöppel e.K. | Inh. Alexander Hahlbeck | www.raumausstattung-poepel.de 23843 Bad Oldesloe Raumausstattung Ramon Ströhl | www.r-stroehl.de 24103 Kiel Rademann Inh. Christoph Kämmerer e.K. | www.rademann-kiel.de 24103 Kiel Das Fenster Einrichtungen GmbH | Elke und Nils Lenschau | www.dasfensterkiel.de 27263 Verden/Aller Raumausstattung Christian Bösch | Im Hause der Wohnwerkstatt | www.wohnwerkstatt-verden.de 28203 Bremen Bauhof Wohnimpuls GmbH & Co.KG | Wohnimpuls GmbH & Co.KG | info@bauhofwohnpulse.de 31515 Wunstorf Voss Inneneinrichtung GmbH | info@voss-inneneinrichtung.de 34497 Korbach/Rhena Schäfer Raumausstattung e.K. | www.schaefer-raumausstattung.de 35423 Lich Valder-Wohnen Polster- und Gardinenwerkstatt | Stefan Theiler | 06404 661473 35578 Wetzlar Valder-Wohnen Polster- und Gardinenwerkstatt | Stefan Theiler info@valder-wohnen.de 38100 Braunschweig Renter Einrichtungen GmbH | www.renter.de 38442 Wolfsburg Farben Center Fallersleben GmbH | www.farben-center.com 40212 Düsseldorf Raumauszente + Ausattung GmbH | Im Stilwerk | info@raumakzente.de 40237 Düsseldorf Klockhaus Dekorationen OHG | Inh. Rolf + Pia Klockhaus | 0211 660331 42551 Velbert Trockel Raumausstattung e.K. | Inh. Hanno Haak | 02051 95960 44225 Dortmund Raumausstattung Parisi | www.polsterei-parisi.de 45130 Essen Gardinen Schniedemeier GmbH | mail@schniedemeier-einrichtungen.de 45468 Mülheim an der Ruhr Pogge Home Decor | www.pogge.de 45657 Recklinghausen Castello Wohndesign | Raumausstattermeister Martin Castello | info@castello-wohndesign.de 46342 Velen Hardweg Raumausstattung | www.hardweg-wohnraum.de 46397 Bocholt Hardweg Raumausstattung | www.hardweg-wohnraum.de 47138 Duisburg H. Dahmen & Söhne KG | www.hds-buero.de 49205 Hasbergen Hillebrand | Raum + Idee GmbH www.raumundidee-hillebrand.de | 50733 Köln Silko Schüller | Raumausstattung GmbH + Co.KG | info@silko-schueler.de 51427 Bergisch Gladbach Reitz Lebensräume | Wilhelm Reitz GmbH | 02204 22597 51469 Bergisch Gladbach Raumausstattungen Eicker 02202 58161 51674 Wühl Lang GmbH | Raum und Idee | info@lang-raum-und-idee.de 52062 Aachen Mathes GmbH + Co.KG | www.mathes.de 52062 Aachen Sven Woytschaetzky GmbH | www.woy24.de 52062 Aachen Lieck & Müller GmbH & Co. KG | Inh. Günter Corsten | info@lieck-und-mueller.de 52076 Aachen Stoffwerkstatt | Uta Sommer | info@stoffwerkstatt.de 52351 Düren Holger Peters | Raumausstatter | 02421 888847 52355 Düren Kelzenberg | Einrichtungen GmbH & Co.KG | www.kelzenberg.com 53117 Bonn Daniels wohnen OHG | www.daniels-wohnen.de 53173 Bonn Cubio GbR | Stoffe + Wohnen | 0228 1809525 53474 Ahrweiler Georg Geschier + Söhne GmbH & Co. KG | 02641 34386 53639 Königswinter-Heisterbacherrot Roland Müller | Meisterhafte Raumideen | roland@raumausstatter-mueller.de 54294 Trier Fesser Einrichtungen GmbH | 0651 828820 55218 Ingelheim Vogt & Schoor GmbH | Raumausstattung | 06132 2231 56068 Koblenz KREPELE EINRICHTEN | 0261 2072910 56179 Vallendar Zell - Raumdesign | info@marita-zell.de 59909 Bestwig SCHREWE. Einrichten GmbH & Co. KG | 02904 97220 60487 Frankfurt Raum + Textil | Renate Diesel & Co. GmbH | info@raum-textil-decoration.de 60569 Frankfurt Cri-Cri Handels GmbH | 069 66058200 60594 Frankfurt KERN-DESIGN GMBH Innearchitektur + Einrichtung | 069 7895433 61348 Bad Homburg Wehner | Decoration | 06172 24992 61440 Oberursel RUPPEL | raumgestaltung GmbH | 06171 4946 63280 Dreieich Ise Kofler Einrichtungen | 0171 2640150 63477 Maintal-Dörnigheim Wehner | Decoration 06181 491580 63486 Bruchköbel Barbara Bittner | Kreative Raumausstattung | 06181 9063348 63500 Seligenstadt Gardinen Seiberl | 06182 921010 65183 Wiesbaden PRAGER INTERIORS | David Prager | info@prager-interiors.de 65185 Wiesbaden NB-Wohnen GmbH | Einrichtungshaus | www.nb-wohnen.de 65398 Schlangenbad Neumühle | Zaubershaft Wohnen | 06129 2473 65719 Hofheim Achim Holler | Raumaustattermeister | info@holler-raumausstattung.de 66424 Homburg Das Wohnstudio | gardinen-deko@online.de 67346 Speyer Möbel- und Einrichtungshaus Günter D. | info@guenter.d.de 67657 Kaiserslautern Martin Habach | Raumausstattung | Inh. Jens Hopfer | info@hopfer.de 68165 Mannheim Jowa Wohndecor 0621 408508 68199 Mannheim Böllinger + Stüber GmbH | www.boellinger-stueber.de 68161 Mannheim DÖRR planen + einrichten | info@doerr-lu.de 73525 Schwäbisch Gmünd Raumwerk | Erolf Edeibauer | 07171 405202 76133 Karlsruhe Raumausstattung Blum OHG | blum-raum@web.de 77815 Bühl Josef Oberfoell GmbH | Raumausstattung | info@oberfoell.de 79539 Lörrach Lohmüller licht + wohnen OHG | info@l.ohmueler-lichtundwohnen.de 80335 München KARSTADT Warenhaus GmbH | 089 5512136 84405 Dorfen Thalmeyer-Einrichtungen GmbH | 08081 93670 85435 Erding Thalmeyer-Einrichtungen GmbH | 08122 959843-0 86551 Aichach Raumausstattung | Simone Brandner | 08251 5960 86899 Landsberg/Lech 1A Klasse | Witzel & Berchtold GmbH | www.1a-klasse.de 86919 Utting Robert Falter | Modern Wohnen GmbH | 08806 7485 86938 Schondorf Joachim Wunder | Die Welt der edlen Stoffe | 08192 8137 90403 Nürnberg Renner | Raum und Idee | www.renner-raumundidee.de 91522 Ansbach Walthar Farbe + Raum | www.walthar-home-trendberater.com 97723 Oberthulba KONTRASTE | Katja Kessler Wohnart mit Akzent | info@kontraste-kessler.de 99084 Erfurt KS Möbelvertriebs GmbH | K2 Wohnkonzepte | info@k2-erfurt.de 1010 W/Wien PHONIX-home | EXCLUSIVE INTERIEUR DESIGN www.phoenix-home.eu 1090 W/Wien Staltner & Füllinger | B. Hirsch-Stronstorf | www.staltner.at 2514 NÖ/Traisirkirchen Gaster GmbH | Boden Textil Sonnenschutz | 02252 524413 3034 NÖ/Maria Anzbach Christina Öllinger | stoffkultur e.U. | 0664 8369148 4060 O/Leonding Pernkopf Ges.m.b.H. | Stadlerhof | 0732 773118 4320 OÖ/Perg Avart Art | Raumdesign | 07262 52445 4522 OÖ/Siering singer wohnen und mehr | wohnensinger-gmbh.at 5020 SA/Salzburg Zirngibl GmbH | 0662 824975 6068 T/Mils bei Innsbruck Home Interior M.H. GmbH | office@home-interior.at 6233 T/Kramsach Alois Haaser | Raumausstattung | www.haaser.at 6830 V/Rankweil Der Raumausstatter GmbH | M. Scherrer | www.m-scherrer.at 8280 S/Fürstenfeld wohnanders heinrich kaufmann | www.wohnders.at

WOMEN AGAINST TRUMP

Sie sind Journalistinnen in New York. Und sie schreiben gegen den amerikanischen Präsidenten an. Eine neue Generation von Frauen zeigt der Öffentlichkeit, wofür sie steht.

Fotos Ralph Mecke

Styling Markus Ebner

Texte Bifen Xu

Maureen O'Connor, „New York Magazine“

Sie kennt sich mit vielen Dingen aus. Maureen O'Connor schreibt seit drei Jahren eine Sex-Kolumne für das „New York Magazine“. „Das mit der Kolumne war deren Idee“, sagt sie, ohne dass es wie eine Entschuldigung klingt. Davor war Maureen O'Connor Redakteurin bei „The Cut“, der Website für Frauen, auf der von Mode bis Liebe viele Lebensthemen aufgegriffen werden. 2011 enthüllte sie für den Blog „Gawker“, dass der Kongress-abgeordnete Chris Lee über die Website „Craigslist“ nach Sexpartnern gesucht hatte; kurz darauf trat Lee zurück. Seit Donald Trump Präsident ist, hat Maureen O'Connor wieder Lust auf politische Themen. „Es gibt keinen Ausweg: In diesen Zeiten muss man über Politik reden“, sagt sie beim Shooting für dieses Magazin. „Der Wahlkampf war sexuell aufgeladen, ja belastet. Die Politik ist so präsent seit der Wahl, dass sie auch unser ganzes privates Leben bestimmt.“ Da kann sie natürlich nicht schweigen.

Gepolsterte Bomberjacke mit Streifen von Diane von Furstenberg. Anhänger in Weißgold mit Diamanten aus der „Possession Collection“ von Piaget



Lizzie Crocker, „The Daily Beast“

Sie ist *senior reporter* bei der von Tina Brown gegründeten Website. Lizzie Crocker schreibt beim „Daily Beast“ über alles – von Sex bis Mode, von Celebritys bis Medien. Donald Trump als Präsident hat ihre Rolle als Reporterin grundlegend verändert, sagt sie. „Viele Leute, die in den Obama-Jahren den Medien noch trauten, trauen ihnen jetzt nicht mehr. Für uns wird es also schwieriger, Artikel zu schreiben, auch wenn es nicht um Politik geht.“ Denn wenn sich die Wahrnehmung ändert, muss der Journalismus darauf reagieren, meint sie. Was es nicht einfacher macht: „Der Wettbewerb ist viel schlimmer geworden und viel aggressiver.“ Trotzdem liebt sie ihren Job. „Was ich am meisten liebe: dass ich jeden Tag dazulernen.“ Insofern hat sogar noch Donald Trump sein Gutes: In diesem Jahr lernt sie besonders viel dazu.

Langer cremefarbener Mantel und Kleid aus Kaschmir von The Row

WOMEN AGAINST TRUMP



Eve Peyser, „Vice“

Sie arbeitet erst seit zwei Jahren als Journalistin, aber sie wirkt erfahren. Bei „Vice“, dem schrägen und oft überraschend relevanten Online- und Print-Magazin, schreibt Eve Peyser zum ersten Mal über Politik – zuvor hatte sie unter anderem für die Tech-Website „Gizmodo“ gearbeitet. „Ich versuche wirklich, nachsichtig zu sein mit Leuten, mit deren Meinung ich nicht übereinstimme“, sagt sie. „Besonders, weil wir in Zeiten leben, in denen jeder dauernd über jeden herzieht.“ Ihr Großmut hilft ihr aber nicht immer weiter. Im Internet scheinen die Arbeitstage 24 Stunden zu dauern, und Online-Leser üben keine Nachsicht. „Ich habe 50.000 Follower bei Twitter, da fühle ich mich schon angreifbar.“ Irgendwann hat sie auch mal genug von allem, vor allem von Donald Trump. Dann lässt sie bei Twitter nur noch diese wütend erschöpfte Zeile los: „this guy is addicted to fucking up and i'm exhausted“.

Übergroßer gestreifter Mantel von Public School

Emily Steel, „New York Times“

Anfang April berichtete die „New York Times“, der „Fox-News“-Moderator Bill O'Reilly habe Schweigegeld in Höhe von 13 Millionen Dollar an fünf Frauen gezahlt, die ihm sexuelle Belästigung vorgeworfen hatten. Die Nachricht schlug ein. Anzeigenkunden des Senders zogen sich zurück, und der Konzern 21st Century Fox trennte sich von dem in rechten Kreisen beliebten Moderator. Aufgedeckt hat die Geschichte Emily Steel, gemeinsam mit ihrem „Times“-Kollegen Michael S. Schmidt. Emily Steel wollte schon immer Journalistin werden. Als kleines Mädchen war sie fasziniert davon, Menschen zu befragen, die Wahrheit herauszufinden und von Tatsachen zu berichten. „Das bewirkt etwas: in dunkle Ecken leuchten und den Mächtigen auf die Finger schauen. Wir müssen damit weitermachen. Es gibt nichts Wichtigeres, als darauf zu achten, dass die Berichte fair und richtig sind. Das ist die einzige Art, wie wir die Angriffe auf die Medien parieren können. All diese Anschuldigungen von wegen *fake news*, die muss man wirklich mit Fakten bekämpfen.“

Jumpsuit aus Samt und Seide mit Krawattenband von Tory Burch



WOMEN AGAINST TRUMP

Irin Carmon, „Washington Post“

Wenn sogar die Konkurrenz sie lobt! Die „New York Times“ schrieb, Irin Carmon sei bekannt für ihre Intelligenz und ihre feministische Aufrichtigkeit. Die Journalistin, die im Ressort „Outlook“ der „Washington Post“ schreibt, war als Mitautorin von „Notorious RBG: The Life and Times of Ruth Bader Ginsburg“ (2015), der Biographie der Supreme-Court-Richterin, drei Monate auf der Bestseller-Liste der „New York Times“. Früher war Irin Carmon Reporterin bei den Sendern MSNBC und NBC. Bei der „Post“ schreibt sie über Justiz, Politik, Gender. Und was rät sie jüngeren Feministinnen? „Historisches lesen! Die Geschichte bewegt sich immer einen Schritt vor und zwei zurück. Immer wenn Unterdrückte ihr Recht einfordern, seien es Schwarze oder Frauen, fühlen sich andere bedroht. Wir müssen die Menschen davon überzeugen, dass eine gerechte Gesellschaft auch Frauen und Menschen jeder Hautfarbe umfasst. Es dauert. Aber nur weil viele dagegen sind, heißt das nicht, dass sie die Zukunft bestimmen.“

Kurzes Stretchkleid von Opening Ceremony



Eliza Brooke, „Racked“

Auch diese Website gehört zu den vielen amerikanischen Meinungsseiten, die von einer Anleitung zum Sticken mühelos zu einem Totalverriss der *white supremacy* übergehen. Eliza Brooke, die über Business, Kultur und Mode schreibt, ist bei „Racked“ also richtig am Platz. Nach ihrer Zeit bei „Fashionista“ und „TechCrunch“ begann sie bei „Racked“ zunächst im Moderatorsort. Aber als im vergangenen Jahr der Wahlkampf zwischen Donald Trump und Hillary Clinton lief, schrieb sie auch über Politik – und wie sie das Leben, die Mode und das Einkaufsverhalten verändert. Manchmal wird es ganz konkret: „Über die Trump-Marken, zum Beispiel die von Ivanka, muss man natürlich berichten. Jeder ist hier über Nacht zu einem politischen Reporter geworden.“ Es sieht nicht so aus, als ob sie mit dieser neuen Rolle hadern würde.

Schwarzer Pelzmantel mit goldenem Futter von Oscar de la Renta, ärmelloser Rollkragenpullover von Michael Kors Collection, Hose mit hoher Taille von 3.1 Phillip Lim



Prachi Gupta, „Jezebel“

Seit der Amtseinführung des Präsidenten ist auch bei „Jezebel“ der Teufel los, obwohl sich die Website vor allem um „Celebrity, Sex, Fashion“ kümmert. Als *senior reporter* füllt Prachi Gupta unter anderem ihren politischen Podcast „Big Time Dicks“ mit all den Schauergeschichten aus Washington. Die Einunddreißigjährige, die Business studiert und bei vielen Medien gearbeitet hat, schrieb bis Ende vergangenen Jahres bei „cosmopolitan.com“ über den Wahlkampf – und konnte unter anderen Hillary Clinton, Ivanka Trump und Michelle Obama interviewen. Im Journalismus fehlt es noch an *diversity*, meint sie: „Als ich begann, gab es kaum Farbige in den Medien. Nicht nur deswegen habe ich eine große Verantwortung, sondern auch, weil ich Zugang zu Politikern habe, den andere nicht haben. Man muss aufpassen. Denn wenn man Politiker einfach machen lässt, ist das schlecht für alle. Wir müssen sie dauernd mit unseren Fragen bedrängen.“

Bomberjacke im College-Stil, Sweatshirt und Jeans von Tommy Hilffiger

**WOMEN
AGAINST
TRUMP**



Jessica Iredale, „Women's Wear Daily“

Vor zwölf Jahren begann sie bei der täglich erscheinenden Fachzeitschrift. Ihr erster Job: Assistentin von Bridget Foley, der WWD-Instanz. Jessica Iredale hat sich hochgeschrieben, darf längst Modekritiken schreiben und reist zu den Schauen nach Europa. Seitdem Donald Trump die Präsidentenwahl gewonnen hat, registriert sie bei vielen amerikanischen Designern, dass sie das Thema Frauenrechte nach vorne bringen. „Das hat man ganz klar gesehen bei den Schauen mit den Kollektionen für diesen Herbst. Viele Designer haben geradezu politische Mode gemacht. Und die meisten haben ihre Meinung zum neuen Präsidenten gesagt.“ Aber auch in politisch nicht so bewegten Zeiten arbeitet sie in einem Traumberuf: „Ich spreche gern mit Designern, und die Schauen sind ein kulturelles Ereignis.“

Trenchcoat und Lederhosen von Proenza Schouler, Kaschmirpullover von Ralph Lauren Collection, Boots von The Row

WOMEN AGAINST TRUMP



Mattie Kahn, „elle.com“

Sie stammt aus New York, und deshalb setzt sie sich für New York ein. Auch ihr Arbeitsplatz ist in New York, bei der „Elle“. Schon als Studentin erfuhr sie, was politischer Journalismus bedeutet: Einen Sommer lang half sie den Journalisten John Heilemann und Mark Halperin bei der Arbeit an dem Buch „Game Change“ über die Präsidentenwahl 2008. Seitdem ist sie besessen von politischen und feministischen Themen. „Wenn die Modesezene angeblich ein einziges Drama ist, dann ist Politik die nächste Stufe. Denn die Mode ist einfach nur lustig, und die Leute sind verrückt. Politik ist zu 100 Prozent narzisstisch.“ Vielleicht trifft sie sich daher zu Hintergrundgesprächen lieber mit Frauen als mit Männern. „An einem spannenden Tag telefoniere ich morgens mit Cecile Richards, der Chefin von Planned Parenthood, und am Nachmittag mit der demokratischen Senatorin Kamala Harris. Was für ein Privileg, solche tollen Frauen interviewen zu dürfen!“

Kleid mit „puritan collar“ und Polkatupfen von Altuzarra, Kette in Weißgold privat, Ohrringe von Piaget

Fotograf: Ralph Mecke
Styling und Casting: Markus Ebner
Texte: Bifen Xu
Stylingassistent: Evelyn Tye und Laurie Arbellot de Repaire
Haare und Make-Up: Markphong Tran (Artists by Timothy Priano)
Fotografiert am 20. Juli 2017 in den Jack Studios in New York.



Das Londoner Victoria & Albert Museum visualisiert die Freude an klassischer Musik, die man etwa in der Scala erlebt. Am 30. September geht es los mit „Opera: Passion, Power and Politics“.



Der weiße Babybody gehört zu den besten Erfindungen der Bekleidungsindustrie. Die Modelle von Tom & Jenny sind aus fair gehandelter Biobaumwolle.

Glücklicherweise erlebt Keramikware, hinter der echte Künstler stehen, jetzt eine kleine Renaissance. Also kann man sich auch mal mit den Arbeiten von Iris Roth beschäftigen.



Ausmalbücher sollen helfen, die eigene Mitte zu finden. So gesehen passt das Buch über Organe (Trias) gut ins Konzept.

JETZT BESSER KEIN EIS

Der Eindruck täuscht: Speiseeis ist sommers keine so große Freude des Alltags, wie man annehmen könnte. Oder sind Sie in den vergangenen Wochen Hunderten Menschen mit Pappbecher begegnet, zwei Kugeln, Bindestrich-Eisorten, obenauf Sahne? Dabei handelt es sich gerade einmal um eine Hälfte der Bevölkerung. Laut einer Umfrage der Marktforscher von Mintel haben nur 52 Prozent der Deutschen im Jahr 2016 Eis gegessen; das sind fünf Prozentpunkte weniger als im Jahr zuvor. Die Zahl der Gesundheitsbewussten nimmt zu, die Zahl der Eisschlecker scheint geradezu dahinzuschmelzen.



Jetzt, da Federn und Fell an noch so simple Schlappen gehören, könnte auch Zizi Donohoes Zeit gekommen sein. Die Designerin steht ganz im Dienst der aufgemotzten Hotelpantoffeln.

053

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



Diese Stiefel von Salvatore Ferragamo sind Kunst- und Schuhwerk. Die Information, dass der Designer Azzedine Alaïa dahintersteckt, verwundert also nicht.



In der Leistungsgesellschaft kommt man nicht um ein kuratierendes wie optimiertes Leben herum. Mono Tee – ungesüßt – ist der Drink dazu.

WAS KLAUEN GÄSTE AM LIEBSTEN IN HOTELS?

Die Online-Plattform Wellness Heaven hat sich unter 1026 Betreibern umgehört. Demnach sind es gar nicht die Seifen und Mini-Shampoos. Auf Platz eins stehen stattdessen Handtücher, gefolgt von Bademänteln, Kleiderbügeln, Stiften, Besteck.

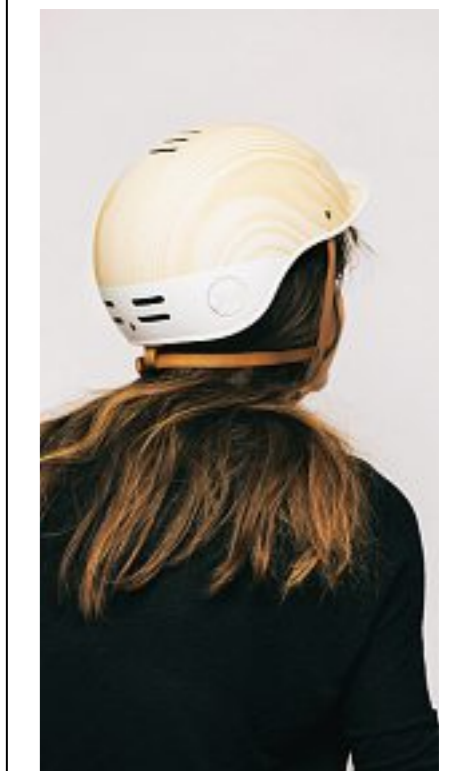


Trachtenschmuck ist mehr als das Charivari an der Lederhose. Weitere Kostbarkeiten, die ebenfalls zum Dirndl passen, hat der Onlineshop Die Halsbandaffäre.



Langsam wird es Herbst. Gut so! Denn dann ziehen sich die meisten Spinnen in unseren Breiten zurück. Diese Hängelampe von Kalmar wird hingegen in der trüben Zeit erst so richtig aktiv. Dabei heißt das Modell wirklich „Spinne“.

Dieser Fahrradhelm (Thousand) ist das Gegenteil von betreuungintensiv: Statt ihn überall mit hinschleppen zu müssen, lässt er sich am Fahrrad anschließen.



MEIN STÜCK

Emine Günes

21 Jahre, Schülerin, aufgewachsen in Deutschland, ihre Eltern stammen aus der Türkei

Wenn du deinen Körper betonst, hat das Kopftuch keinen Sinn. Dann ist es *haram*, also verboten. Das Oberteil muss bis kurz unter die Knie gehen, die Hose darf nicht zu eng sein. Wenn man nur weite, lange Sachen anzieht, fällt das aber mehr auf. Durch den Terrorismus hat die Islamophobie in Europa zugenommen. Ich ziehe mich deswegen oft bunt und modern an und trage auch mal Leggings unter dem langen Oberteil. Für mich müssen die Farben aber auch zu den Jahreszeiten passen. Im Herbst und Winter ziehe ich eher Grau, Schwarz, Braun und Dunkelgrün an, im Sommer oft Lila, Mint oder Orange.

Am liebsten trage ich Chiffon. Der ist leicht und kühl, und man kriegt ihn leicht in Form. Früher hat man das Kopftuch in der Türkei unter dem Kinn zusammengeknotet. Seit einigen Jahren tragen es viele lang und aufgetürmt und stecken es an der Stirn ab, so dass man das *bone*, das Untertuch, sieht. Das gehört nicht zur Religion, es ist einfach ein Style.

Mit dem Kopftuch habe ich mit zwölf Jahren angefangen. Meine Eltern fanden das zu früh. Sie hatten Angst, dass ich keine Freunde mehr haben würde. Ein Problem wurde es aber erst, als ich einen Ausbildungsplatz gesucht habe. Ich wollte Medizinfachangestellte werden und habe mich überall beworben. Immer wurde ich gefragt, ob ich das Kopftuch während der Arbeitszeit ausziehen würde. Aber es ist kein Spielzeug, das ich einfach zur Seite lege. Ich will einen Job, den ich so machen kann, wie ich bin. Bald fange ich an, Pädagogik zu studieren, denn studieren mit Kopftuch geht.

Es schockiert mich, dass das Kopftuch-Verbot so ein Thema in Deutschland ist. Eigentlich hat man hier ja Meinungsfreiheit. Ich akzeptiere doch auch Leute, die halb nackt rumlaufen, bunte Haare haben oder voller Piercings sind.



Achlas Nabha

38 Jahre, Friseurin und Kopftuch-Stylistin, aufgewachsen in Ostfriesland, ihre Eltern stammen aus dem Libanon

Es macht mich glücklich, mich unterschiedlich kleiden zu können und meinen Charakter zu zeigen. Ich trage alles: von ganz gläubig, wenn ich in die Moschee gehe, bis ausgeflippt, wenn ich ausgehe. Und wenn ich nicht will, dass mein Glaube auffällt, trage ich meine Pulloverkapuze.

Ich bin in Ostfriesland aufgewachsen und war weit und breit die einzige Ausländerin. Ich wurde „die Indianerin“ genannt, manchmal auch „die Chinesin“. Meine Eltern wollten, dass ich Kopftuch trage, und ich wollte ihnen ja auch gefallen. Aber ich war nur optisch muslimisch. Ich bin gerne Rad gefahren, damit mein Kopftuch nach hinten rutscht, und in der Schule hat mein Pony rausgeguckt.

Als ich 16 Jahre alt war, wollten meine Eltern, dass ich mich verlobe. Ich wurde einem Mann im Libanon versprochen. Damit er herkommen konnte, brauchte ich einen festen Aufenthaltsstatus und fing eine Friseurlehre an. Mein Verlobter erlaubte mir, das Kopftuch abzulegen, und meine Eltern haben sich nicht mehr eingemischt.

Das war eine Befreiung. Schon im ersten Ausbildungsjahr wurde ich für meine Leistungen mit Gold ausgezeichnet. Da waren auch meine Eltern stolz und mussten zugeben, dass ich das mit Kopftuch nicht erreicht hätte. Dann habe ich geheiratet, einen anderen Mann als meinen Verlobten, und der wollte, dass ich das Kopftuch wieder trage. Er war nur nach außen religiös und hat nie gebetet. Als ich 24 Jahre alt war, ist meine Mutter sehr krank geworden. Als ich sie das letzte Mal gesehen habe, hat sie gefragt, ob ich das Kopftuch wieder anlege. Ich habe es ihr zuliebe gemacht.

Ich habe keine schöne Ehe gehabt. Aber irgendwann habe ich mir nichts mehr gefallen lassen. In dieser Zeit habe ich ein Buch über den Islam gelesen, das mich so fasziniert hat, dass ich mit 28 Jahren angefangen habe, den Koran zu lesen und zu beten. Der Islam gibt mir Kraft. Ich habe Zufriedenheit für mich gefunden.

Als meine Tochter neun Jahre alt war, wollte sie auch Kopftuch tragen. Ich fand das nicht gut. Sie war doch mein kleines Mädchen, und ich wollte nicht, dass sie so aufwächst wie ich. Aber sie wollte es von Herzen, und ich wollte es ihr auch nicht verbieten. Es macht sie glücklich, es zu tragen.

Noha Wahba

16 Jahre, Schülerin, lebt in Kairo und besucht ihre Brüder in Berlin

Jede Frau legt das Kopftuch ein bisschen anders an. Ich habe mir Tutorials auf Youtube angeschaut und eine Art perfektioniert, die zu meinem Gesicht passt. Ich besitze ungefähr 50 Kopftücher in allen möglichen Farben und stimme sie auf mein Outfit ab. Ich habe mich vor drei Jahren entschlossen, ein Kopftuch anzulegen. Etwa 20 Prozent meiner Freundinnen tragen Kopftuch und die Hälfte der Frauen in meiner Familie. Ich mache es nicht, weil ich denke, dass ich es muss, sondern weil ich denke, dass es mir Türen öffnet. Ich glaube, dass Gott mir nichts aufträgt, das mir nicht in vielerlei Hinsicht auch zugutekommt – zum Beispiel dass Leute mehr auf den Charakter achten, wenn es nicht nur ums Aussehen geht.

Das Kopftuch gibt mir inneren Frieden, und ich möchte nicht, dass dieses Gefühl verlorengeht. Außerdem zeige ich damit, dass ich Muslimin bin. Und ich hoffe, dass ich die Sichtweise auf den Islam verbessern kann, wenn ich ein gutes Beispiel bin. Der Islam hat durch den Terrorismus sehr gelitten. Jede Gemeinschaft hat leider auch ihre schlechten Menschen.



STOFFE

Mit dem Kopftuch verbinden viele Menschen Rückwärtsgewandtheit und Unterdrückung. Dabei tragen junge Musliminnen ihren Hijab heute kunstvoll und selbstbewusst. Sechs von ihnen erzählen, warum sie ihren Kopf bedecken – und welche Erfahrungen sie damit gemacht haben.

Aufgezeichnet von Katharina Müller-Güldemeister

Meriem Lebdiri

30 Jahre, Modedesignerin, geboren in Algerien, aufgewachsen in Gernersheim

Als ich sechs Jahre alt war, bin ich mit meinen Eltern von Algerien nach Deutschland gezogen. Mit elf habe ich angefangen, Kopftuch und lange Kleidung zu tragen. Ich habe mir viel anhören müssen, auch von Lehrern. Als ich einmal auf eine Frage nicht antworten konnte, weil ich gequatscht hatte, sagte einer: „Das ist das klassische Beispiel, wie das Kopftuch das Gehirn einer Frau verschließt.“ Das war für viele eine Erlaubnis, mich zu mobben. Auf dem Schulhof wurde ich bald „Tischtuch“ gerufen. Vorher war ich das Musterbeispiel für Integration gewesen.

Das alles hat mich nicht davon abgehalten, Kopftuch zu tragen, aber ich habe mich zurückgezogen. Mit zwölf Jahren fing ich an, Skizzenblöcke vollzumalen, mit Mode, die es nicht gab. Ich wollte mich wieder ausdrücken können wie früher. Für mich ist Mode ein Gefühl, das man auf dem Körper trägt.

Ich zeichnete Schlaghosen, die höher und an den Oberschenkeln weiter geschnitten waren, und Wickelröcke, bei denen man die Beine nicht sieht. Also die gleichen Trends, nur für mich optimiert. Meine Mutter hat die Entwürfe nachgenäht. Diese Klamotten haben mir mein Selbstbewusstsein zurückgegeben, ich habe mich wieder zugehörig gefühlt.

Nach der Schule habe ich eine Modedesign-Ausbildung gemacht und mit meinem Label Mizaan angefangen. Das heißt auf Arabisch Balance. Ich entwerfe *modest fashion*, eine Stilrichtung, die viele Einflüsse kombiniert: Orient, Okzident, Trends, Tradition. Das Kopftuch ist kein Hauptbestandteil davon, es ist eine Ergänzung. *Modest fashion* kann von allen getragen werden, die längere Kleidung schön finden.

Ich freue mich, dass die Stilrichtung dabei ist, Mainstream zu werden. Die Fashion Weeks in New York und London haben sich schon geöffnet. In Deutschland ist man da leider zögerlich. Oft wird nicht verstanden, dass *modest fashion* keine religiöse Bewegung ist, sondern eine Mode für alle Frauen, die sich fragen: Was zeige ich? Und was zeige ich nicht?



Nadia Sadé Itani

24 Jahre, BWL-Studentin, Modebloggerin, geboren in Saarbrücken, ihre Eltern kommen aus Palästina

Das weibliche Geschlecht gilt ja als das schönere Geschlecht. Die Sache mit dem Kopftuch ist, dass wir nicht auf unsere Schönheit reduziert werden sollen. Nur ist es leider so, dass man oft auf das Kopftuch reduziert wird. Vielen scheint es zu signalisieren, dass wir unter uns bleiben wollen. Aber nein! Ihr könnt uns alles fragen, was ihr wissen wollt! Eines vorweg, weil wir das oft hören: Wir duschen nicht mit dem Kopftuch, und es muss uns auch niemand retten. Es gibt Mädchen, die unterdrückt werden, aber die Mehrheit ist es nicht. Ich trage das Kopftuch aus freiem Willen. Es würde auch sonst nicht zählen, denn im Glauben darf es keinen Zwang geben.

Für Mode interessiere ich mich seit der zehnten Klasse. Ich trage gerne eine Mischung aus sportlich, lässig, elegant und *contemporary*. Für mich ist Mode und Glaube kein Widerspruch. Musliminnen sollen ihre Reize bedecken, aber man muss nicht unbedingt Haut oder Haare zeigen, um schön zu sein. Es kommt immer darauf an, was man ausstrahlt.

Leider können Musliminnen viele Klamotten nicht anziehen, weil sie zu kurz oder zu eng sind. Viele Oberteile gehen gerade nur bis zum Bauchnabel. Man kann natürlich was Langes drunterziehen, aber wenn es heiß ist, versuche ich, *layering* zu vermeiden. Man muss erfinderisch sein und zum Beispiel in der Männerabteilung suchen, weil die Sachen lockerer fallen.

Zum Glück entdecken inzwischen mehr Läden *modest fashion* für sich. In Malaysia, Amerika und England ist man da schon viel weiter als in Deutschland. *Modest fashion* ist keine religiöse Stilrichtung, aber wir können sie mit unserem Glauben vereinbaren. Oft werde ich auf der Straße gefragt, woher ich ein bestimmtes Teil habe. Auch deshalb habe ich angefangen zu bloggen. Und weil sich viele muslimische Mädchen in Sachen Mode verloren gefühlt haben.

Mittlerweile geht es mir beim Bloggen zu sehr ums Geld. Ich mache jetzt lieber Videos, um zu zeigen: Junge Musliminnen sind nicht so anders, wie viele denken. Wir haben die gleichen Sorgen, gehen gerne shoppen und lieben Selfies. Auch wenn wir Hijab tragen, sind wir ganz normale Mädels.



Heidi Brot

26 Jahre, Physikstudentin und Mitglied beim Verein „Jung, muslimisch, aktiv“, aufgewachsen in Deutschland, ihre Eltern sind Kurden

Ich trage mein Kopftuch mit Stolz, aber ich will es nicht betonen, es wird schon so oft thematisiert. Hätte ich Gottes Segen, ich würde es sofort ablegen. Auch Muslime haben Schweißdrüsen, und ich habe viele negative Erfahrungen gemacht. Aber es ist ein religiöses Gebot und kein politisches Statement. Im Koran steht, dass Damen ein Gewand überwerfen und ihre Scham bewahren sollen. Religion ist nun mal das Schönste und Heiligste für mich. Und wenn man das Wohlgefallen des Herrn spürt, wird die Bürde auch leichter.

Ich war 22, als ich das Kopftuch angelegt habe. Es hat mich Überwindung gekostet, und ich habe viel Kraft bei Gott erbeten. Es ist, als würdest du mit einem Schild rumlaufen, auf dem steht: Ich mag den und den. Man fühlt sich verletztlich und macht sich angreifbar. Mein Vater hat gesagt: „Herzlichen Glückwunsch, du hast deine Karriere aufgegeben.“ Und so war es auch. Zwei Jahre war ich auf Jobsuche. Das war frustrierend. Ich war immer ein produktiver Teil der Gesellschaft, spreche sieben Sprachen, bin gut ausgebildet. Mir wurde gesagt: „Wenn Sie das Kopftuch abnehmen, wären wir auf Augenhöhe.“ Deutschland verliert dadurch Fachkräfte.

Mittlerweile jobbe ich bei der Bahn an der Theke. Manchmal sagen Kunden zu mir: „Oh nee, nicht Sie!“ Und eine Kollegin guckt mich nicht mal an. Das tut weh. Man wird mit Fremdprojektionen überflutet. Dabei ist es doch nur ein Stück Stoff!

Ich habe das Gefühl, ich bin ein Fremdkörper, dabei bin ich Deutsche. Wir leben in einem säkularen Staat, der Minderheiten schützen will und Raum bietet, Religion frei auszuleben. Aber das wird nicht gelebt. Es gilt: Entweder ihr assimiliert euch, oder ihr gehört nicht hierher.

Der Atheismus ist so stark geworden wie eine Religion. Die Idee der Religion aber wird von vielen nicht mehr verstanden. Ich muss mich erklären, warum ich religiös bin. Nur ganz selten denke ich, jemand hat mich als Heidi, die Person, wahrgenommen, oder meine Leistung. Und wenn meine Leistung wahrgenommen wird, dann ist es die Leistung der Kopftuchträgerin.



DEUTSCHLAND

Wenn in Deutschland Demonstrationen anstehen, treibt es Hamburg oft besonders bunt. 2005 zum Beispiel protestierten junge Leute in gelben T-Shirts gegen Studiengebühren. In diesem Sommer ging es dann in Schwarz gegen den G20-Gipfel erheblich gewaltsamer zu.



GEORGIEN

Mit Rosen in der Hand stürmten die Demonstranten 2003 während der Rosenrevolution in der georgischen Hauptstadt Tiflis das Parlamentsgebäude. Daraufhin gelangte die Opposition an die Macht.



MONGOLEI

Zu den Protesten im Jahr 2005 trugen die Aktivisten gelbe Schals. Damit sprachen sie sich gegen das Ergebnis der Wahlen vom Vorjahr sowie gegen Korruption aus.



IRAK

Wenn es nach dem damaligen amerikanischen Präsidenten George W. Bush gegangen wäre, hätte Lila bei den Wahlen 2005 zum Symbol für Demokratie im Irak werden sollen. Es blieb dann bei der Tinte an den Zeigefingern.



LIBANON

Während der Zedernrevolution im Jahr 2005 schwenkten die Menschen nicht nur die libanesische Nationalflagge, um gegen den Einfluss Syriens zu demonstrieren. Viele kleideten sich auch so: in Rot und Weiß.



ISRAEL

Kurz vor dem Abzug aus dem Gaza-Streifen 2005 brach ein Krieg der Farben aus. Die Autofahrer protestierten mit Bändern an ihren Seitenspiegeln – die Gegner des Abzugs mit Orange, die Befürworter mit Blau.



IRAN

Als die Menschen im Jahr 2009 gegen den damaligen Präsidenten Mahmud Ahmadinedschad auf die Straße gingen, waren grüne Tücher, Stirnbänder, Fingerspitzen ihr Erkennungszeichen. Grün stand für Hoffnung.



NIGERIA

Im Zentrum der nigerianischen Hauptstadt Abuja kamen die Menschen im Jahr 2014 in Rot gekleidet zusammen, um für die Mädchen zu demonstrieren, die von Boko Haram entführt worden waren.



ITALIEN

Anlässlich des „No B. Day“ fanden die Italiener im Jahr 2009 über das Internet zusammen und gingen dann landauf, landab gemeinsam gegen den damaligen Präsidenten Silvio Berlusconi auf die Straße – in Lila.



TÜRKEI

Die Demonstranten im Gezi-Park 2013 nutzten keine Farbe, sondern arbeiteten für ihre Zwecke mit sarkastischen Kommentaren und Figuren auf T-Shirts. Dafür trugen die Treppentufen von Istanbul Regenbogenfarben. Man hatte sie bunt angemalt.



SÜDAFRIKA

Bei einer Anti-Apartheid-Demonstration im September 1989 attackierten Wasserwerfer die Massen mit lilafarbenem Spray. So sollten sie später leicht zu identifizieren sein. Die Demonstranten allerdings sicherten sich die Gewalt über die Wasserwerfer und besprühten daraufhin die Zentrale der damals herrschenden Partei in Lila.



HONGKONG

Mit gelben Schleifen machten 2014 in Hongkong diejenigen auf sich aufmerksam, die für mehr Demokratie kämpften und gegen den Einfluss Chinas. Ihre Gegner suchten sich auch eine Farbe: Sie trugen blaue Schleifen und signalisierten so ihre Unterstützung gegenüber der Polizei. Eine weitere Gruppe trug wiederum rote Schleifen, um damit ihre enge Verbindung zu China zu zeigen. Zusätzlich zu ihren Schleifen trugen die Anti-China-Demonstranten übrigens Schirme in Schwarz-Gelb bei sich, um so gegen die Attacken mit Pfefferspray und Tränengas gewappnet zu sein.



UGANDA

In Uganda trugen Aktivisten, die 2011 gegen die Regierung auf der Straße waren, unfreiwillig pink. Sicherheitskräfte sprühten sie damit ein, um sie zu demütigen und später einfacher festzunehmen zu können.



UKRAINE

Infolge des Wahlbetrugs 2004 demonstrieren die Menschen wochenlang friedlich für mehr Demokratie und Gerechtigkeit. Dazu trugen sie nicht nur Schilder in Orange. Es war die Farbe des Winters 2004.



WEISSRUSSLAND

Nach der Präsidentenwahl 2006 sah es kurz so aus, als könnte es zur Jeansrevolution kommen: Tausende junge Menschen banden Jeansjacken an Fahnenstangen und gingen damit demonstrieren – am Ende erfolglos.



FRANKREICH

Sofern man der schönen Geschichte glauben darf, sollen sich – zur gleichen Zeit wie die Männer in London – in Paris Homosexuelle an der grünen Nelke erkannt haben. Auch ihr Vorbild hieß natürlich Oscar Wilde.



MAZEDONIEN

Während der Staatskrise in Mazedonien 2015 trugen die Menschen die Farben ihrer Flagge, rot und gelb, auf Regenschirmen. Sie sollten nicht gegen Nässe schützen, sondern gegen Hitze. Und Signalwirkung haben.



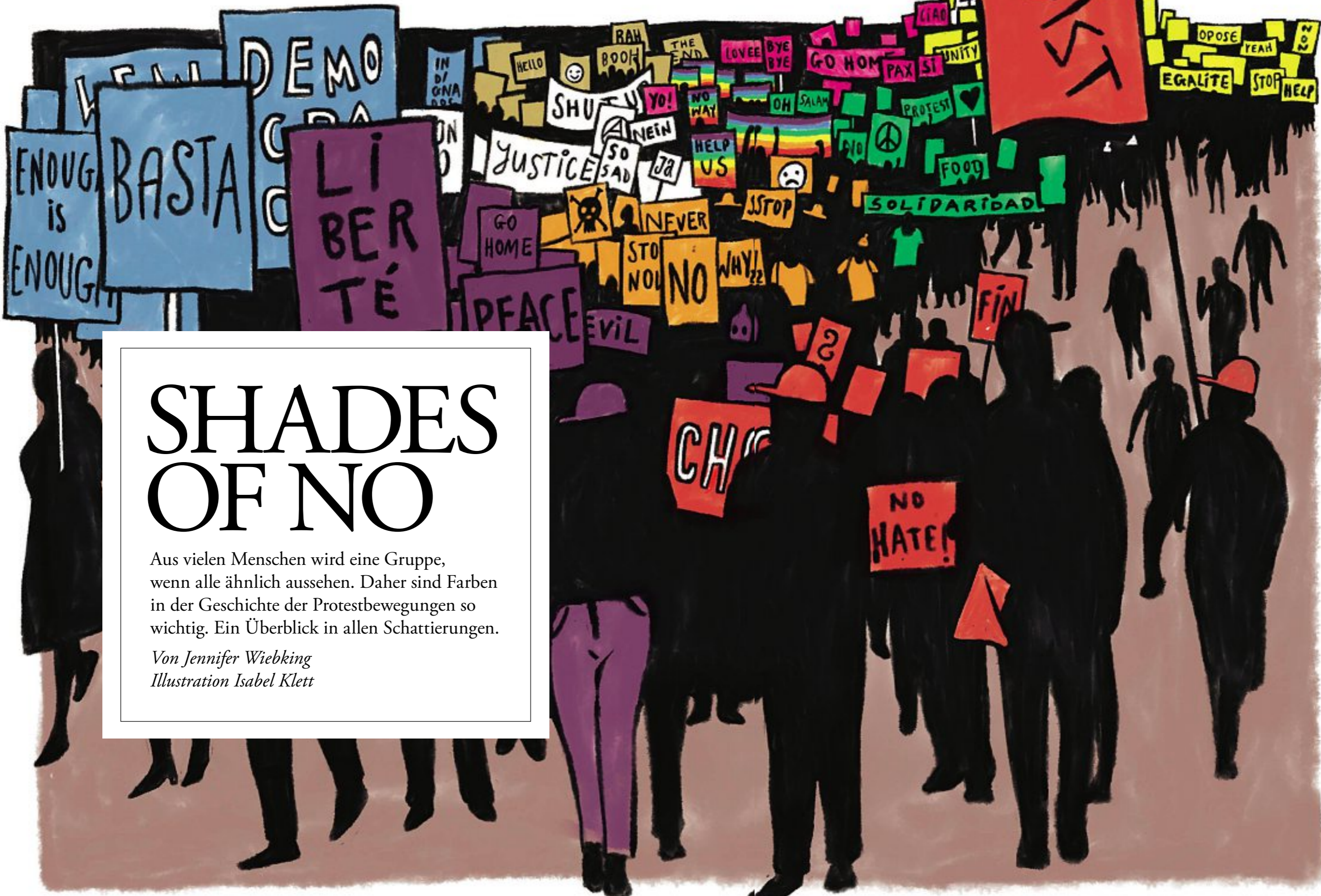
BURMA

Die Kutten der 500.000 buddhistischen Mönche in Burma waren Vorbild für den Titel der Revolution. Als die Geistlichen 2007 gegen die Militärdiktatur auf die Straße gingen, wurde daraus die Safran-Revolution.



NORDIRLAND

Wenn sommers Menschen in Märschen durch Belfast ziehen, mit Überwürfen in Orange, dann handelt es sich noch immer um radikal protestantische Anhänger des jahrhundertalten Oranier-Ordens.



SHADES OF NO
Aus vielen Menschen wird eine Gruppe, wenn alle ähnlich aussehen. Daher sind Farben in der Geschichte der Protestbewegungen so wichtig. Ein Überblick in allen Schattierungen.
Von Jennifer Wiebking
Illustration Isabel Klett



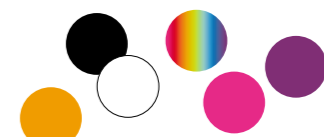
BRASILIEN

Auch auf den Baleareninseln braucht es eine Protestfarbe, besonders auf Mallorca und Ibiza. Dort kam man im Jahr 2014 auf Blau, um dagegen zu demonstrieren, dass das spanische Industrieministerium und der schottische Mineralölkonzern Cairn Energy nach Erdöl suchen wollten. Mit Blau wird auch dokumentiert, dass man gegen die Ausbeutung von Mittelmeer und Atlantik ist. Vor Ibiza wird nun wirklich nicht nach Öl gebohrt.



VEREINIGTES KÖNIGREICH

Die Wissenschaftler streiten sich, aber angeblich trugen homosexuelle Männer in London im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert als Erkennungszeichen Blumen am Revers. Es handelte sich um grüne Nelken, und ihr Vorbild war Oscar Wilde. Der irische Schriftsteller trug schließlich stets eine gut sichtbare Nelke als Markenzeichen.



VEREINIGTE STAATEN

In keinem anderen Land der Welt spielen Protestfarben eine so wichtige Rolle. Anfang des 20. Jahrhunderts kämpften die Suffragetten in Weiß für ihre Rechte; auf Schwarz-Weiß-Bildern wirkte die Farbe ihrer Wahl besonders gut. Seit Ende der siebziger Jahre machen die Schwulen mit Regenbogenfarben auf sich aufmerksam, die Bewegung stammt natürlich aus San Francisco. Mit Orange zeigen die Menschen, dass sie etwas gegen Waffengewalt haben, Lila ist ein Zeichen für Einheit von roten Demokraten und blauen Republikanern.



SPANIEN

Auch auf den Baleareninseln braucht es eine Protestfarbe, besonders auf Mallorca und Ibiza. Dort kam man im Jahr 2014 auf Blau, um dagegen zu demonstrieren, dass das spanische Industrieministerium und der schottische Mineralölkonzern Cairn Energy nach Erdöl suchen wollten. Mit Blau wird auch dokumentiert, dass man gegen die Ausbeutung von Mittelmeer und Atlantik ist. Vor Ibiza wird nun wirklich nicht nach Öl gebohrt.



AUSTRALIEN

Wenn sich homosexuelle Männer in Großbritannien und Frankreich vor mehr als 100 Jahren wirklich an ihren Nelken am Revers erkannt haben sollten, so wählten sie in Queensland zur selben Zeit als Erkennungszeichen gelbe Strümpfe.



PHILIPPINEN

Seit 1970 tragen die Studenten in der philippinischen Hauptstadt Manila einmal im Jahr in Massen Hautfarbe – also überhaupt nichts am Körper. Mit dem nackten Protest auf dem Campus wollen sie zum Widerstand gegen die Korruption in ihrem Land aufrufen.



THAILAND

Als der Konflikt zwischen Arm und Reich 2014 immer gewaltsamer wurde, teilten sich die Lager in Rot- und Gelbhemden. Die weniger privilegierte Landbevölkerung protestierte in Rot, die bessergestellte in Gelb.

DENN SIE WISSEN, WAS IHNEN STEHT

In keinem Land der Welt sind die Spitzenpolitikerinnen so verblüffend gut gekleidet wie in Frankreich. Was machen sie richtig?

Von Jennifer Wiebking



Der 22. Juni war ein heißer Tag. Die Hitzewelle in Frankreich machte besonders den Bewohnern der Hauptstadt zu schaffen. Bis zu 29 Grad wurden in der Nacht auf den 22. Juni gemessen; es war die heißeste Juni-Nacht in der Geschichte der französischen Wetteraufzeichnungen. Blöderweise stand ausgerechnet an diesem Tag für das neu gebildete Kabinett des Präsidenten Emmanuel Macron der Fototermin an. 30 Amtsträger sowie der Präsident fanden sich im Garten des Élysée-Palastes ein.

Das Bild, das dabei herauskam, kann einen umhauen. Nicht wegen der Lässigkeit des neuen Umweltministers Nicolas Hulot, der ohne Krawatte kam, weil er überhaupt selten Krawatten trägt. Es sind vor allem die Frauen, die hier so selbstverständlich Anlass und Bedingung miteinander verknüpfen, wie es nur Französinen können, vor allem französische Spitzenpolitikerinnen. 15 Frauen sind auf dem Bild zu sehen, denn Macron hatte sich ein Kabinett mit so vielen Ministerinnen wie Ministern vorgenommen.

Und wenn sich deutsche Frauen noch immer fragen, ob sie mit einem Oberteil ohne Ärmel und offenen Schuhen sommers ins Büro gehen können, zeigt Annick Girardin, die Ministerin für die Überseegebiete, dass so etwas sehr wohl auch zu einem hochoffiziellen Termin passt. Ihr schwarzes Kleid endet über dem Knie und zeigt ihre Schultern. Darüber keinen Blazer. So wie Annick Girardin überhaupt in diesem Sommer oft ärmellose Kleider trug und offene Schuhe, Wedges mit Korkabsatz.

Für Wedges entschied sich an diesem heißen Tag auch Laura Flessel, die neue Sportministerin, dazu große Ohringe, ein weites Streifenhemd, keinen Blazer. Marlène Schiappa, die Staatssekretärin für Frauenrechte, band ihre langen, lockigen Haare im neuen Job nicht etwa zurück. Und sie trug für den Weg über die Kieselsteine vor dem Élysée ebenfalls Schuhe, die ihre rot lackierten Zehen zeigen.

Man könnte noch mehr Beispiele gut angezogener Frauen auf diesem Foto aufzählen. So wie sich bei jedem neuen französischen Kabinett immer wieder die Frage stellt: Warum sehen diese Spitzenpolitikerinnen so unglaublich gut aus? So viel besser als in jedem anderen Land?

Klar, in diesem Land wird Mode als nationales Kulturgut verstanden. Aber andere Länder haben auch tolle Marken, die Italiener zum Beispiel oder die Briten. Aber das spiegelt sich nicht sonderlich markant im Auftritt der Amts- und Würdenträger wider. Und es ist ja nicht so, dass es sich alle französischen Ministerinnen erlauben könnten, zum wöchentlichen Treffen im Élysée-Palast mal in Chanel, mal in Dior zu erscheinen und beim dritten Termin Louis Vuitton zu tragen. Sie sehen eben gar nicht so aus, als wären sie von Kopf bis Fuß perfekt durchgestylt.

Sie haben vielmehr ein gutes Händchen. Und sie finden nichts dabei, High-Heels

Die Jacke ein Stück länger, die Hose schmal: Nicole Belloubet (links) ist die Justizministerin im Kabinett von Emmanuel Macron. Marlène Schiappa, Staatssekretärin für Frauenrechte, trägt die Haare offen und lockig.

zu tragen. Oder eine besondere Tasche, wie Aurélie Filippetti, die ehemalige Kulturministerin, die damals mit einer orangefarbenen Lariat von Balenciaga zu Terminen erschien. Oder eben sehr wohl Chanel und Hermès wie die Direktorin des Internationalen Währungsfonds, Christine Lagarde, die genau weiß, wie Kleider wirken können. Sie muss keine Sorge haben, dass ausgerechnet die hochwertige Garderobe sie ihren Ruf kostet.

Französische Politikerinnen riskieren mit ihren Kleidern nicht weniger als Kolleginnen in anderen Ländern. Sie können also nicht von vornherein ein gewissermaßen naturgegeben entspanntes Verhältnis zu dem Thema haben. Politikerinnen und Mode – bei diesem universell speziellen Thema kann die Frau eigentlich nur alles falsch machen. Passt sie sich in ihrem Auftritt dem typischen Bild eines Menschen mit Macht an, bei dem es sich lange um einen Mann im Anzug handelte, wird ihr geraten, sie könne doch statt Hosenanzügen mal Kleider tragen. Ist der Ausschnitt des Kleides dann zu tief, gibt es auch Diskussionen.

„Frauen bleiben immer die Anderen, eine Auffälligkeit“, sagt die Soziologin Eva Flicker von der Universität Wien. Schon Simone de Beauvoir schrieb 1949 in „Das andere Geschlecht“, dass Frauen von Männern nie als neutral wahrgenommen werden könnten. Sie seien immer die Störer.

Hinzu kommt, dass Mode seit der Französischen Revolution, die Schluss machte mit allem Prunk, als etwas Weibliches gilt und somit als etwas Schwaches. Ein Mann im Anzug kann sich da raushalten, wenn er mag. Er trägt eine Uniform, die kaum zu unterscheiden ist von der seines Nachbarn. Sitzt der Anzug ein bisschen besser, so wie zur Zeit bei Emmanuel Macron, Justin Trudeau, Sebastian Kurz oder in Deutschland bei Christian Lindner, gibt es dafür allgemeine Anerkennung. Ob der Anzug tatsächlich auch teurer war, erkennen ohnehin höchstens Eingeweihte, die auch wissen, dass die bunten Strümpfe des kanadischen Ministerpräsidenten Trudeau eine politische Botschaft haben.

Die einzige Frau, die sich im Dunstkreis der Spitzenpolitik uneingeschränkt für Mode begeistern darf, von der man geradezu erwartet, dass sie gut aussieht, ist die First Lady, das *plus one* sozusagen, das kaum Macht ausüben kann.

Diese Art von Sexismus ist auch den französischen Spitzenpolitikerinnen nicht fremd. Cécile Duflot zum Beispiel war als Wohnungsbauministerin im Jahr 2012 gerade mal einen Monat im Amt, als sie vor der Nationalversammlung eine Rede in einem blau-weiß geblühten Hemdblusenkleid mit ausgestelltem Rock hielt. Die Abgeordneten johlten wie Neuntklässler in einem besonders enthemmten Moment. Und der konservative Abgeordnete Philippe Le Ray gackerte wie ein Huhn, als die Grünen-Abgeordnete Véronique Massonneau einen Änderungsantrag zur Rentenreform einbrachte. Die Erniedrigung von Frauen gipfelte in einem veritablen Skandal: Der Grünen-Abgeordnete Denis Baupin wurde beschuldigt, auch in seiner Zeit als Vizepräsident der Nationalversammlung Frauen sexuell belästigt zu haben.

Vor diesem Hintergrund ist der Auftritt der französischen Spitzenpolitikerinnen umso bemerkenswerter. Ihr unverkrampftes Verhältnis zum Thema Mode erfordert Mut und sollte Beifall bekommen. Die Outfits passen in den Rahmen und sind zugleich markant. Man sieht es auch an

den Hosenanzügen, die für Frauen in egal welcher Funktion keineswegs verboten sein sollten. Vielleicht sind sie sogar ein Segen, nicht weil man damit den Männern ähnlich sieht, sondern weil sich manche Frauen in Hosen einfach wohler fühlen oder so nicht unbedingt hohe Schuhe tragen müssen.

Die Erfindung der Hose ist in jedem Fall wertvoll. Hosenanzüge können sogar extrem elegant sein und nicht nur geschäftsmäßig wirken, wenn sie so fallen wie das lachsfarbene Exemplar, das Nicole Belloubet, die neue Justizministerin, an jenem heißen Tag im Juni trug. Wenn das Material hochwertig ist und der Schnitt zur Person passt. Oder wenn die Jacke ein Stück länger ist, wie ein Smoking-Jackett für Frauen, so wie es die Pariser Bürgermeisterin Anne Hidalgo trug, als sie erfuhr, dass die Olympischen Spiele im Jahr 2024 in ihrer Stadt stattfinden sollen.

Diese Frauen inszenieren den eigenen Auftritt so selbstverständlich, dass sie dabei kleine Schwachstellen nicht verunsichern würden, obwohl nicht alle in ihren Vierzigen den Traumkörper von Brigitte Macron in ihren Sechzigern haben. Ist gar nicht nötig. Sie haben ja ihren Look wie Christine Lagarde, die sich entspannt neben Ivanka Trump beim Frauengipfel in Berlin setzen kann, oder Françoise Nyssen, die neue Kulturministerin, die auch für eine skandinavische Buchhändlerin gehalten werden könnte. Selbst anlässlich der Filmfestspiele in Cannes blieb sie sich beim Gang über den roten Teppich treu und trug ihre Brille mit Kette, dazu eine übergroße Metallic-Jacke mit gekrempelten Ärmeln und eine schlichte Hose.

Sie wissen eben, was ihnen steht. Und sie werden sich mit dem Thema hin und wieder auseinandersetzen. Als im vergangenen Jahr in Frankreich eine Debatte darüber entbrannte, ob westliche Modemarken Kleidungsstücke anbieten dürfen, die mit den Regeln des Islams konform sind, meldete sich die damalige Ministerin für Frauenrechte, Laurence Rossignol, zu Wort. Strenge genommen redete sie sich um Kopf und Kragen und musste später zurückrudern, weil sie schleiertragende Frauen mit Schwarzen verglich, die für die Sklaverei gewesen seien. Die Äußerung war natürlich entsetzlich. Aber immerhin mischte sie sich überhaupt in die Diskussion ein. Und sie verteidigte die Mode, indem sie das Gegenteil verunglimpfte, nämlich den Schleier, der den freiheitlichen Werten einer westlichen Gesellschaft widerspricht. Mode hingegen ist Ausdruck von Freiheit, und niemand scheint es besser zu verstehen als die Französinen.

Im Uhrzeigersinn von links oben: Kulturministerin Françoise Nyssen trägt eine weite Metallic-Jacke auf dem roten Teppich in Cannes, Sportministerin Laura Flessel mag markante Accessoires, Annick Girardin, Ministerin für die Überseegebiete, hat keine Angst vor freien Schultern, und die Bürgermeisterin von Paris, Anne Hidalgo, weiß die Vorzüge eines Smoking-Jacketts zu schätzen.

Das lässt sich natürlich auf die Rolle der Mutter zurückführen, die ihre Kinder erzieht. Seit dem 19. Jahrhundert, der Zeit der Utopien, ist die Mutter in Frankreich auch eine arbeitende Frau. Ihre Sexualität ist nicht von einem gewissen Zeitpunkt im Leben an Geschichte. Sie gebiert mehr Kinder als andere Frauen in Europa, vergisst darüber aber nicht ihre Karriere.

Die Französinen sind sich selbst wichtig. Man sieht es auch an der Art, wie sich viele von ihnen kleiden. Nicht wie jemand, dessen Leben von Kindern bestimmt ist. Statt typisch mütterlich-praktischer Garderobe tragen sie autonom Mode. „In mitteleuropäischen Ländern gibt es viel mehr Rechtfertigungsbedarf, wenn man als Frau Karriere macht“, sagt auch Eva Flicker von der Universität Wien. „In Frankreich ist die gesellschaftliche Offenheit bei dem Thema insgesamt größer. Aber Geschlechterstereotypen sind auch dort nicht verschwunden.“

Auch dort haben mächtige Frauen unter Sexismus zu leiden. Sie könnten nicht plötzlich aufhören, für ihre Rolle zu kämpfen. Ihr Look gehört stattdessen zu ihrem Rüstzeug. Da trifft es sich gut, dass die hellen Kieselsteine vor dem Élysée-Palast die Motive, die dort aufgenommen werden, schön zur Geltung kommen lassen. Also kann man das auch als Anlass zur Inszenierung der eigenen Person nehmen. Rachida Dati zum Beispiel ließ sich fünf Tage nach der Geburt ihrer Tochter nicht etwa bei der wöchentlichen Kabinettsitzung entschuldigen – sie lief stattdessen in Samtkostüm und hohen Lackleder-Pumps durch den Innenhof. So wie überhaupt die Mehrheit der französischen Spitzenpolitikerinnen für diesen Anlass einmal die Woche High-Heels wählt. Auf hohen Absätzen läuft es sich schließlich bewusster und aufrechter. Und weil die Macht der Bilder in Zukunft noch größer wird, ist auch die Zeit auf der Seite dieser Frauen mit Macht.



A. Odenwald
Schmuckmanufaktur seit 1882
www.odenwald-schmuck.de

250 Jahre Goldstadt Pforzheim Jubiläumsfestival 2017



Meine Wahl

Viele Politiker haben ein Markenzeichen. Aber hat die modische Aussage auch eine Bedeutung? Fragen an sieben Abgeordnete.

Von Marlene Grunert

Illustrationen Mart Klein und Miriam Migliazzi

Nicola Beer (FDP)

Frau Beer, was gefällt Ihnen an Perlen?
Die Perlenkette, die ich immer trage, ist ein Erbstück von meiner Großmutter. Sie hat sie an meine Mutter gegeben, und von der habe ich sie dann bekommen. Die Nähe zu meiner Großmutter hat für mich eine persönliche Bedeutung, außerdem passen Perlen zu allem. Sie haben für mich etwas Zeitloses, was sich sowohl festlich als auch sportlich kombinieren lässt. Ich bin so viel unterwegs, da habe ich gar keinen Kopf, auch noch darüber nachzudenken, welchen Schmuck ich tragen soll. Ich mache da gar nicht so viel Aufhebens drum. Die behalt ich einfach an. Punkt.

Sind Perlen eine Frage des Alters?
Als Schülerin habe ich die Kette jedenfalls nicht getragen, da musste ich mich erst herantasten. Ich trage sie erst, seitdem ich berufstätig bin. Mit einzelnen Perlen ist es etwas anderes. Perlenohrringe habe ich auch schon während des Studiums getragen. Aber die Schule ist dafür wohl nicht der richtige Ort. Meiner Nichte schenke ich zur Einschulung einen Sternenanhängler, keine Perle. Für eine Sechsjährige fände ich das nicht passend. Ich habe mir meine Ohrlöcher sogar erst stechen lassen, als ich volljährig war.

Perlen gelten als konservativ, sehen Sie das auch so?
Es kommt doch darauf an, wozu man sie trägt. Ich kombiniere Perlen durchaus auch mit Jeans. Ich komme mir sowieso nicht über die Maßen konservativ vor. Jeder, der mich kennt, kommt gar nicht auf die Idee.

Wie würden Sie Ihren Stil stattdessen beschreiben?
Sportlich, klassisch, schick. Selten zu tüütü, nach dem Motto: hier noch 'ne Ranke, da noch 'ne Feder.

Sportlich, locker, liberal?
Ich glaube eher: unkompliziert, fortschrittlich, modern.

Wählen Sie bestimmte Outfits, um Inhalte zu transportieren?
Das würde ich nicht sagen. Mir geht es auch richtig auf den Keks, wenn ich zum Beispiel eine grüne Jacke trage und die Leute fragen: „Huch, dürfen Sie das?“ Ich sage dann immer: „Das ist eine schöne Farbe, die darf man nur nicht wählen.“

Was halten Sie davon, dass auch Ihre männlichen Kollegen, allen voran Christian Lindner, ihr Aussehen immer mehr zum Thema machen?
Warum sollen sich die Männer nicht auch mal ein bisschen emanzipieren und sich über ihr Äußeres Gedanken machen? Am Ende profitieren wir doch davon, dass da mal was Nettos zum Ansehen ist.

Sahra Wagenknecht (Die Linke)



Es ist Freitagnachmittag, Sahra Wagenknecht ist auf dem Weg zum Flughafen Tegel. Von dort geht es nach Hause ins Saarland. Sie ist geschminkt, trägt ein blaues Kostüm und mittelhohe Schuhe. Ihre Erscheinung ist zierlich, der Händedruck fest.

Frau Wagenknecht, schminken Sie sich selbst?
In der Regel schon, aber es sieht viel besser aus, wenn ich professionell geschminkt werde.

Was gehört für Sie zum Alltags-Make-up?
Ich mache meistens nur ein bisschen Make-up und Rouge drauf, was gerade dann nötig ist, wenn man sehr wenig Schlaf hat und immer blässer wird. Die Augen schminke ich mir kaum. Wimperntusche schmiere ich auch schnell. Auch mit wasserfester Tusche ist an warmen Tagen die Gefahr groß, dass man plötzlich nicht mehr so prickelnd aussieht. Mein schlimmstes Erlebnis in dieser Hinsicht war in diesem Frühsommer ein Auftritt in Baden-Württemberg. Da habe ich eine Rede gehalten bei 36 Grad im Schatten, und ich habe furchtbar geschwitz. Danach habe ich mich im Spiegel angesehen und hatte lauter schwarze Streifen auf den Wangen. Gruselig.

Verzichten Sie privat auf Schminke?
Ja, da schminke ich mich sehr wenig. Es sei denn, man geht mal besonders schön aus.

Empfinden Sie es als Last, dass es im Politikalltag eine Erwartung an gewisse Äußerlichkeiten gibt?
Ach, das gehört dazu, und ich lege selbst Wert drauf, einigermaßen auszusehen. Früher habe

ich das nicht so sehr beachtet. Es gibt aus der Zeit Fernsehaufnahmen, auf denen ich im Gesicht scheußlich glänze. Eigentlich ist das natürlich irrelevant für das, was man sagt, aber es ändert eben die Wahrnehmung der Leute. Wenn man sehr ungünstig aussieht, entwertet das irgendwie auch den Inhalt.

Warum tragen Sie Ihre Haare nicht offen?
Weil ich mich dann mehrmals am Tag neu föhnen müsste. Wenn ich mir die Locken eindrehe, sehen sie auch offen gut aus, nur hält das leider nicht den ganzen Tag. Im Politalltag finde ich es viel zu mühsam, mir morgens auch noch eine aufwendige Frisur zu föhnen – wo man eh so wenig Schlaf hat. Und selbst wenn ich die Zeit investieren würde, könnte ich an einem feuchten, regnerischen Tag schon am Nachmittag vor keine Kamera mehr.

Seit wann tragen Sie die Haare hochgesteckt?
Seitdem ich 16 Jahre alt war. Ich hatte als Mädchen eben auch immer das Problem, dass ich keine Locken hatte. Aus dem Zopfalter war ich irgendwann raus, und dann hatte ich die Idee, einen französischen Zopf zu flechten und ihn hinten hochzuziehen.

Ist Ihre Frisur auch eine Reminiszenz an Rosa Luxemburg?
Das ist Unsinn. Als ich mir damals die Frisur zum ersten Mal gemacht habe, habe ich über Politik überhaupt noch nicht nachgedacht. Es gibt im Übrigen viel schönere Hochsteckfrisuren. Aber die kann ich mir nicht selbst machen.

Herr Lauterbach, wie sind Sie zur Fliege gekommen?

Bis 1988 habe ich nie eine Fliege getragen. Dann kam ich nach San Antonio in Texas und war in der Unfallchirurgie tätig. Dort mussten Ärzte und Studenten entweder Krawatte, Fliege oder Lederamulett tragen. Das Amulett sah nach New Age aus, und die Krawatten hingen ständig in den Wunden der Patienten. So kam ich aus Verlegenheit zur Fliege. Mit der politischen Laufbahn hatte das nichts zu tun. Ich bin ja erst 2005 in den Bundestag gewählt worden.

Welche Fliegen sind Ihnen am liebsten?

Anfangs habe ich noch bunte und modische Fliegen getragen, davon bin ich aber abgekommen. Nur im Wahlkampf trage ich eine rote Fliege, um mich meiner Partei zugehörig zu erklären. Da hat die Fliege Symbolkraft. Ansonsten ziehe ich dezente Fliegen vor – dunkle, nicht schwarz, aber auch nicht glänzend. Fliegen müssen bescheiden und matt sein. Glanzfliegen haben etwas Präntiöses. Für mich ist die Fliege ein praktisches Accessoire, aber sie ist nichts, was ich nutzen würde, um Stil zu produzieren.

Warum tragen Männer kaum noch Fliegen?

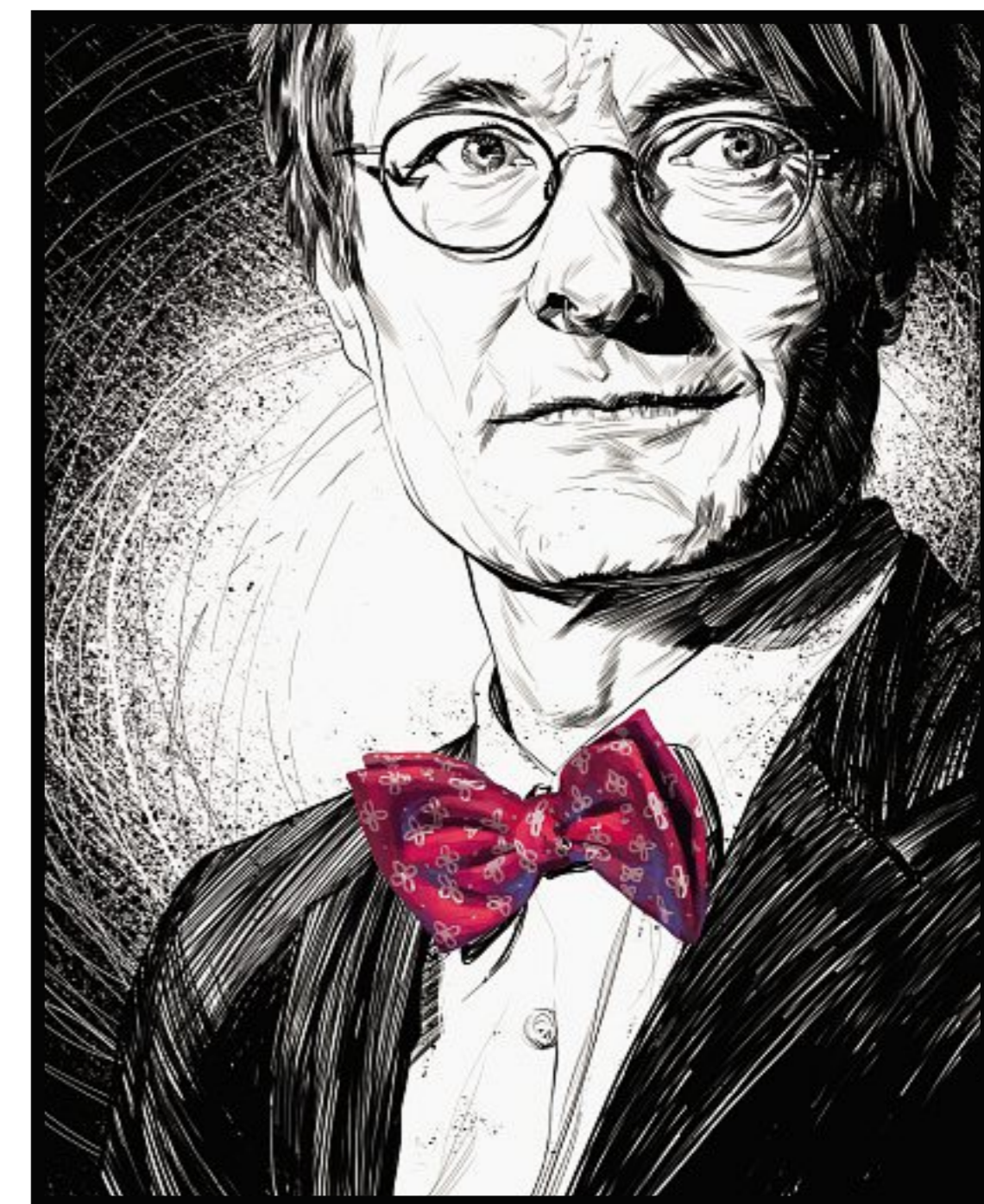
Erklären kann ich mir das gut, denn es wird ja auch immer weniger Krawatte getragen. Die Fliege ist ja noch etwas altmodischer. Man würde also meinen, dass der altmodischste Teil der Herrenbekleidung zuerst weicht. Das macht mir aber nichts aus. Wenn man hier und da eine altmodische Position hat oder ein altmodisches Accessoire trägt, muss das nicht falsch sein. Ich bin gerne altmodisch.

Inwiefern sind Ihre Positionen altmodisch?

Ich höre immer wieder, dass es nicht mehr auf Umverteilung ankommt, dass das alte Denken aus der Zeit des Klassenkampfes ist. Ich habe selbst noch bei dem Rechtsphilosophen John Rawls studiert. Er hat Gerechtigkeit immer stark unter dem Aspekt der Verteilung betrachtet. Heute ist es dagegen modern zu sagen: Über diese Verteilungsfragen kommen wir hinweg. Es kommt nur darauf an, dass wir uns auf Chancengleichheit konzentrieren, also Hilfe zur Selbsthilfe. Ich glaube aber, dass die altmodischen Gedanken der gerechten Verteilung der Lasten nach wie vor richtig sind. Gleiches gilt für die Unterstützung von Armen durch die Reichen. Das steht für mich nicht im Widerspruch zu einer modernen Weltsicht.

In unserer modernen Welt hat Donald Trump der Krawatte zu neuer Prominenz verholfen. Schon mal überlegt, das Accessoire zu wechseln?
Eine dezente Krawatte schmückt ebenfalls. Und dass bei Trump alles Übergröße haben muss, um mit seinem aufgeblasenen Ego mithalten zu können, ist nicht weiter überraschend. Ich glaube aber nicht, dass er der Krawattenindustrie damit einen Gefallen tut.

Karl Lauterbach (SPD)



Claudia Roth (Bündnis 90/ Die Grünen)



Frau Roth, Sie tragen oft farbenfrohe und auffällige Klamotten. Warum? Es geht mir nicht darum aufzufallen. Ich ziehe an, was mir gefällt. Ich habe schon von meiner Mutter gelernt, wie wichtig es für das Wohlbefinden ist, einen eigenen Stil zu haben. Für mich spielt es außerdem immer eine Rolle, was ich gerade vorhabe. Es gibt die friedliche und werbende Kleidung, und dann gibt es die Kampfkleidung.

Kampfkleidung?

Wenn ich weiß, dass es in den politischen Konflikt geht, ziehe ich etwas an, das mich schützt und meine Position stärkt. Das ist wie am Theater, wo ich ja herkomme. Da gehören zu einer Rolle auch Kostüm und Maske. Rolle heißt nicht, dass ich jemand anderen spiele, sondern dass ich eine Bühne betrete. Ich glaube übrigens, die Kanzlerin ist permanent im Kampfdress.

Welche Bedeutung haben Farben für Sie?

Ich bin die Grüne, nicht die Graue. Für mich sind Farben lebensunterstützend. Es ist grau genug auf dieser Welt. Oftmals auch viel zu braun, viel zu dunkel. Dieser Weltidee wollte ich immer schon etwas Knalliges entgegensetzen. Farben sind für mich auch ein Statement. Lila war zum Beispiel immer die Farbe des Feminismus. Damals haben wir unsere Latzhosen eingefärbt und dabei alles andere mit verfärbt. Auch Knallgrün ist ein Statement: für Umwelt, Natur, Lebendigkeit. Deshalb habe ich auf unserem letzten Parteitag auch meine strahlendste grüne Jacke angezogen. Es war eine Liebeserklärung an die Veranstaltung, ein Mantel gegen die Verzagtheit. Kleidung muss mir aber immer auch gefallen. Ich ziehe nichts an, was nur dem Zweck dient, sondern möchte mich immer wohlfühlen.

Es geht also immer um einen Ausdruck von Individualität.

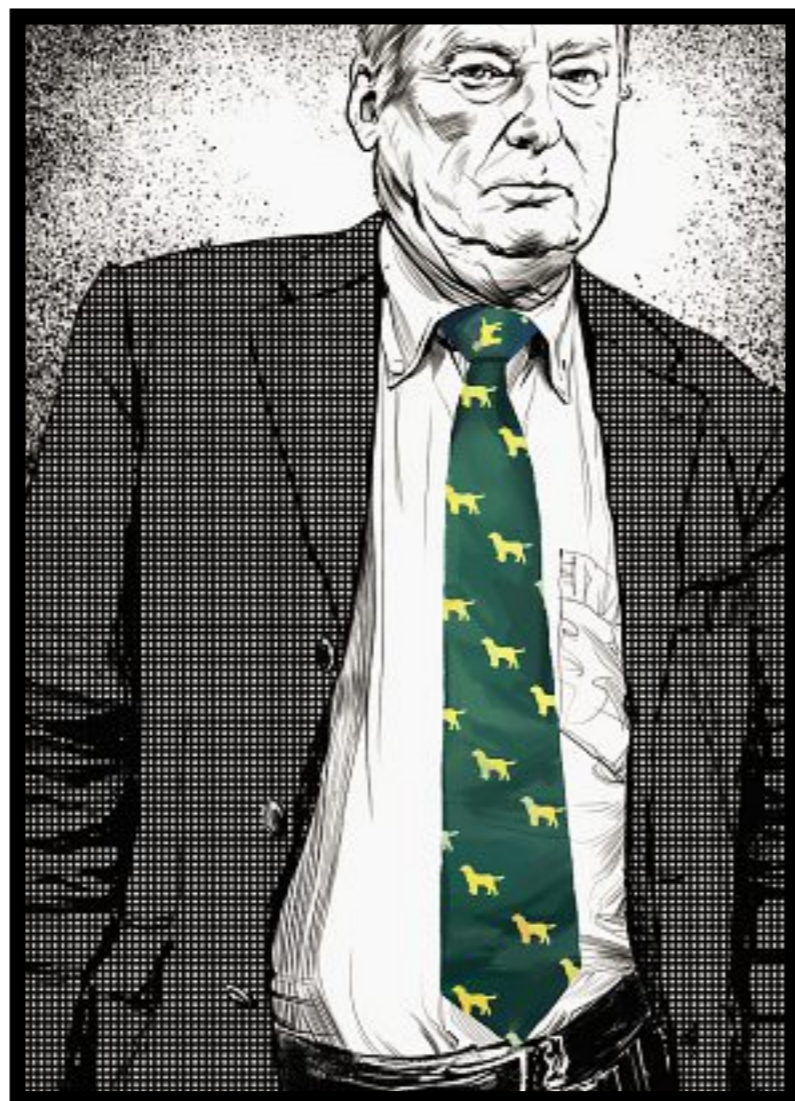
Absolut. Manche finden's gruselig, aber ich bestehe drauf. So bin ich.

Inwiefern ist Ihre Kleidung Ausdruck grüner Programmatik?

Für uns war Selbstbestimmtheit immer essentiell. Und dem kann ich auch dadurch Ausdruck verleihen, dass ich mich dem Kleiderzwang widersetze. Manchmal musst du aber natürlich auch kompromissbereit sein. Auf eine Beerdigung würde ich zum Beispiel nicht mit einer bunten Jacke gehen.

Haben Sie Lieblingsfarben?

Ich liebe Schwarz. Es gibt aber kaum eine Farbe, die ich nicht mag. Außer Anthrazit vielleicht. Im Bundestag fällt die Farbwahl manchmal schwer, weil das Blau der Sitze so knallig ist. Wenn du da mit einem schreienden Magenta kommst, dann bist du auf Krawall gebürstet. Das macht Gerda Hasselfeldt von der CSU. Chapeau! Sie trägt zum Teil Farben, da haut's dir die Augen raus. Aber ich finde das gut, bei aller politischen Uneinigkeit.



Alexander Gauland (AfD)

Die Geschichte von Alexander Gaulands Krawatte beginnt im Oktober 1956. Da war der heutige AfD-Spitzenkandidat gerade 15 Jahre alt, saß in Karl-Marx-Stadt in der DDR vor dem Radio und hörte den deutschen Dienst der BBC. In Ägypten tobte die Suezkrise, und der Radiosprecher berichtete von einem politischen Krimi. Alexander war begeistert.

„Das hat bei mir einen tiefen Eindruck hinterlassen, wie objektiv die BBC auch über die Fehler der eigenen Regierung berichtet hat“, sagt Gauland heute. Es war der Beginn einer lebenslangen Liebesgeschichte zwischen dem deutschen Politiker und dem Vereinigten Königreich (wo die BBC Politiker wie ihn heute als Vertreter einer „nationalistischen Partei“ bezeichnen).

Viel später, in den achtziger Jahren, fuhr Gauland mit dem Auto durch Sussex. In Lewes, dem Verwaltungssitz der Grafschaft, gab es einen Krawattenladen, der auch Motivkrawatten verkaufte, wie sie damals in Mode waren. Gauland hielt an, ging rein, sah die grüne Krawatte mit den gelben Jagdhunden und griff zu. Er hat bis heute nur ein Exemplar dieser grünen Krawatte mit den gelben Hunden.

Ganz gleich, wo er zu sehen ist, ob im Fernsehen, auf Parteitag oder in Vorstandssitzungen seiner Partei – er trägt sie sehr oft. Sie ist, neben den britischen Tweed-Jackets, den englischen Möbeln im Adam-Stil in seiner Wohnung und der Jaguar-Limousine, so etwas

wie sein Markenzeichen geworden. Er trägt sie mit einfachem Windsor-Knoten, im Wechsel mit einer blau-rotten Clubkrawatte.

„Das Britische ist mir immer sehr sympathisch gewesen, der Möbelstil hat nicht dieses Schwere, das er in Deutschland haben kann“, sagt Gauland. „Der berühmte Adam Style aus dem späten 18. und frühen 19. Jahrhundert ist das Eleganteste, was man sich vorstellen kann.“

Man könnte geradezu ins Phantasieren geraten. Schließlich waren die achtziger Jahre jene Zeit, in der Nationalkonservative noch ihren festen Platz in der CDU hatten. Ist die Krawatte also eine Art historischer Sehnsuchtsort? Ein dezentes Statement, in welchem Jahrzehnt er sich eigentlich zu Hause fühlt? „Damit hat das überhaupt nichts zu tun“, sagt Gauland. „Mir gefiel die Farbe einfach.“

Neulich äußerte er sich auch offiziell zu seinem Erscheinungsbild. In einer Presseerklärung der Brandenburger AfD-Fraktion kritisierte er eine Kampagne von Nachwuchsorganisationen anderer Parteien, die „Bunt statt Gauland“ hieß und einen Mann im dunkelgrauen dreiteiligen Anzug zeigte. Es hätten sich in die Kampagne „einige ärgerliche Fehler eingeschlichen“, schrieb Gauland. „Ich trage zwar gern Tweed-Jackets, aber bestimmt keine dreiteiligen Anzüge. Und auf meiner Krawatte sind Hunde abgebildet und keine Punkte.“ *Justus Bender*

Dorothee Bär (CSU)



Dorothee Bär empfängt in ihrem Büro im Bundesverkehrsministerium. Hinter dem Schreibtisch hängt ein Bild: ein pinkfarbenedes Fadenkreuz auf schwarzem Grund. Darüber steht nicht „Tatort“, sondern „Heimat“. Die Eingangsfrage kommt von ihr: „Haben Sie ein Dirndl?“ Nein, ich komme aus Norddeutschland. „Na und?“, fragt sie. „Dirndl stehen jeder Frau. Schlanke macht es weiblicher und weibliche Frauen schlanker.“

Was bedeutet Ihnen das Dirndl?

Zum einen steht es für Tradition und Heimat, deshalb kann ich Ihre Antwort auch akzeptieren. Ich komme eben aus Franken und trage Dirndl, seit ich auf der Welt bin. Es ist eines der wenigen Kleidungsstücke, bei dem jeder weiß, wo man herkommt. Das ist auf Delegationsreisen sehr praktisch. Im Ausland wird Deutschland mit Bayern assoziiert. Wenn wir bei einem Empfang auf deutsche Branchen aufmerksam machen wollen, wählen wir deshalb oft ein bayerisches Motto. Da weiß dann jeder, egal ob in Kalifornien oder Schanghai: Das ist Deutschland.

Und in ästhetischer Hinsicht?

In Tracht ist man immer gut angezogen. Man ist nie over- oder underdressed.

Gibt es Anlässe, zu denen Sie besonders gerne Dirndl tragen?

Als der Papst den Bundestag besucht hat, habe ich sehr gern ein Dirndl angezogen, als Reminiszenz an unseren bayerischen Papst. Die Medien haben das gar nicht verstanden. Unter einem Foto von mir im Plenum stand: „Nach der Wiesen keine Zeit mehr gehabt, sich umzuziehen.“

Mögen Sie Trachten generell?

Ich mag Trachten schon sehr gern. Was ich nicht mag, ist diese Verfälschung, diese Landhausmode, das finde ich ganz scheußlich, ganz furchtbar. Darin erkennt man die Preußen auf der Wiesen. Wir sagen dazu: „Wie g'wollt und net 'könn't.“

Was verstehen Sie unter Landhausstil?

Ich meine damit bräunliche, jutemäßige Stoffe aus Sackleinen. Furchtbar.

Manche finden das Dirndl sexistisch, weil es ein bestimmtes Frauenbild verkörpert.

Das ist völlig abwegig. Die Diskussion kann man auch beim Kleid an sich führen. Kleider betonen doch immer Weiblichkeit. Sexistisch finde ich das Dirndl auch nicht. Da können wir eher über kurze Lederhosen reden, da zeigen die Männer ja auch ihre Wadln.

Zeigt Ihr Mann Wadln? Er ist ja Landrat.

In seinem Landkreis ist das nicht üblich. Die Lederhosen zieht er eigentlich nur in München auf die Wiesen an. Ich mag das.

Michael Grosse-Brömer (CDU)

Herr Grosse-Brömer, worauf legen Sie bei Klamotten wert?

Ich habe schon einen eigenen Stil, aber der betrifft natürlich nicht nur Äußerlichkeiten. Meine Kleidung muss auch bequem sein. Im Winter trage ich zum Beispiel gerne Cordhosen, weil die dann angenehmer sind als Anzughosen. Gefallen müssen mir die Sachen aber auch.

Und was gefällt Ihnen?

Den üblichen Anzug finde ich praktisch, aber auch etwas eintönig. Durch ein paar Farbkomponenten, sei es durch Strümpfe oder Krawatten, kann man das alles etwas auflockern.

Oder durch Einstecktücher?

Ja, sie sind für mich ein netter Farbtupfer auf der sonst recht uniformen Kleidung. Nach meinem Eindruck setzen immer mehr Anzugträger auf diese persönliche Note, auch im Bundestag. Das ist doch eine erfreuliche Entwicklung im Parlamentsbetrieb.

Wie sind Sie zum Einstecktuch gekommen?

Bei einem dunklen Anzug empfinden viele ein weißes Einstecktuch sicher als elegant. Und wenn man ein bisschen lockerer gekleidet ist, dann liegt es nahe, mit einem farbigen Einstecktuch noch einen zusätzlichen Akzent zu setzen. Ich verzichte auch gerne mal auf einen Anzug. Von Cord bis Chino, bunt und gemustert – erlaubt ist, was gefällt. Hier in meinem Wahlkreis in der Heide, im Landkreis Harburg, trage ich auch gerne mal etwas ländlichere Kleidung.

Manche Leute beschreiben Ihren Stil auch als Landhausstil.

Das hab ich auch mal gelesen. Aber wenn damit der auf dem Land wohnende Großgrundbesitzer gemeint ist, der bei Rosamunde Pilcher in den Land Rover steigt und eine Stunde braucht, um seine Latifundien abzufahren, also die Attitüde eines Hofbesitzers im großen Stil – dann bin ich davon sehr weit entfernt. Wenn ich Cordhosen trage, ist das keiner Fernsehsendung geschuldet, sondern meiner Bequemlichkeit. Auch das Einstecktuch ist für mich ein Zeichen von Fröhlichkeit und Aufgeschlossenheit.

Aber es kommt aus dem Biedermeier. Ist es nicht aus der Zeit gefallen?

Das wäre mir egal. Ich habe mal gelesen, dass Männer früher Einstecktücher dabei hatten, um der Dame ein Taschentuch anbieten zu können, also als Ausdruck von Hochachtung gegenüber dem weiblichen Geschlecht. Die kann man doch nur jedem Mann empfehlen.



Ihre Wahl

Die großen Parteien versprechen viel. Um Stimmen zu gewinnen, werben sie auch mit Produkten für sich, die vor allem politische Botschaften vermitteln sollen.

Von Peter-Philipp Schmitt



Wenn Mutti das sieht, wird sie vielleicht wieder schwach und bildet mit dem Genösschen eine weitere Koalition. Der Diminutiv bezieht sich angeblich nicht aufs Wahlergebnis der SPD.



Ein markiger Spruch: „Lasst es uns anpacken!“ Ob Arbeitshandschuhe aus Kunstleder aber wirklich das richtige Accessoire für eine liberale Erweckungsbewegung sind?



Wer die Wahl hat, wählt sicher keine Krawatte aus Polyester. Außer er ist Freier Wähler und muss mit dem glanzlosen Binder samt Sonnen-Logo um jede Stimme werben.



Unsere Freund*innen von den Grünen meinen es gut mit uns: Die Tasche aus Öko-Wollfilz schützt dank Silberfaden-gewebe 70 Prozent der „schädlichen“ Eigenstrahlung des Handys ab.



Auf leisen Sohlen kam die CSU noch nie daher. Aber ausgerechnet mit Badelatschen in den Wahlkampf zu ziehen – das ist doch wirklich die Obergrenze.



Mut statt Wut – das könnte die wahre Alternative für Deutschland sein. Auch wenn das blaue T-Shirt kaum zu einem grummelig wirkenden älteren Herrn im blassgrünen Landhaus-Sakko passt.



Die Arbeiterblume von einst, Symbol der Sozialisten, scheint nie zu verblichen. In diesem Fall erst recht nicht – die rote Nelke von den Linken ist aus Polyester und Seide.



Die CDU liegt im Trend, auch mit ihrem Trinkbecher im Retro-Vintage-Look mit Deckel und Strohalm. Oder geht es für Angela Merkel etwa doch noch ans Eingemachte?

FOTOS: PARTIEN



SITZSYSTEM FREEMAN | DESIGN RODOLFO DORDONI

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 01121/3/4/5 HANDELSAGENTUR STOLLENWERK - T. 0221 2828259 - TIM.STOLLENWERK@WEB.DE
 PLZ 67781/9 HANDELSAGENTUR RIEXINGER - T. 07121 325953 - INFO@HANDELSAGENTUR-RIEXINGER.DE

Minotti
 MINOTTI.COM

SKIZZEN IHRER HEIMAT

Diese sechs Modedesigner sind in Deutschland zu Hause. Aber sie kommen aus Ländern, in denen sich gerade politisch viel ändert. Was halten sie davon?

Aufgezeichnet von Quynh Tran

Meine Eltern sind kurz nach Ausbruch der Iranischen Revolution 1978/79 mit mir nach Deutschland geflohen. Sie wollten nicht in einem Land aufwachsen, das nicht das verkörperte, wofür sie gelebt hatten: Freiheit und Fortschritt. Den Rückschritt in eine Theokratie konnten sie nicht verkraften. Die Iraner leben seitdem in einem repressiven System, in dem man seine Meinung nicht frei äußern kann, in dem Frauen diskriminiert werden. Alles, was wir als normal empfinden, Literatur, Magazine, Filme, Musik, wird dort zensuriert. Es ist irrsinnig traurig zu sehen, wie die Heimat, in der ich aufgewachsen bin, bis ich neun war, eine Entwicklung genommen hat, in der es für mich als Freigeist nicht lebenswert wäre. Nachdem ich Iran verlassen hatte, habe ich die Politik im Allgemeinen eigentlich ad acta gelegt, weil sie für mich heuchlerisch war. Nur zweimal war ich wieder dort. Einmal mit 18 mit meiner Mutter, ein semi-gutes Erlebnis, und vor ein paar Jahren aus Sehnsucht. Das letzte Mal fand ich es so schön, meine kulturelle Herkunft zu entdecken, dass ich am liebsten jedes Jahr hinfahren würde. Leider erlaubt das mein Zeitplan nicht. Die Stimmung war sehr modern, man konnte fast die Start-ups um die Ecke riechen, die Globalisierung war zu spüren, aber eben auch, dass es an vielem fehlt. Dem Großteil der Bevölkerung geht es sehr schlecht. Die Privilegierten haben heimlich Spaß. Das macht nachdenklich – was wäre aus mir geworden, wenn ich dort geblieben wäre? Eine

Hausfrau? Oder jemand, der sich im Untergrund politisch engagiert? Bei den letzten Wahlen wurde Hassan Ruhani zum Präsidenten gewählt und hat sich zum Glück gegen den extrem konservativen Ebrahim Raisi durchgesetzt. Nichtsdestotrotz liegt die Macht nicht beim Staatsführer, sondern mehr beim Religionsführer. Aus der deutschen Perspektive ist es auch gar nicht verständlich, warum jemand gewählt wird und dann jemand anderes bestimmt. Ich habe mir die Frage gestellt, ob die Nachkommen der Religionsführer eine modernere Sicht auf die Welt haben könnten.

Weltpolitisch verschärft sich im Vergleich zu den achtziger Jahren, in denen ich aufgewachsen bin und in denen es relativ harmonisch war in Europa, ohnehin gerade alles. Über meine iranische Herkunft habe ich in Deutschland wenig nachgedacht, denn ich habe hier ein uneingeschränktes, freies Leben und kann machen, was ich will. Trumps Einreiseverbot hat mich aufgewühlt. Ich dachte: Was soll das? Plötzlich war ich selbst betroffen, da ich sowohl einen deutschen als auch einen iranischen Pass besitze. Aus diesem Grund habe ich ein Schild mit den Worten „I'm an immigrant“ bei meiner Modenschau in Kopenhagen hochgehalten. Ich wollte meine Stimme erheben und für unsere freiheitlichen Werte demonstrieren.

Leyla Piedayesh, Jahrgang 1970, wurde in Teheran geboren. 2004 hat sie die Modemarke Lala Berlin gegründet, die sie weiter führt.



Iran
Leyla Piedayesh



Türkei
Ayzit Bostan

Ich bin in der Türkei geboren und mit vier Jahren nach Deutschland gezogen. Seit verganginem Dezember habe ich die deutsche Staatsbürgerschaft. Eigentlich wollte ich sie schon vor 20 Jahren beantragen, aber die bürokratischen Hürden haben mich immer wieder davon abgehalten. Weil das Reisen mit dem deutschen Pass viel unproblematischer ist, habe ich mich dann doch dazu überwinden können, die vielen Formalitäten endlich fertigzustellen. In der Türkei fühle ich mich seit vielen Jahren eher wie ein Tourist. Natürlich kann ich die Stadt, in der Regel ist es Istanbul, anders lesen als normale Touristen, weil ich die Sprache spreche. Nichtsdestotrotz ist es eher ein fremdes Land für mich. Was momentan in der Türkei passiert, verfolge ich genauso sehr wie mein politisch interessiertes kritisches deutsches Umfeld. Ich bin froh, dass ich in Europa aufgewachsen bin, dass ich mich nicht einschränken muss, dass ich meine Meinung frei äußern darf und nicht all das durchmachen muss, was die Menschen dort gerade durchmachen.

Die Entwicklung in der Türkei finde ich natürlich erschreckend, und es trifft mich emotional. Seit Recep Tayyip Erdogan an der Macht ist, scheint es für Andersdenkende immer schwieriger zu werden, in Freiheit zu leben. Ich glaube schon, dass eine Art Einschüchterung stattfindet. Wer nicht regierungskonform ist, kann sich nicht mehr so frei bewegen und so frei äußern, wie er es will. Mein Gefühl ist, dass es noch konservativer und strenger werden könnte. Aber ich weiß nicht, wie der Großteil der Bevölkerung reagiert. Das hängt sicherlich vom Bildungsgrad ab. Vielleicht wird die Mehrheit Erdogan weiterhin gut finden, solange sie Arbeit und genug zu essen haben. Ich kann mir aber vorstellen, dass vor allem die kreativen und gebildeten liberalen Türken das Land verlassen, wenn sie sich zu eingeschränkt fühlen und gehen können. Zur Zeit will ich selbst aufgrund der Stimmung auch gar nicht hinfahren. Das schadet aber natürlich dem ganzen Land und trifft unter Umständen die Falschen.

Ich habe auch eine Produktion in Istanbul, in der ich Sweatshirts und T-Shirts produzieren lasse. Die habe ich ein paar Mal besucht, seitdem funktioniert es aber auch per Telefon und Mail wunderbar. Mit dieser Firma würde ich gerne weiterarbeiten, wenn wir wieder T-Shirts in unserer Kollektion haben. So weit ich weiß, ist das weiterhin recht unproblematisch möglich.

Ayzit Bostan, Jahrgang 1968, wurde in Torul in der Türkei geboren und lebt in München. 1995 hat sie ihr Label Ayzit Bostan gegründet. Seit 2012 lehrt sie als Professorin an der Kunsthochschule Kassel.

FOTOS: LOTTERBANK & UENTES; FABIAN FRINZEL



Erwerben Sie einen Eigentumsanteil an einem NetJets Flugzeug und erhalten Sie Zugang zu über 700 Privatjets weltweit. Nur NetJets bietet Ihnen die Größe, Sicherheit und Leistungsfähigkeit einer kommerziellen Fluggesellschaft, kombiniert mit der Flexibilität und Schnelligkeit eines Privatflugunternehmens.

netjetseurope.com +49 89 2323 7549

Alle von NetJets® Europe angebotenen Flugzeuge werden von NetJets Transportes Aéreos S.A., einer EU-Luftfahrtgesellschaft, betrieben.



Uganda
Bobby Kolade

Die gesellschaftliche und politische Situation in Uganda beschäftigt mich sehr, weil ich bis zu meinem 18. Lebensjahr dort aufgewachsen bin. Ich war auf einer internationalen Schule, und allein das ist eine Ablehnung gegenüber dem örtlichen Bildungssystem. Wir haben dort kaum etwas über die Kolonialgeschichte des Landes gelernt, und uns wurde stetig vermittelt, alles aus dem Ausland sei besser. Das Lokale wurde ignoriert, das ist noch immer eine grundsätzliche Mentalität in Uganda. Das hat Auswirkungen auf die Wirtschaft, weil die Menschen eher Produkte aus dem Ausland importieren wollen, statt selbst zu produzieren. Als die britischen Kolonialmächte in das Land kamen, haben sie den Leuten gesagt, dass die Art und Weise, wie sie Dinge machen, falsch ist, und ihnen die Ideale des weißen Manns aufgezwungen. Daraus hat sich ein Minderwertigkeitskomplex entwickelt, der noch heute koloniales Erbe ist. Uganda ist ein stolzes, warmherziges Land, aber die Kolonialzeit und die nachfolgende Abhängigkeit von westlicher Entwicklungshilfe ebenso wie die korrupte politische Riege erschweren die Entwicklung. Die Entwicklungshilfe, viel davon aus Deutschland, wird mittlerweile überwiegend vom privaten Sektor geführt. Der hat natürlich privatwirtschaftliche Interessen, was nicht unbedingt schlecht sein muss, weil so Arbeitsplätze und industrielle Infrastruktur geschaffen werden. Das große Problem aber ist, dass den Ugändern noch immer das Selbstwertgefühl fehlt, etwas Eigenes aufzubauen, obwohl das Land ein wahnsinniges wirtschaftliches Potential hat. Die zwei großen Exportgüter sind Kaffee und Baumwolle. Aber während meiner 15 Jahre in Uganda hatte ich nicht ein einziges Kleidungsstück aus heimischer Baumwolle und heimischer Produktion – und genau das möchte ich als Designer mit meinen Projekten angehen. Die Leute haben sich stattdessen auf riesigen Flohmärkten gebrauchte Kleidung, eigentlich Abfallprodukte, aus Europa und Amerika gekauft. Nun wollen einige ostafrikanische Staaten die Einfuhr importierter Second-Hand-Kleidung reduzieren, um der eigenen Produktion eine Chance zu geben. Aber die Vereinigten Staaten drohen das internationale Handelsabkommen AGOA aufzukündigen, falls das passieren sollte, weil der Handel mit gebrauchter Kleidung für sie sehr profitabel ist. Das ist neokolonialistisch. So wie die Missionarsarbeit einiger christlicher amerikanischer Organisationen, die zwar Schulen bauen, aber zugleich konservative, homophobe Ideologien exportieren. Dabei handelt es sich dort, entgegen westlicher Vorurteile, um eine pluralistische Gesellschaft, in der Christen, Muslime und Hindus friedlich miteinander leben.

Bobby Kolade, Jahrgang 1987, wurde in Khartoum (Sudan) geboren und ist in Kampala (Uganda) aufgewachsen. Er ist Designer in Berlin.



Vereinigte Staaten
Larry Tee

In der Nacht, in der Barack Obama die Wahl gewann, bin ich nach London gezogen. Die Stimmung war von Freude geprägt, weil das der amerikanische Traum schlechthin war: Du kannst aus dem Nichts kommen und alles erreichen. Das war für mich aufregend, weil ich einen Bezug dazu hatte. Wir hatten acht wundervolle Jahre, aber was jetzt passiert, gleicht eher einer Reality-Fernsehsendung. Ich selbst muss aufpassen, es nicht als Satire zu betrachten. Dabei ist die Situation in zweierlei Hinsicht interessant. In Deutschland haben wir noch alle Möglichkeiten, und auch in den Vereinigten Staaten gibt es sie. Dort gibt es aber auch viele Menschen, die diesen Möglichkeiten ein Ende setzen wollen. Erstaunlicherweise könnte das Ganze aber auch auf eine gute Weise enden, auch wenn es momentan kompliziert ist und sehr unangenehm für die meisten Amerikaner. Langfristig könnte es zum Beispiel das Thema der ökonomischen Disparität auf die Tagesordnung bringen, auf die Amerika und die Welt schauen müssen. Ich habe Donald Trump nicht gewählt, aber meine Mutter und mein Bruder. Ich versuche, nicht böse zu sein auf ihre politische Orientierung. Mein Bruder hört sich nur konservative Radiosendungen an, also weiß er auch nichts anderes. Beide leben im Bundesstaat Georgia, mein Bruder sieht sich als Republikaner. Meine Mutter sagt, dass sie einen Mann an der Spitze sehen will, der seine Meinung sagt.

Ich hatte es im Gefühl, dass Trump gewinnen würde. Amerikaner lieben das Fernsehen und die Fernsehstars. Wer auch immer die meiste Sendezeit hat, wird die Wahl gewinnen, selbst wenn mit ihm schlechte Nachrichten verbunden sind. Es geht um die Reichweite, nicht darum, wer der beste Kandidat ist. Die Leute dachten, dass Hillary Clinton einen besseren Job machen würde, aber sie kannten Donald Trump besser aus dem Fernsehen.

Im Durchschnitt sind 40 Prozent der Bevölkerung konservativ und 40 Prozent liberal. Es sind die 20 Prozent, die weder das eine noch das andere sind, die am Ende die Wahl entscheiden. Sie informieren sich tendenziell nicht, sondern entscheiden schlicht und einfach nach Bekanntheit.

Barack Obama hat sich in seiner Zeit um die Gesundheitsversorgung gekümmert und die Rechte von Homosexuellen gestärkt. Aber ich habe trotzdem die Hoffnung, dass diese Tragödie, die sich jetzt abspielt, ein gutes Ende haben kann. Es könnte uns dazu bringen, Schwierigkeiten zu überwinden und Dinge wie die Steuerproblematik anzugehen, die unter Hillary Clinton möglicherweise nicht besprochen worden wären. Wenn etwas Schlechtes passiert, kann es nur besser werden. Und bis dahin: Beten wir, dass alles gutgeht.

Larry Tee, Jahrgang 1959, wurde in Seattle in den Vereinigten Staaten geboren. 2015 gründete er in Berlin das Modelabel Tzuji. Außerdem ist er DJ.



Polen
Dawid Tomaszewski

Ich verfolge jeden Tag, was im polnischen Parlament passiert, und was sich dort zur Zeit abspielt, ist dramatisch. Das Land wird de facto von Jaroslaw Kaczynski regiert, dem Vorsitzenden der national-konservativen polnischen Regierungspartei „Recht und Gerechtigkeit“ (PiS). Der Präsident Andrzej Duda ist aus derselben Partei und eigentlich nur ein verlängerter Arm Kaczynskis. Die Minister werden von seiner Partei bestimmt, die Rechte oppositioneller Parteien immer mehr eingeschränkt. Einmal im Monat gibt es eine Gedenksitzung für Kaczynskis verstorbenen Zwillingbruder, und niemand darf dagegen protestieren. Die Art, wie oppositionelle Parlamentarier beschimpft werden, wäre in anderen europäischen Ländern undenkbar.

In den vergangenen 20 Jahren hat Polen einen enormen Aufschwung geschafft, es gab ein wahnsinniges Wirtschaftswachstum und den EU-Beitritt. Natürlich hatte die letzte Regierung auch Probleme, so etwa die Korruption, aber das war nicht ungewöhnlich, da es noch ein Land im Entstehungsprozess war, das es vor 100 Jahren so nicht gab. Trotzdem hat die Bevölkerung die ganzen positiven Entwicklungen nicht gesehen, und davon hat Kaczynskis Partei profitiert.

Im Wahlkampf gibt sich die PiS gerne als Partei für alle und gewinnt damit die Unterstützung der weniger gebildeten Bürger. So hat sie das Kindergeld erhöht und subventioniert die katholische Kirche wahnsinnig – was allerdings den Haushalt ruiniert. Aber damit gewinnt sie die Zustimmung eines großen Teils der Menschen, vor allem der Älteren, die gläubig sind und die nicht vom Aufschwung profitiert haben. Das verstehe ich nicht, weil ja gerade die Älteren Krieg und Kommunismus kennen. Mit der Justizreform geht es noch mehr in Richtung Totalitarismus. Wenn die Regierung Einfluss auf die Verfassung und die Justizorgane nehmen kann, dann hat das nicht mehr viel mit Demokratie zu tun. Es werden auch immer mehr Kampagnen geführt, die gegen die Rechte von Frauen, von Homosexuellen und anderen Minderheiten gehen. Die Europäische Union hat bislang nicht viel dagegen gemacht.

Mit einer so konservativen Regierungspartei ist Polen vor zwei Jahren stehen geblieben. Was in den vergangenen 20 Jahren erreicht wurde, ist nun davon bedroht, wieder zerstört zu werden. Auf der anderen Seite gehen jeden Tag Hunderte, Tausende von Menschen auf die Straße, um zu protestieren. Bei der 2015 gegründeten liberalen Partei Nowoczesna gibt es eine aufstrebende Politikerin, Kamila Gasiuk-Pihowicz. Sie ist 34 Jahre alt, hochgebildet, engagiert. Das ist das neue Polen für mich. Das gibt Hoffnung.

Dawid Tomaszewski, Jahrgang 1980, wurde in Danzig in Polen geboren. Seit 2009 führt er in Berlin sein eigenes Label.



Frankreich
Odély Teboul

Während des ersten Durchgangs der französischen Präsidentenwahlen in diesem Jahr war ich in Paris. Es war merkwürdig und erschreckend, dass Marine Le Pen vom Front National es durch den ersten Wahlgang geschafft hat und dass es trotzdem kaum echten Widerstand oder Aufruhr gab.

Als ihr Vater, Jean-Marie Le Pen, als Kandidat des Front National im Jahr 2002 den ersten Wahlgang geschafft hatte, war ich 17 Jahre alt und noch zu jung, um zu wählen. Aber ich erinnere mich daran, wie entsetzt die Franzosen waren. Es war ein Skandal, die Menschen waren wirklich aufgebracht, rebellierten und gingen auf die Straße, um gegen den Front National zu demonstrieren.

Was mich dieses Mal so beängstigt hat: dass ich keine oppositionelle Reaktion gesehen habe. Und ich habe mich gefragt, was los war. Handelte es sich einfach nur um eine Protestwahl? Was hat die Menschen so wütend gemacht, dass sie sich der extremen Rechten hingaben? War es die Finanzkrise? Wenn Menschen unglücklich sind, neigen sie dazu, andere für ihre Situation verantwortlich zu machen. Und der Front National spielte mit seiner nationalistischen, einwanderungsfeindlichen Rhetorik in diese Stimmung hinein.

Im zweiten Wahlgang wurde dann Emmanuel Macron zum Präsidenten gewählt. Es ist eher eine Art Kompromiss, weil er natürlich kein Extremist ist, und dafür bin ich dankbar. Was auch immer seine politische Gesinnung sein mag, es kann eine Chance sein, einen jungen Präsidenten zu haben, der neue Perspektiven und Energie in die Regierung bringt.

Seitdem ich in Deutschland lebe, merke ich erst, wie stark soziale Strukturen in Frankreich verankert sind. Es gibt kostenlose Bildung, Gesundheitsversorgung und ein soziales Netz, das ist alles Teil dieses Landes und wird es hoffentlich auch bleiben, egal wer Präsident ist. Das Problem ist die wirtschaftliche Situation, mit der viele nicht zufrieden sind. Außerdem wird durch die Medien Angst geschürt, vor allem was Themen wie Migration oder die Terrorangriffe in Frankreich angeht. Bei diesen Themen generalisieren viele. Es ist beängstigend, dass es ein paar wenige Menschen gibt, durch die eine ganze Gruppe als böse stigmatisiert wird. Das geht gegen grundsätzliche Werte.

Abgesehen von der Politik wirft die gegenwärtige politische Situation Licht auf den Menschen aus einer philosophischen Perspektive. Darauf, wie er denkt und handelt. Auf der einen Seite werden die Grenzen durch die Europäische Union geöffnet. Auf der anderen Seite nehmen nationalistische Einstellungen zu. Es scheint schwer zu sein, aus der Geschichte zu lernen.

Odély Teboul, Jahrgang 1985, wurde in Amiens geboren. Sie war Designerin bei Augustin Teboul. In diesem Jahr gründete sie Lou de Bétoly.

Jacke wie Hose? Eins wie das andere? Die Hose gehört zu den Kleidungsstücken, die gedankenlos angezogen werden, wenn man aus dem Haus geht. Ein Leben ohne Hose können sich die meisten von uns, ob Frauen oder Männer, ob jung oder alt, nicht vorstellen. Wir sind alle unaufgeregte Hosennutzer geworden, das erscheint uns das Normalste auf der Welt. Nur noch in Redewendungen wie der, dass es Zeit wäre zu zeigen, wer die Hosen anhat, haben sich Spuren der Konflikte erhalten, die einst die Hose wie wenige andere Kleidungsstücke umtobten haben.

Der Kampf um die Gleichheit aller Menschen, die sich dann als Männer herausstellten, der Kampf um die Gleichheit der Geschlechter, der weibliche Kampf um männliche Privilegien, begann als Kampf um die Hose. Der Kampf um die Gleichheit aller Menschen, die Französische Revolution von 1789, kam gar im Namen der Hose: Die revolutionäre Partei wurde nach dem Fehlen dessen bezeichnet, was aller Welt bis dahin als die einzig tragbare Hose galt – der *culotte*. Als *sans culottes*, Hosenlose, wurden die Revolutionäre verspottet. Sie liefen zwar nicht ohne Hosen herum, machten sich aber lächerlich in ihren *pantalons*, Beinkleidern, die bis auf die Schuhe fielen. Das Deutsche kennt den Klassenunterschied nicht, der als Hosenunterschied auftrat. Der Kampf um die Gleichheit der Geschlechter war ein Kampf der Röcke um die Hose, die dabei zur Allerweltschuhose geworden war, zum *pantaloon*.

Natürlich ist auch heute nicht eine Hose wie die andere. Man überlegt, ob es eine Flanellhose sein soll, mit Bügelfalte oder ohne, ob Chinos oder Jeans, ob Hosenanzug, Caprihosen, Marlene-Hosen, Nadelstreifen oder eher das, was gerade wieder *Culotte* heißt. Ziehen jetzt ausschließlich Frauen an. Vor kurzem noch unbedingt super *skinny*, kommen Hosen jetzt mit Schlag, als Faltenhosenrock, auch das Elefantenbein ist wieder da. Karotten- und Bundfaltenhosen warten dagegen noch auf ihre Wiederentdeckung. Aber alle streifen, Männer wie Frauen, eines der Beinkleider über. Mit Gürtel, seltener mit Hosenträgern. Junge Männer tun es seit Jahrzehnten den amerikanischen Gefängnisinsassen nach und lassen die Hose gürtellos über den Po nach unten rutschen; junge Frauen gehen in übergroßen *boyfriend pants* unter die Leute.

Und doch war die Hose eines der umstrittensten Kleidungsstücke. Denn Klassenpolitik und Geschlechterpolitik wurden nicht durch die Blume, sondern durch die Hose artikuliert, wie in der Französischen Revolution. Für Aufruhr sorgten auch Frauen in Hosen: Noch Ende der fünfziger Jahre verwies ein Bundestagspräsident in Deutschland eine Abgeordnete im Hosenanzug des Parlaments. So viel Ruhm, aber auch so viel Hohn und Spott wie die Hose hat kein anderes Kleidungsstück auf sich geladen. Die Hose wurde, was sie nie war: Ausnahmezustand männlicher Identität.

Marlene Dietrich, hier im Jahr 1933, musste nicht für die Hose kämpfen. Sie trug sie einfach.

IM NAMEN DER HOSE

Das politischste aller Kleidungsstücke war jahrhundertlang umkämpft. Die Hose definierte Klassen und Geschlechter. Jetzt ist alles Jacke wie Hose.

Von Barbara Vinken



Bei den alten Griechen galt die Hose als lächerlich und auf jeden Fall als unangemessen. Selbstverständlich trugen Griechen keine Hosen, man muss sich nur die klassischen Friese ansehen. Organisch drapierten sie ihre Gliedmaßen in fließende Falten, die sich jeder Bewegung wie natürlich anschmiegen, schwärmte Hegel. Hosen trugen die Anderen, die Nichtgriechen, Skythen, Mongolen, die jenseits der Grenzen der Zivilisation hausten.

Dort entstanden Hosen als das, was man Funktionskleidung nennt: Sie schützten vor Kälte und Verletzung und gewährten gleichwohl Beinfreiheit. Jenseits der Zivilisation, wo man auch in grauen Vorzeiten nicht viel Wert auf Stil legte, trug man sie zuerst beim Reiten und Jagen. Sie waren nicht wie der reiche Faltenwurf der Gewänder und Togen an öffentliches Auftreten gebunden, sondern an alltägliches Funktionieren, an Arbeit.

Die Römer in ihrer Toga übernahmen den Vorbehalt gegen die Hose von den Griechen. Hosenträger waren auch bei ihnen schlicht Barbaren. Doch die Vorteile der Beinlinge stellten sich auf Feldzügen als unentbehrlich heraus: Die kriegführenden Römer legten in der späteren Antike notgedrungen Beinkleider an und taten es den Barbaren nach.

Erst in der Neuzeit stand der Hose eine steile Karriere bevor. Heute wird die Welt von keiner *gens togata*, sondern von Hosen-

trägern beherrscht. Im Mittelalter und erst recht in der Moderne wird die Hose vom praktischen, aber ungeliebten, unpassenden und sicher nicht eleganten Kleidungsstück zum gesellschaftlichen Standard, ja zum Erotikschlager. Den Männern der herrschenden Klassen war die Hose, was der Minirock der Sechziger den Frauen. Was die waffentragenden, reitenden, jagenden Männer in Spätmittelalter, Renaissance und bis um die Französische Revolution trugen, müssen wir uns wie die heutigen weiblichen Leggings vorstellen. Sie zu tragen verbot die Fluggesellschaft Delta vergangenes Jahr ihren Angestellten, weil sich darin alles wie nackt abzeichne. In hautengen Seidenhosen waren es in vergangenen Zeiten die Herren der Schöpfung, die phallisch aufgerüstet, zur Schau stellten, was die Frauen noch durchs 20. Jahrhundert verhüllen mussten: Beine, Po, Geschlecht. Die Konstellation Rock versus Hose, Verhüllen versus Entblößen, war verbindliche Norm geworden.

Die Hosenrollen in Oper und Theater, wo Frauen Männer spielten, bezogen ihren unwiderstehlichen Reiz daraus, dass man sah, was sonst nie zu sehen war: die Schönheit entblößter weiblicher Beine. Die Hosenrollen spielen deshalb bis ins 20. Jahrhundert in einer historischen Zeit und vorzugsweise in der Renaissance, wo die Herren noch ihre Beine zur Schau stellten, statt sie in Röhren zu verhüllen.

Bis vor 300 Jahren, zu Zeiten Ludwigs des XIV., war durch Verordnungen nicht nur geregelt, was jeder Stand, sondern auch, was jedes Geschlecht zu tragen hatte. Nur auf dem Hintergrund einer Kleiderordnung konnte es zu Klassen- und Geschlechtertravestien kommen. So zogen sich bis ins 18. Jahrhundert hinein die Frauen als Männer an, weil sie auf die Weise konnten, was sonst den Männern vorbehalten war: alleine reisen, auf Schiffen segeln, beim Reiten fest im Sattel sitzen oder in den Krieg ziehen. Die prominentesten Beispiele dieser Art funktionalen Crossdressings sind Jeanne d'Arc, deren Männerkleider maßgeblich zu ihrer Verurteilung beitrugen, und Christina von Schweden, beide Hosen-träger. Einen der Kleiderskandale, welche die Modekönigin Marie Antoinette inszenierte, hing an der *culotte*: Hoch zu Pferde ließ sich die Königin gewissermaßen *en travestie* abbilden, mit hautenger Kalbs-Culotte und Seidenstrümpfen, Dreispitz und Dolch, angezogen wie ein Mann, das Pferd zwischen den Beinen, Schenkel und Waden für jedermann zu bewundern.

Unglücklicherweise verschleift das Deutsche den Unterschied, den die romanischen Sprachen machen: Zwischen *culotte* und *pantalon* liegen Welten. Nach diesen Hosen unterschieden sich die Parteien der Revolution. Die Revolutionäre aus Volk und drittem Stand trugen Beinkleider, wie sie die herrschenden Schichten vor der Revolution nie und nimmer angelegt hätten: diese eigenartigen Röhren, die man heute als Hosen kennt. Die hautenge *Sexyness* der *culottes*, noch für Flaubert ein Fetisch, wurde durch *pantalons* ersetzt, welche die Beine lose bedecken und nicht über oder unter dem Knie gebunden werden, sondern nach unten bis auf die Schuhe fallen.

Philippe d'Orléans, ein prominenter Klassentravestit, ließ mit der *culotte* die Pracht des Ancien Régime hinter sich; er legte die langen röhrenartigen Beinkleider des dritten Standes an, die zum Signum des modernen Manns geworden sind und heute als die natürlichste Sache der Welt erscheinen. Ein Dandy, Beau Brummell, machte den *pantalon* in England zu Anfang des

IM NAMEN DER HOSE

19. Jahrhunderts salonfähig. Der Sybarit Edward VII. sorgte für den an sich harmlosen Hosenaufschlag. Fürst Metternich legte die *culotte* erst 1848 und vermutlich sehr schweren Herzens ab.

Die Sansculottes machten der feudalen männlichen Zurschaustellung den Garaus. Der Anblick der neuen Hosen war gewöhnungsbedürftig. Sie wurden nicht eben schmeichelhaft verspottet als Ofenrohr und Pasteur-Röhrchen. Der *pantalon* ist einer der wenigen Fälle in der Modegeschichte, in der eine Unterschichtenmode zur verbindlichen Mode für alle Schichten und zum Universalklassiker wurde: *trickle up*. Und es ist der wohl einzige Fall, bei dem ein Kleidungsstück in seinem Namen den Ausweis seiner schockierenden Lächerlichkeit mit sich herumschleppt.



Jeanne d'Arc, hier auf einem Gemälde aus dem 17. Jahrhundert, siegte und scheiterte in Hosen.

Benannt sind die *pantalons* nach einer lächerlichen Figur der Commedia dell'arte, dem Pantalone, der seinen Namen roten Hosen verdankt, die bis auf den Fuß fallen. Heute würde man sagen, der Pantalone mache einen auf dicke Hose. Alt, geschäftstüchtig, geizig, aber immer hinter jungen Frauen her und von ihnen zum Narren gehalten, wird er von allen manipuliert, hält sich indessen nicht nur für unwiderstehlich, sondern für einen genialen Strippenzieher. Sexappeal verwechselt er mit dem prallen Geldbeutel, der gut sichtbar an seinem Hosenbund baumelt. Der Pantalone ist ein Hosenheld, der sich in seinem Eigeninteresse lächerlich macht. Er ist die Figur, die alle höfischen Werte ins Lächerlich-Bürgerliche verkehrt, das exakte Gegenteil des Cortegiano, des Hofmanns, wie er von Baldassare Castiglione beschrieben worden ist. Seine falsche Eleganz zeigt sich in Hosen, die es den Hosen der Aristokraten nachtun wollen – den Renaissance-Tricot-hosen, wie sie vorzüglich junge, schöne, langbeinige Männer trugen und die doch verschiedener nicht sein konnten. Denn Pantalones fielen glatt bis auf die Füße, wie es eine höfische Hose nie getan hätte. Der bürgerliche Geizhals und Lüstling ist eine eitle Modekatastrophe.

Die Revolution hatte zwar alle ständischen Kleiderordnungen aufgehoben, so

dass jeder anziehen durfte, was er wollte. Bis auf die eine Ausnahme: Frauen standen unter Hosenverbot. Die nachrevolutionäre Gesetzgebung trennte nicht die Klassen oder Stände so wie *pantalon* und *culotte*, aber Frauen und Männer dafür strenger als das Alte Testament, das immerhin beide Geschlechter gleichberechtigt unter Traves-tieverbot gestellt hatte. Hosen zu tragen war nach der Revolution ein männliches Privileg. Das Gesetz vom 17. November 1800 legte fest, wer die Hosen anhatte. Um Hosen zu tragen, brauchten Frauen hand-feste Gründe – ein Pferd am Zügel zum Beispiel – und dazu noch die Erlaubnis der Polizei.

Unternehmerinnen und Handwerkerinnen führten den Kampf um die Hose in Paris an. In Hosen konnten sie eine Druckerei leiten, in Hosen verdienten sie in Handwerksbetrieben doppelt so viel wie ihre Geschlechtsgenosinnen in Röcken. Aber die Polizei erlaubte Frauen die Hosen kurioserweise auch, wenn sie von Natur aus so männlich wirkten, dass sie in Frauenkleidern wie Transvestiten gewirkt hätten. Auch Schauspielerinnen und Schriftstellerinnen wie Rosa Bonheur und George Sand waren berühmte Hosen-trägerinnen. Freie Frauen, Frauen, die selbst ihr Geld verdienten, nicht in die patriarchalische Ordnung eingebunden waren, sondern erotisch selbstbestimmt auftraten, trugen Hosen.

Um die Mitte des 19. Jahrhunderts war die *femme travestie* zwar noch irgendwie aufregend und anrühlich, *mauvais genre*, aber doch unaufhaltsam dabei, zum Normalfall zu werden. Das gesetzliche Hosenverbot für Frauen wurde in Frankreich seit Ende des 19. Jahrhunderts nicht angewandt, aber erst 2013, als sich kaum jemand mehr daran erinnerte, tatsächlich aufgehoben.

So kam es, dass der Modeschöpfer Paul Poiret schon um die Jahrhundertwende den Versuch unternahm, die sogenannte Harems-hose in die Haute Couture einzuführen. Diese erste Damenhose wurde ein Riesenflop. Noch führten Damen im Hosenrock überall in Europa zu Volksaufläufen. Chanel, schon vor dem Ersten Weltkrieg in weiten Matrosenleinenhosen unterwegs, war da erfolgreicher. Marlene Dietrich im Smoking, Greta Garbo und Katharine Hepburn verhalfen der Hose zu stets zwiespältigem, aber umso unwiderstehlicherem Glamour.

Endgültig triumphierte die Hose mit dem Smoking von Yves Saint Laurent 1966. Pierre Bergé soll gesagt haben, Chanel habe die Frauen befreit, an die Macht gebracht aber habe sie Yves Saint Laurent. Erst Ende der sechziger Jahre wurde es Frauen allmählich möglich, mit Hose ins Ritz zum Diner, mit Hose bei Harrods zum Shoppen zu gehen. Heute tragen Frauen an der Macht oft – und vielleicht zu oft – Hosenanzüge. Mittlerweile entzündet sich die Frage, wer die Hosen anhat, nicht mehr an der Hose, sondern am Rock. Darum hat man in Frankreich nun den „Journée de la jupe“ ausgerufen. Männer und Frauen gehen an diesem Tag im Rock zur Arbeit und in die Schule. Warum nicht?

PHOTO GETHY

MY MAGNIFIQUE VOYAGES

Sofitel Dubai Downtown

Sofitel Vienna Stephansdom

Life is Magnifique!

Sofitel Frankfurt Opera

Sofitel Marrakech Palais Imperial

SOFITEL
HOTELS & RESORTS

EINE REISE DURCH DIE SOFITEL KOLLEKTION

LONDON, PARIS, SHANGHAI, RIO DE JANEIRO... ENTDECKEN SIE UNSERE MAGNIFIQUE ADRESSEN AUF DER GANZEN WELT UNTER SOFITEL.COM

An ACCORHOTELS experience



Kampagne für Frühjahr und Sommer 1996 (Guinevere van Seenus)

Foto Craig McDean



Kampagne für Frühjahr und Sommer 1996

Foto Craig McDean



Jil Sander, „Marie Claire“, 1991

Foto Peter Lindbergh



Kampagne für Frühjahr und Sommer 2005

Foto David Sims

„Man macht sich etwas vor, wenn man meint, es komme nicht darauf an, was man anzieht“

Jil Sander über ihre Ausstellung in Frankfurt, die Arbeit in der Mode, das Umpflanzen von Olivenbäumen und die Eroberung des Alltags

Frau Sander, in Frankfurt beginnt Anfang November eine große Ausstellung zu Ihrem Werk im Museum Angewandte Kunst. Warum Frankfurt?
Es gab auch andere Projekte. Wir haben lange überlegt, auch weil mich die Vergangenheit nie so recht interessiert hat.

Modemacher denken ja immer in die Zukunft.
Natürlich. Aber manchmal liegt die Zukunft auch in der Vergangenheit. Die Loftarchitektur des Richard-Meier-Baus hat mich überzeugt. Es soll in der Ausstellung nicht nur um die Mode gehen, sondern um viele Bereiche, mit denen ich mich beschäftige habe. Da spielen auch die Architektur und die Lichtverhältnisse eine Rolle. Und der Direktor Matthias Wagner K, der die Ausstellung kuratiert, hat ein Gefühl für diese Dinge.

Sie sind schon seit fast einem halben Jahrhundert in der Mode tätig. Da werden Sie viel vorzubereiten haben.
Ja, wir haben vor fast anderthalb Jahren mit der Arbeit begonnen. Es ist eine komplexe Aufgabe. Und wie alles in meinem Leben entsteht auch die Ausstellung in Teamarbeit. Das macht mir und allen Beteiligten Freude.

Zum ersten Mal wird einer Ausstellung das gesamte Museum zur Verfügung gestellt. Wie wollen Sie die großen Flächen bespielen?
Neben der Mode werden Accessoires, Kosmetik, Kampagnen, Videos gezeigt, auch Architektur. In Paris an der Avenue Montaigne waren wir ja Flagship-Store-Pioniere. Ich habe im Laufe der Zeit mehr als 100 Flagship-Stores und Shop-in-Shops gebaut. Wir haben in der Ladengestaltung vieles in Bewegung gesetzt und vor allem

auch die Dimensionen neu gedacht. In der Frankfurter Ausstellung einfach nur Kleidung zu zeigen, womöglich noch getragene Sachen – das hätte ich nicht ertragen. Es war von Anfang an klar, dass es keine Puppenparade werden kann. Mir ging es um ein modernes Gesamtkonzept, wie bei meinen Schauen, wo alles zusammenspielt, von der Architektur über das Casting bis zu Licht und Musik.

Sie haben damals in Ihrem Showroom in Mailand immer einen recht kleinen Rahmen beibehalten, auch als sich Italiener wie Armani oder Dolce & Gabbana riesige Schau Räume bauten.
Als ich 1997 mit der Herrenlinie begann, haben wir den Raum sogar noch verkleinert, um ihn persönlicher zu gestalten. Wir nannten ihn Air-France-Lounge. Damals hat sich in der Herrenmode viel verändert. Wir haben die Jacken 50 Prozent leichter gemacht, indem wir die Konstruktion der Rosshaar- und Canvas-Einlagen weniger schwer konzipiert haben. Damit haben wir die Form vollkommen erneuert. Denken Sie an unsere natürlich wirkende Schulter. Und plötzlich sahen die Männer modern aus. Da passte die intime, persönliche Präsentationsform.

Haben Sie überhaupt noch alle Kleider von damals? Schließlich haben Sie vor vier Jahren der Marke, die Ihren Namen trägt, endgültig den Rücken gekehrt.
Die Kleider sind bei Jil Sander geblieben. Aber wir haben ein gutes Verhältnis, und die Marke unterstützt uns bei der Ausstellung.

Wenn Sie sich jetzt mit Ihrer Vergangenheit auseinandersetzen: Erinnern Sie sich auch an Krisen?

Wir haben Mitte der Siebziger Schauen in Paris veranstaltet ...

... in dem Saal im Hotel Intercontinental, in dem auch Yves Saint Laurent seine Couture-Schauen präsentierte.
Genau. Wir haben uns damals noch die Schuhe bei Maud Frizon und François Villon ausgeliehen. Aber bei der letzten Schau in Paris kamen sie viel zu spät. Das erkennt man daran, wie schockbleich ich auf den Fotos von damals aussehe. Irgendwie haben wir es doch hinbekommen. Aber die Erfahrung war so traumatisch, dass ich danach erst einmal keine Schauen mehr gemacht habe.

Als Sie jetzt in die Vergangenheit eingestiegen sind, haben Sie da auch etwas über sich selbst gelernt?
Ich habe gelernt, dass sich das eigene Ich in der Zeit entfaltet. Man muss nicht alles in jedem Moment wissen und gegenwärtig haben. Aber es muss alles da sein, um irgendwann hervorgeholt zu werden.

Und was ist Ihnen beim Betrachten der alten Fotos und Videos aufgefallen?
Vieles, was ich damals entworfen habe, war überraschend feminin, aber auf moderne Art.

Also nicht feminin im Sinne von Versace.
Nein. Bei mir ging es viel um Form, Funktion und Proportion. Ich wollte nie nur dekorieren. Wir hatten auch viel Transparenz, aber an der richtigen Stelle, ohne zu sexy zu sein.

Zur Vorbereitung der Ausstellung fand ein großes Fundraising-Dinner bei Friedrich und Sylvia von Metzler in Frankfurt statt. Da schienen Sie überrascht von der Begeisterung, die über Sie hereinbrach.

War ich auch. Die positive Energie fand ich erstaunlich. Ich begreife noch nicht so recht, warum die Kundinnen so intensiv mit meinen Entwürfen leben. Diese emotionale Beteiligung ist mir rätselhaft. Ich konnte das nie richtig einschätzen. Auf eine Weise, die mir nicht ganz klar ist, scheine ich das Vertrauen der Menschen gewonnen zu haben.

Sie sind eben für viele Frauen ein Rollenvorbild.
Ich musste immer Energie haben, mich durchsetzen, vielleicht ist es das. Wir kommen ja aus einer Zeit, in der es hieß: Man muss seinen Kopf benutzen, und das Äußere ist nicht so wichtig.

Woher kam bei Ihnen eigentlich die Leidenschaft für Mode?
Schon als Kind habe ich genau gewusst, was ich mag. Ich wusste immer schon, was andere zu bestimmten Anlässen anziehen sollten. Noch heute muss ich ein bisschen aufpassen, weil ich immer helfen und beraten will, geradezu missionarisch.

Und wie wurden Sie zur Designerin?
Eines führte zum anderen. Als Moderedakteurin bei „Constance“ und „Petra“ Ende der sechziger Jahre konnte ich die Fotos, die ich mir wünschte, nicht mit den Kleidern verwirklichen, die man mir gab. Also habe ich die Hersteller um Änderungen gebeten. Daraus ergab sich meine erste Trevira-Trendkollektion für die Farbwerke Hoechst. Dann habe ich plötzlich gedacht: Ich mache das selber. Und als ich meine eigene Marke hatte, war ich irgendwann unglücklich darüber, wie sie in den Geschäften präsentiert wurde. Also habe ich eigene Flagship-Stores gegründet. Es ging also Schritt für Schritt.

Wie hat sich Ihre Marke modisch entwickelt?
Ich wollte innovativ in den Materialien und in der Formensprache sein. Ich habe als Erste mit Klettverschlüssen und Filz gearbeitet. Mit der Kosmetik-Lizenz habe ich ebenfalls früh begonnen. Und schon Mitte der Neunziger habe ich mit Puma zusammen Ledersneaker entwickelt.

Durch Ihr Werk zieht sich eine gerade Linie. Ihr Purismus brachte Ihnen Titel wie „Queen of Less“ ein. Aber manchmal wurden Sie auch vom Zeitgeist eingefangen, wenn man zum Beispiel an die breiten Schultern in den achtziger Jahren denkt.
Natürlich spiegelt das Design die Trends wider. Jede Kollektion ist auch ein Reflex des Augenblicks. Das ist der einzige Fall, in dem ich es bedauere, auf einen Trend reagiert zu haben. Die Schultern wurden immer breiter. Aber ich bin noch ganz gut damit umgegangen, sie waren ja auch ein Aspekt der Emanzipation. Gleichberechtigung, Kraft und Haltung sind gut. Daher passten die Schultern. Man muss alles vor dem Hintergrund seiner Zeit sehen. Ich weiß noch, wie ich in den Sechzigern mit meinem Vater über Jeans gestritten habe. Er war total dagegen. Dann ging ich als Austauschschülerin nach Kalifornien, und als ich zurückkam, war ich verändert. Da habe ich die Jeans durchgesetzt. Das Freiheitsgefühl der damaligen Zeit hat mich sehr geprägt.

Aber wurden Sie modisch überhaupt durch die Achtundsechziger-, Hippie- und Punk-Bewegung angeregt?
Doch, die Energie im London der Siebziger hat mich inspiriert. King's Road und Portobello Road fand ich ungemein spannend. Das zeigte sich zum Beispiel in meinen Maxikleidern. Ich trug damals sogar einen knöchellangen Pythonmantel.

Hat die Protestmode zur Liberalisierung der Gesellschaft beigetragen?
Sie hat die Dinge in Bewegung gebracht, aber natürlich auch den Hang zur Gleichgültigkeit in Kleiderfragen bestärkt. Und da muss man eben sagen: Man macht sich etwas vor, wenn man meint, es komme nicht darauf an, was man anzieht. Jemandem, der in formlosen Kleidern auftritt, nimmt man den politischen Gestaltungswillen nicht ab.

Das heißt, Mode hat auch eine politische Dimension?
Unbedingt. Für politisches Engagement braucht es Kraft, und die gibt uns nicht zuletzt die Kleidung. Sie ist ein Spiegel des Selbstbewusstseins und zeigt zugleich den Respekt für andere.

Ihre Arbeit war damals anspruchsvoll. Sie waren nicht nur Designerin, sondern am Ende auch Vorstandsvorsitzende eines börsennotierten Unternehmens.
Ja. Das war alles sehr komplex. Dabei ging es, nur zum Beispiel, auch um technische Fragen. Ich habe laufend die Stoffhersteller in Italien besucht und war immer auf den Stoffmessern, früher auch auf der Interstoff in Frankfurt. Bei mir fing das Design immer bei der Stoffauswahl an. Und dann all die modischen Fragen: Wie bringt man ein Kleid zustande, bei dem man, wenn es noch am Bügel hängt, schon sehen soll, dass da was los ist? Wie setzt man Stoffe ein? Wie kann man sie formen? Dazu gehört viel handwerkliches Knowhow.

Und viel Gespür. Man darf ja nicht zurückfallen hinter die Zeit.
Genau das sind die Fragen: Was ist modern? Was ist cool? Wie definiert man überhaupt cool? Wie lässt man es leicht erscheinen? Wie sieht es anstrengungslos



Kampagne für Herbst und Winter 2004 (Mathias Lauridsen)

Foto David Sims

aus, effortless, wie wir immer gesagt haben? Man kann als Modemacherin keine Routinen entwickeln, weil man immer wieder neu denken muss. Die kreative Arbeit hat mich erhalten. Und das Schöne ist: Irgendwann ist die Saison vorbei, und es fängt an einem sauberen Tisch wieder von neuem an.

Sie hatten ein gutgehendes Unternehmen. Warum haben Sie dann im Jahr 2000 Ihre Marke mehrheitlich an Prada verkauft? Auch in anderen Branchen gab es damals viele Übernahmen und Joint-Ventures. Wir waren seit 1989 an der Börse und wollten weiter wachsen. Ich hatte zwar schon sehr früh mit Goldpfel Taschenkollektionen erarbeitet, aber die textile Arbeit stand für mich im Zentrum. Prada war ein guter Partner für Lederwaren, und das Accessoiregeschäft boomte. Schauen Sie, womit heute die großen Modemarken Umsatz machen – zu ganz großen Teilen mit Taschen.

Im Jahr 2004 verließen Sie das Unternehmen, als es noch zu Prada gehörte. Nachdem die japanische Onward Holding zugegriffen hatte, kamen sie Anfang 2012 zurück, um im Herbst 2013 abermals zu gehen. Vermissen Sie die Arbeit an Ihrer eigenen Marke? Natürlich. Sie hat lange im Zentrum meines Lebens gestanden. Es war meine Art, mit der Welt zu kommunizieren.

Sie haben in den vergangenen Jahren bestimmt schon viele Arbeitsangebote bekommen. Klar. Aber ich bin wählerisch. Es muss auch passen.

Ihr letztes Engagement war sehr erfolgreich, nämlich die Kollektion +J, die Sie drei Jahre lang für den japanischen Fast-Fashion-Konzern Uniqlo entworfen haben.

Das hat mir viel Spaß gemacht, diese demokratische Haltung, dass Mode für alle ist. Niemand sagte, was ich mein Leben lang gehört hatte: „Aber das ist so teuer!“ +J als Mode für jeden – diese Idee hat mich begeistert. In New York habe ich mitbekommen, dass eine Frau 17 Tüten mit meinen Sachen kaufte! Wir haben mit den leichten Daunen auch einen Trend angestoßen, der sich noch immer positiv in den Uniqlo-Zahlen niederschlägt. Ich habe damals einige Sportarten für mich entdeckt: Walken, Yoga, Pilates. Das kam in der Kollektion zum Vorschein. Die leichten Daunenjacken sind heute nicht mehr wegzudenken.

Aber auch eine solche Kollektion ist sehr mühsam.

Ja. Es war übrigens das erste Mal in meinem Leben, dass ich nicht der Boss war. Ich war alle sechs Wochen in Tokio, dort haben wir die Linie aufgebaut. Die japanische Kultur hat mich schon immer fasziniert. Und dann diese Modernität, diese Bahnhöfe, an denen am Tag zwei Millionen Menschen aussteigen! Als ich dann wieder nach Mailand flog, kam mir der Flughafen wie eine Busstation vor.

Und es war nicht nur eine Kooperation über ein paar Wochen, wie es sonst oft üblich ist. So etwas interessierte mich gar nicht.



Maximal minimal: Jil-Sander-Flagship-Store in London, 2002 Foto Paul Warchol



After Shave: Sander for Men aus dem Jahr 1999.

Foto Raymond Meier

Und trotzdem werden Sie es nicht wieder machen? Nein, ich bin oft genug zurückgegangen.

Verfolgen Sie das Schicksal Ihrer Marke, die außer den Besitzerwechseln nun auch schon einige Designerwechsel hinter sich hat? Natürlich liegt mir das am Herzen. Es war ja eine so lange Zeit! Ich war 24 Jahre alt, als ich mit der Marke begann. Man hängt daran. An den Mitarbeitern, den Fans, den Einkäufern und allen, die uns begleitet haben. In unserem Team zu arbeiten, das war wie in einem Internat, haben wir immer gesagt. Das hat mich über die Jahrzehnte sehr beschwingt. Da war das Ende der Geschichte natürlich traurig, sehr emotional. Mein Name steht ja dort an der Tür. Mir geht es wie einem Elternteil, das ein Kind durch eine Scheidung verloren hat. Eine Trennung kann man nicht wegdenken. Das ist nicht einfach. Man muss im Leben immer wieder Veränderungen akzeptieren. Man kann nichts festhalten. Es geht immer weiter. Wenn man das gelernt hat, kann man auch damit umgehen.

Sie waren immer unglaublich fleißig. Sind Sie das jetzt auch noch?

Ich weiß nicht, ob es Fleiß ist. Eher die Unfähigkeit, Dinge halb zu machen. Die Menschen um mich herum waren auch immer motivierend. So dass man am Ende sagen kann: Da ist was Tolles draus geworden.

Wegen der Ausstellung kommen Sie seit einem Jahr oft nach Frankfurt. Wie ist das am Flughafen: Werden Sie viel angesprochen? Zunächst einmal: Ich fahre mit der Bahn, im ICE, das ist sehr angenehm. Ich glaube, vorher war ich seit 20 Jahren nicht mehr Zug gefahren. Dadurch bin ich jetzt mittendrin und nah dran. Viele Menschen sprechen mich an und sind nett zu mir.

Ich will ohnehin die Menschen, die Dinge und die Welt als Privatperson besser kennenlernen. Dazu gehört der Rollkoffer. Ich habe mir einen neuen gekauft, der ist so leicht, den kann man mit einem Finger bewegen.

Im Gegensatz zu früher haben Sie heute auch ein Privatleben. Ja, früher habe ich manchmal buchstäblich das halbe Jahr im Hotel gelebt. Jetzt reise ich auch noch gern und viel, aber mein Lebensmittelpunkt ist Hamburg, außerdem habe ich den Garten auf dem Land. Wir haben ihn dort in 30 Jahren aus einer Koppel aufgebaut. Darum muss man sich wirklich kümmern, sonst verwildert er schnell. Ich mache das mit Freude. Wir haben immer gesagt: Eines Tages sitzen wir auf der Bank und schneiden die Rosen. Na gut, ich bin nicht jemand, der rumsitzen kann. Aber das Landleben bedeutet jedenfalls: Ruhe, Lesen, Spaziergänge. Wir haben drei Rosengärten. Daran erfreue ich mich und bin stolz darauf, wie alles wächst.

Außerdem haben Sie noch ein Anwesen auf Ibiza.

Ja, da habe ich alte Olivenbäume umgepflanzt. Von der Ernte habe ich mir jetzt mein eigenes Olivenöl machen lassen, 180 Flaschen, beste Bio-Qualität. Früher war ich immer eingebunden. Heute ist mein persönliches Leben mehr aus einem Guss. Und meine Gedanken sind frei.

Haben Sie noch weitere spezielle Hobbys?

Sie werden lachen: Autofahren. Ich komme aus einer Autofirma und bin mit Autos großgeworden. Schon als Kinder haben wir uns übers Design der Wagen unterhalten. Ich fahre selbst und mag lange Fahrten, die ich mir früher zeitlich nicht leisten konnte. Reisen erfrischt das Denken. Mit dem Auto ist man



Kampagne für Herbst und Winter 2004 (Lily Donaldson)

Foto David Sims

selbständig, man kann machen, was man will. Und ich liebe McDonald's. Wenn man auf der Autobahn unterwegs ist, findet man es leicht auf einer Raststätte. Man muss es nicht immer machen, aber die Ur-Idee von McDonald's ist gut, und so ein Burger ist bekömmlich.

Im Schnellrestaurant müssten Sie dann den Eindruck gewinnen, dass die Deutschen mit der Mode über Kreuz liegen. Sagen wir es so: Vielleicht ist man sich der Kraft, die Kleidung verleihen kann, in Deutschland nicht so bewusst. Aber es gibt natürlich doch viele Menschen, die differenzieren können. Auch die Männer:

Sie sind oft sehr interessiert, hören gut zu und sagen ihre Meinung. In Hamburg gab es übrigens immer eine zurückhaltende Eleganz, daran hat sich nicht viel geändert. Immer wieder öffnen Männer ihr Sakko und zeigen mir stolz das Schneideretikett an der Innenseite.

Heute haben Sie auch Zeit, sich über das Weltgeschehen zu informieren. Ja. Ich lese die Zeitung, bin politisch interessiert und gehe stets wählen. Ich war immer Optimistin, aber natürlich bin ich besorgt angesichts der Entwicklung in vielen Teilen der Welt. Ich war 2009 in Syrien, da herrschte dort noch Frieden.



Kampagne für Herbst und Winter 2013 (Edie Campbell)

Foto David Sims

Wenn man bedenkt, was sich heute dort und überall in der Welt an furchtbaren Dramen abspielt.

Da können wir froh sein, dass wir zur Bundestagswahl in zwei Wochen in Frieden und Freiheit unsere Stimme abgeben dürfen.

Da können wir wirklich froh sein. Aber dennoch: Auch bei uns gibt es trotz guter Konjunktur und niedriger Arbeitslosenzahlen extreme Entwicklungen. Warum radikalieren sich viele Menschen politisch? Wie verändert das Digitale die Menschen? Was ist mit der Künstlichen Intelligenz?

Und was sehen Sie modisch? Leiden Sie unter der deutschen Formlosigkeit? Ich leide nicht. Ich beobachte nur. Die Deutschen sind nicht an sich formlos. Man denke an das Bauhaus, die strengen fünfziger Jahre, die Tradition der Trachten und Zunftgewänder. Deutschland war immer kleinstaatlich. Daher gibt es nicht die Renommierkleidung der politischen Zentren. Die Formlosigkeit hat mit der Auflösung der Kleidungs-codes zu tun. Aber das hat auch Vorteile. Man macht sich nicht durch Dekor lächerlich. Es ist bei uns nicht so üblich zu blenden.

Die Fragen stellte Alfons Kaiser.

Entdecken Sie die erste Capsule Collection von Knirps. In Zusammenarbeit mit dem japanischen Designstudio Nuno ist eine bemerkenswerte Kollektion in limitierter Auflage entstanden.

designed by
NUNO

Knirps

www.knirps.com

MADE IN

Das kleine Label ist ein großes Politikum. Die Luxusbranche entdeckt die heimische Produktion. Aber bringt das wirklich was?
 Von Jennifer Wiebking

Die Idee mit Detroit sollte sich als geradezu genial herausstellen. Ausgerechnet die Stadt, die zum Inbegriff der neueren amerikanischen Hoffnungslosigkeit wurde, die so sehr von sozialem Abstieg erzählt wie keine andere weit und breit, taugt marketingtechnisch für etwas Großes, wenn man sie nur richtig zu nutzen weiß. Tom Kartsotis, der in den achtziger Jahren die Uhrenmarke Fossil gegründet hatte und sie zu Welterfolg brachte, war der Mann dafür. 2010 kaufte er die Rechte an dem Namen Shinola. In der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts hatten Amerikaner Shinola-Schuhcreme verwendet, 1960 ging die Firma bankrott. Kaum hatte Kartsotis die Namensrechte, quartierte er seine Leute in einer ehemaligen Fabrik von General Electric ein. Aus Leder werden dort jetzt Taschen, aus Schrauben und Zeiger Uhren. Und das mitten in Detroit.

Barack Obama, der damalige amerikanische Präsident, lobte das Unternehmen als Symbol für amerikanische Fertigung, Bill Clinton war stolz darauf, gleich mehrere Shinola-Modelle zu besitzen. Auch der Konsument von nebenan stieg ein. Der Kugelschreiber sollte zwar 15 Dollar kosten – aber gerne doch, wenn man damit Detroit retten könne, ganz bequem von Palm Beach oder New York aus. Entsprechend aggressiv vermarktete Shinola seine Produkte. Der Marketingslogan: „Where America is made“. Der Umsatz im Jahr 2015: schon 100 Millionen Dollar.

Es war genau die Mischung aus sozialer Nachhaltigkeit und ästhetischem

Feinschliff, die ein Produkt heute braucht, um einen Nerv zu treffen. Luxusmarken können die freien Flächen in Industriestädten wie Detroit jetzt jedenfalls gut nutzen, da viele eine Affinität zu dem Thema entwickeln: junge Männer mit Bärten und karierten Hemden, Frauen, die bewusst darauf achten, wie sie sich ernähren und worin sie sich kleiden. Sie nehmen sich selbst schließlich so wichtig, dass auch jedes Produkt mit besonderer Bedeutung aufgeladen sein muss, selbst wenn es für ihr Leben eigentlich wertlos ist. Die Herkunftskennzeichnung wird plötzlich zum bedeutungsvollen Instrument für Marken. „Made in ...“: Das ist

ein kleines Label – und ein großes Politikum. Das aktuelle Zauberwort heißt in diesem Sinne *reshoring* – oder *nearshoring*. Die Luxusbranche entdeckt gerade die heimische Produktion für sich und die Rückverlagerung von Fabriken in näher gelegene Länder. Warum ein T-Shirt in China fertigen lassen, wenn es auch hier möglich ist? Dabei geht es nicht nur um die Dauer des Transports. Ein Produkt braucht heute auch eine Geschichte, um überhaupt wahrgenommen zu werden, denn es gibt einfach zu viele. Empathie mit Näherinnen in Südostasien entwickeln



Zu Hause ist es am schicksten: Das Zauberwort zur Herkunftskennzeichnung ist *reshoring* oder *nearshoring*. Warum ein T-Shirt in China fertigen, wenn Roboter es hier möglich machen?

die meisten zahlungskräftigen Kunden im Westen erst dann, wenn dort wirklich etwas Schlimmes passiert ist, was keinem Unternehmen recht sein kann. Also stellt etwa Shinola in Detroit her und nutzt die Bilder aus der Produktion, um eine gute Geschichte zu erzählen. Der amerikanischen Federal Trade Commission war sie sogar zu gut. Der Nebensatz „Built in Detroit“ der mittlerweile größten amerikanischen Uhrenmarke ging der Handelskommission im vergangenen Jahr zu weit. Die Herkunftskennzeichnung „Made in USA“ besagt, dass ein Produkt ganz oder fast ganz in den Vereinigten Staaten hergestellt werden muss. Wenn Shinola eine Uhr mit Schweizer Schrauben in Detroit zusammensetzt, dürfe sie deshalb nicht den Hinweis „Made in USA“ tragen. Auf den Slogan „Where America is made“ solle die Marke künftig ganz verzichten. „Wenn die Produkte nicht zu 100 Prozent in den Vereinigten Staaten hergestellt sind, können wir das nicht draufschreiben“, sagt jetzt auch John Argento von Shinola, der sich in Europa um die Entwicklung der Marke kümmert.

„Made in ...“ – es ist kompliziert. Während es in den Vereinigten Staaten nicht ohne Herkunftsnachweis geht, gibt es ausgerechnet in der Europäischen Union, wo so vieles genormt ist, diese Pflicht für Kleidungsstücke nicht. Hier ist es den Unternehmen weitgehend freigestellt. So wird manche Luxus-Ledertasche in Osteuropa zusammengesetzt, in Frankreich näht man noch einen Reißverschluss daran – und auf dem Label steht „Made in France“.

Dabei ist der Hinweis auch hierzulande ein Thema. Judith Borowski, bei der Uhrenmarke Nomos aus Glashütte Mitglied der Geschäftsführung und verantwortlich unter anderem für Design, hat beobachtet, wie „Made in Germany“ auch bei Uhren wichtiger wird. „Es dauert natürlich, aber zusammen mit unseren Nachbarn in Glashütte bringen wir diese Herkunftskennzeichnung bei Uhren schon weiter.“

Der kleine Ort in Sachsen gilt neben der Schweiz mittlerweile als zweitwertigster Standort für Uhrenmanufakturen. „Wir profitieren auch vom Ruf des deutschen Ingenieurwesens.“ Die Nomos-Mitarbeiter kamen wegen der aktuellen Auto-Skandale, die den Ruf des ganzen Fertigungslandes bedrohen, ins Schwitzen. Ausgerechnet jetzt, da die Vereinigten Staaten für sie einer der großen Wachstumsmärkte ist. „Wir haben befürchtet, dass uns das schadet, aber konnten das bislang nicht feststellen“, sagt Borowski. „Andererseits ist es natürlich fraglich, ob wir ohne die Skandale noch mehr gewachsen wären.“

Denn eines ist sicher: Dank Internet haben sich Geschichten noch nie so einfach und schnell verbreitet wie heute. Wenn also der „Guardian“ aufdeckt, dass Schuhe von Louis Vuitton („Made in Italy“) eigentlich in Rumänien gefertigt werden und in einer Fabrik bei Venedig nur noch Sohlen bekommen, dann macht so eine Nachricht heute besonders schnell die Runde. Der Schaden für die Marke wächst. „In Zeiten, da sich die Kunden auch über soziale Medien informieren, kann man nicht mehr schummeln“, sagt John Argento von Shinola. „Die Wahrheit kommt immer ans Licht.“ Es kann also viele Vorteile haben, auf örtliche Produktion zu bauen. Daran nehmen sich jetzt sogar Italiener mit traditionell recht

flexibler Haltung zur Herkunftskennzeichnungspflicht ein Beispiel. Als die Taschenmarke Piquadro im vergangenen Jahr Mehrheitsanteile des Konkurrenten The Bridge kaufte, lag das auch daran, dass man so mehr Produktionsfläche in der Toskana bekam. „The Bridge hat eine großartige Geschichte hinter sich, und das mit nur einem Farbton, knapp 50 Jahre lang“, sagt Geschäftsführer Marco Palmieri über das markante Rotbraun der Taschen. Piquadro-Taschen lässt er seit langem in China produzieren. Er schickt das Leder aus Italien in die chinesische Fabrik, dann dauert es. Nach gut fünf Monaten kommt der Container mit den Taschen zurück. „Produktion und Bestellung haben irgendwann nicht mehr gepasst“, sagt Palmieri, denn ein Modeunternehmen muss heute flexibel und möglichst schnell sein. „In Italien ist die Tasche nach spätestens 60 Tagen fertig.“

Vor drei Jahren begann er deshalb, Teile seiner Produktion zurück nach Italien zu holen, in die Fabrik von The Bridge in der Emilia-Romagna. Schon ein Drittel seiner Ware lässt er nun von der ersten Naht bis zum Reißverschluss in Italien fertigen. Das ist auch gut fürs Marketing. „Die Kunden sind bereit, mehr für ‚Made in Italy‘ zu bezahlen, vor allem wenn das Produkt einem bestimmten Handwerker zuzuordnen ist.“

Kiran Mazumdar von der Einkaufsberatung Inverto ist trotzdem skeptisch. *Reshoring* sei für die Mode zwar ein Stichwort, aber in die Tat setzen es nur wenige um. Die Probleme beginnen schon bei den Kapazitäten. „Es ist nicht so, dass hier lauter schlüsselfertige Fabriken stehen“, sagt Mazumdar. „Solche Investitionen sind schwer vorstellbar.“

Auch Adidas hat jetzt eine Schuhfabrik in Bayern gebaut, eine Roboterfabrik in Ansbach, nur etwa 50 Kilometer von der Konzernzentrale in Herzogenaurach entfernt. Natürlich hat die Produktion vor allem Symbolwert. Man kann dort kaum die Stückzahlen erzielen, die ein Weltkonzern braucht. Aber immerhin spritzen, lasern und kleben die Maschinen die Schuhe innerhalb von fünf Stunden. Die Zauberworte: kürzere Produktionszeiten, vereinfachte Lieferketten.

Produktionsstätten rückzuverlagern – das könnte somit symptomatisch dafür sein, dass Maschinen zunehmend die Arbeit von Menschen ersetzen. Wenn es kaum mehr Menschen braucht, machen auch hohe Lohnnebenkosten nicht mehr viel aus. Die Unternehmen handeln dann nicht unbedingt sozial nachhaltig, aber immerhin ökologisch korrekt. Ganz abgesehen davon, dass die Bedingungen für kleinere Marken nicht besser werden. „Kleine Stückzahlen sind ein Problem“, sagt Mazumdar. „Die Lieferanten sagen, dass sie ihre Maschinen kaum für 1000 bis 2000 Teile anwerfen.“

Besonders die Produkte mit nicht allzu viel Handarbeit seien schon heute einfacher in Italien herzustellen. „Für die Aufwendigeren mag China passender sein“, sagt Marco Palmieri von Piquadro. Bei allen anderen spart der Geschäftsführer kurioseweise mit seiner Produktion in Europa. Die Löhne in China sind gestiegen, der Euro ist gegenüber dem Dollar seit Jahren schwach. „Auf diese Weise verlieren wir heute 30 Prozent.“ Oft ist es also wirklich schon günstiger, seine Waren in Italien, Frankreich oder Deutschland herzustellen. ◀



Experience JLM
 Jerusalem City Break

ENTDECKEN SIE JERUSALEM FÜR UNTER 40 EURO AM TAG!

ENTDECKE DIE HOTELS
 *15% ERMÄSSIGUNG ODER EIN KOSTENLOSES ABENDESSEN IN TEILNEHMENDEN HOTELS

- HERBERT SAMUEL
- ABRAHAM HOSTEL
- POST HOSTEL
- EYAL HOTEL
- IBIS CITY CENTER
- SHANI HOTEL



ENTDECKE DIE STADT
 50% ERMÄSSIGUNG FÜR DIE LIGHT & SOUND-SHOW 'NIGHT SPECTACULAR' AM DAVIDSTURM UND FÜR DIE 'CITY OF DAVID'.

GRATIS
 KOSTENLOSE ALTSTADTTOUR MIT SANDEMANN'S NEW EUROPE

DEINE ERMÄSSIGUNGEN
 50% ERMÄSSIGUNG FÜR BITEMOJO APP EINE FOOD-TOUR MIT DER BITEMOJO APP

NACHTLEBEN
 1 SHOT GRATIS
 1+1 AUF AUSGEWÄHLTE SEGWAY-TOUREN



JETZT BUCHEN!
 #ILOVEJLM WWW.EXP-JLM.COM



FOTOS: ANDREAS WALDNER



Baumwollschal mit Label-Applikationen von Loewe

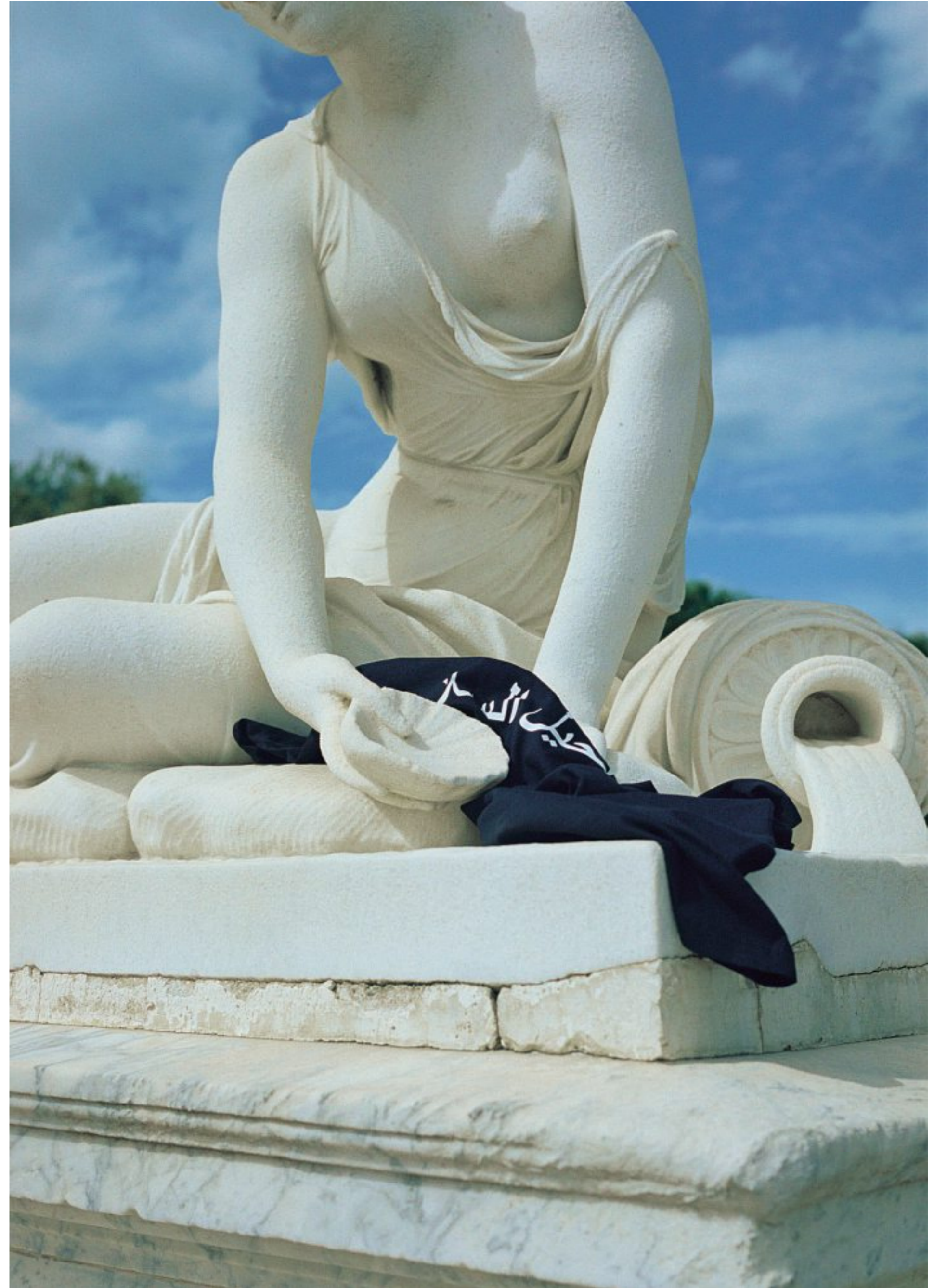


Transparentes Top mit den Schriftzügen „Courage“, „Unified“ und „Love“ von Versace

STATUES DE LA LIBERTÉ

Die Mode für den Herbst macht große Sprüche. Und nun kleiden die Slogans sogar die Statuen in den Parks und Gärten von Paris.

*Fotos Laetitia Hotte
Styling Almut Vogel*



T-Shirt mit arabischem Schriftzug, der „Imagine Peace“ bedeutet, von Ayzit Bostan



Schal aus Kaschmir mit Logo-Schriftzug von Balenciaga (über den Onlineshop Mytheresa)

STATUES
DE LA LIBERTÉ



Schal mit „Imagine“-Schriftzug von Ayzit Bostan



Beschriftetes Woll-Plaid von Céline

MYSTÈRE
Das Geheimnis edler Steine



HOFACKER





T-Shirt „Antwerpen“ von Vetements (über Mytheresa)

STATUES DE LA LIBERTÉ



Bouclérock mit Schriftzug „modern future“ von Gucci



T-Shirt mit Schriftzug „Dior Addict“ von Dior

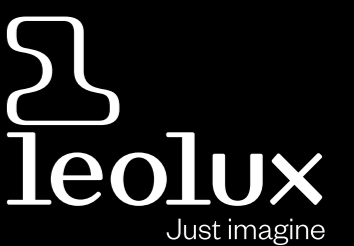
Machen Sie es persönlich.



Belice setzt Ihre kreativen Kräfte frei.

Entdecken Sie die unbegrenzten Möglichkeiten des Programms, von Elementen bis zu Armlehnen, Gestellen und Accessoires. Beginnen Sie mit diesem Entwurf von Beck Design und erschaffen Sie Ihre eigene Atmosphäre und Ihren idealen Komfort. Mit Belice gestalten Sie Ihre Inneneinrichtung persönlicher denn je.

Entdecken Sie alle Möglichkeiten von Belice bei Ihrem Leolux-Partner in Ihrer Nähe oder besuchen Sie das Leolux-Designcenter in 47800 Krefeld, Elbestraße 39. Oder stellen Sie sich mit dem Leolux Creator auf www.leolux.de Ihren eigenen Entwurf zusammen. Hier können Sie auch das Leolux-Jahrbuch anfordern.



AACHEN-EILEND, Krüttgen - ASPERG Einrichtung Knapp - BAMBERG DUCKE Inneneinrichtung e.K. - BERGISCH GLADBACH Patt Einrichtungen GmbH - BERLIN Kuhlmei, Oliver GmbH - BERLIN Kusian Einrichtungshaus GmbH - BERLIN Lakeside Interiors GmbH - BONN HSR Hesbo - BONN Mambo GK-Möbel-Handels-GmbH - BRAUNSCHWEIG Wohndesign A + R GmbH - BRAUNSCHWEIG Möbel Homann - BRUCKMÜHL Ergonovo City GmbH - CHEMNITZ Möbelgalerie Tuffner - DATTELN Meyer Möbel GmbH - DREIEICH Dietrich Möbel GmbH - DRESDEN ProSitzzen-Studio KS Handel und - ESSLINGEN Profi Einrichtungen - FRICKENHAUSEN single möbelforum GmbH - FRIEDBERG Segmüller GmbH & Co. KG - GARBSEN Hesse Möbel GmbH - GEORGS-MARIENHÜTTE Dransmann B. Jun. GmbH - GERA Polstermöbel Outlet - GÖTTINGEN Einrichtungshaus Möbel Günther - GROSS-GERAU Möbel Heidenreich GmbH - HALTERN Möbel und Handwerk, Dörber GmbH & Co. KG - HAMBURG Hüthig-studio Scharbach - HAMBURG-BERGEDORF Marks Einrichtungen - HEIDE Raumkonzepte R. Zecher - HEMMINGEN-WESTERFELD Böhm Möbel GmbH - HERXHEIM Einrichtungshaus Weber GmbH & Co. KG - HÖYSAUER Sittes Einrichtungshaus - ILLINGEN Möbel Dörrenbacher - KLSFELD Jäger-Einrichtungen GmbH - KAARST Hügen Raum und Design GmbH - KASSEL Wohnfabrik Möbelvertriebs GmbH - KIEL Dela Möbel GmbH & Co. KG - KLEVE Rexing Einrichtungshaus - KÖLN Pfannes & Virnich GmbH - KÖLN Pfannes & Virnich GmbH - KÖLN-MARSFELD Trösser GmbH & Co. KG - KONSTANZ Einrichtungshaus Fretz - KORNVESTHEIM Die Einrichtung Kleemann KG - KREFELD Design International by Sascha Haag - KREFELD-HÜLS Raumausstattung Feldmann - KUNZELSAU-GAISBACH Schmezer GmbH Einrichtungshaus - LANGENFELD W & A Wohnen - LANGERWEHE Möbel Hertel GmbH & Co. KG - LASTRUP Kösters GmbH - LAUCHRINGEN Möbel Dick GmbH - LÜBECK Inform - Einrichtungen - MAULBURG Einrichten Schwelger - MÜNCHENGLADBACH Tellmann Einrichten & Gestalten - MÜNCHENGLADBACH-WICKRATH Frank Zimmermanns kreatives Wohnen - MÜLHEIM AN DER RUHR Partenhaimer GmbH - MÜNSTER Elvir Cavkic Wohnen & Schlafen - NEUWIED Die Wohnfabrik - NÜRNBERG Eichhorn Wohnen - PARSFELD Segmüller GmbH & Co. KG - PFORZHEIM Dieter Horn, Intern. Wohnbedarf - POTSDAM Designetagen GmbH - PULHEIM Einrichtungshaus Segmüller - RIE-BERG Knaup individuelles wohnen - SINDLINGEN Holmeister Siedelungen - SOLLINGEN Demby-Wohnen - SPEYER richard J. maurer wohndesign - STADTHAGEN Göbel "the living company" - STOCKACH Möbel Stumpff - SWINDEN Haus der Wohnkultur - SYKE Wagner Wohnen GmbH - TONINGVORST Möbel Klauth GmbH - TRIER Möbel Schmitz GmbH - VIERSEN Möbel Klunkhamels - WEIDEN Kaspar Einrichtung GmbH & Co. KG - WEITERSTADT Segmüller GmbH & Co. KG - WETZLAR Möbel Schmidt Natürlich Wohnen - Wiesbaden-Sonnenberg Möbelhaus Vogel - WIESLOCH Weckesser Wohnen GmbH - WORMS Westfalia Möbel Peeck GmbH

Herr Toutitou, wir haben gehört, dass Sie Deutsch sprechen?
Ja, ich habe ein bisschen auf der Schule gelernt. Leider nicht genug, denn die Sprache der Popkultur ist nun mal Englisch.

Das ist eines der Probleme, die wir mit dem Export der deutschen Sprache haben.
Ich habe ein paar Sätze vorbereitet auf Deutsch, weil es ja in Interviews auf die genaue Wortbedeutung ankommt. (Auf Deutsch:) „Mein Land ist nicht Frankreich. Mein Land ist die französische Kultur. Ich habe keine Heimat. Meine Heimat ist das Mittelmeer und die französische Kultur.“

Sie mögen also den französischen Nationalismus nicht?
So ist es. Man muss da immer genau unterscheiden.

Aber Sie mögen französische Mode.
Auch da muss man unterscheiden. Denn viele Marken machen kaum Mode. Sie verkaufen zu 90 Prozent Taschen.

Die Modenschauen sind also in Wirklichkeit nur eine große Show?
Genau. Sie verbergen nämlich, dass die Mode nur ein Mittel zu dem Zweck ist, möglichst viele Taschen zu verkaufen.

Als Sie mit Ihrer Marke im Jahr 1987 angefangen haben, sah das noch anders aus.
Ja, ungefähr umgekehrt. Da machte die Mode bei vielen noch 90 Prozent aus, die Taschen zehn Prozent.

Die Marken sind also nicht ehrlich mit dem Publikum?
So ist es. Versuchen Sie mal, die Kleider, die Sie auf dem Laufsteg sehen, zu kaufen! Als wir für meine Frau ein schönes Kleid einer bekannten italienischen Marke, das wir in einem Magazin gesehen hatten, an der Rue Saint-Honoré kaufen wollten, fragten sie uns: Wollen Sie es wirklich haben? Dann müssen wir es aus London bringen lassen. Es wurden nämlich nur insgesamt drei Kleider produziert.

Also hat das Marketing übernommen, und der eigentliche Schaffensprozess und das Produkt sind nicht mehr so wichtig?
Viele Designer sind sehr begabt und haben viele Ideen. Aber dann gibt es in den Unternehmen eine „commission de normalisation“, so dass die Produkte marktgerecht gestaltet werden.

Ihre Kollektion für diesen Herbst sieht sehr frisch aus, tragbar, witzig, pariserisch. Wie halten Sie diesen Geist am Leben, wo Sie doch jetzt schon drei Jahrzehnte mit Ihrer Marke A.P.C. dabei sind?
Der Geist ist noch nicht pervertiert durchs Geld. Die Zahlen in meinem Unternehmen könnten leicht zehn Mal so groß sein. Ich weiß, wie man so etwas macht. Aber ich mache es nicht.

Das klingt jetzt aber nicht kapitalistisch.
Das ist eben der Unterschied zwischen Kapitalismus und Finanzkapitalismus. Gegen den Kapitalismus zu sein, das ist wie gegen den Regen zu sein. Kapitalismus ist ja eigentlich nur eine Erklärung von Karl Marx dafür, wie sich Warenströme bewegen. Er hat dann seine Lösung dafür gefunden. 100 Millionen Tote später wissen wir: Das geht so nicht. Was den Kapitalismus angeht: Man darf nicht alles nur dem Markt überlassen.

Das Produkt muss glaubwürdig sein.
So gut es geht.

Sie können aber Ihre Produkte zum Beispiel auch nicht in Frankreich produzieren lassen.
Nein, das geht nicht. Allein die Herstellung eines Hemds würde 40 bis 50 Euro kosten, plus Material, plus Vertrieb, plus Handelsspanne. Dann würde ein Hemd im Laden leicht 600 Euro kosten. Wir haben die Produktion so lange hier gehalten, wie es eben ging.

Da bleiben nur China, Portugal oder die Türkei.
In unserem Fall Portugal und Osteuropa. Auch so müssen die Stoffe leider schon weit genug reisen: von Italien nach Osteuropa und dann hier nach Paris.

Der Finanzkapitalismus ist Ihnen also suspekt. Heißt das auch, dass es keine Investoren gibt?
Genau. Ich habe alles in der Hand.



Jean Toutitou, 1951 in Tunis geboren, hat vor 30 Jahren die Pariser Modemarke A.P.C. („Atelier de Production et de Création“) gegründet.

„ICH WILL DIE MENSCHEN BEFREIEN“

A.P.C.-Gründer Jean Toutitou über seine trotzkistische Vergangenheit, emanzipatorische Kleidung und politische Rückschritte in der aktuellen Mode

Ihre drei Kinder haben noch keine Anteile?
Nein, aber im Testament ist alles festgehalten.

Und sonst ist niemand beteiligt?
Nur die Top-Manager hier halten einen kleinen Anteil.

Aber es werden sich doch schon Luxuskonzerne bei Ihnen gemeldet haben?
Ja, aber die verstehen mich nicht. Sie wollen einfach nicht kapieren, wie man auf einen Umsatz von einer Milliarde Euro verzichten kann und mit weniger als einem Zehntel zufrieden ist. Ihre Droge ist der Gewinn.

Und darauf verzichten Sie?
Nicht dass wir uns missverstehen! Ich habe ein Haus, ein Boot, und ich spiele gerne Golf. Aber ich brauche keinen Fahrer. Manche haben zwei Fahrer, einen für tagsüber, einen für nachts. Manche haben auch einen Hubschrauber auf der Yacht. Das brauche ich alles nicht.

Es gibt auch viele Marken, bei denen es schiefging, als ein Investor einstieg, wie Marni oder Helmut Lang.
Ja, das ist schade. Und wenn die Investoren hier am Tisch saßen, dann wären ihnen 200.000 verkaufte Jeans im Jahr nicht genug. Dann würden sie zwei Millionen verkaufen wollen.

Und Sie würden langsam die Kontrolle verlieren.
Ja. Ich bin kein Kontrollfreak. Aber ich kann in der Firma keine Dinge ertragen, die ich nicht mag. Ich bin jetzt 65 Jahre alt und kann tun und lassen, was ich will. Morgen früh gehe ich ins Fitnessstudio, am Nachmittag gehe ich golfen, weil das Wetter schön sein soll. Übermorgen vielleicht auch. Wenn ich Investoren hätte, würden die sagen: „Donnerstag und Freitag willst du golfen? Ts, ts, ts.“

Für einen Modemacher haben Sie einen untypischen Lebenslauf. Ein Einschnitt war der Umzug Ihrer Familie von Tunesien nach Paris, als Sie neun Jahre alt waren.
Ja. Man kann das bei Albert Camus nachlesen: Man kommt aus dem Licht in die Dunkelheit, also nicht, was das Denken angeht, sondern vom Wetter her. Erst blauer Himmel und weiße Häuser, dann grauer Himmel und graue Häuser. Und zu alledem kamen mir die Franzosen auch nicht sehr reinlich vor.

Wären Sie nach Paris gegangen, weil Sie zur jüdischen Minderheit in Tunesien gehörten?
Ja. (Auf Deutsch:) „Ich war aus einer säkularen jüdischen Familie in einer arabisch-muslimischen Kultur. So gab es zwei Probleme: Ich war ein Ungläubiger, und ich war jüdischer Herkunft.“ In einem muslimischen Land kann man nicht nicht an Gott glauben. Wir waren aber schon

seit drei Generationen säkularisiert. Judentum bedeutete für mich: bestimmte Speisen und ein bestimmter Humor.

Deshalb sind Sie also umgezogen?
Noch etwas kam hinzu. Mein Vater hatte sich im Krieg in Tunis der „2e Division Blindée“ des Maréchal Leclerc angeschlossen. Als er mit der französischen Armee gegen Ende des Krieges nach Paris kam, entdeckte er den Jazz, den Surrealismus und andere moderne Strömungen für sich. Als er dann zurück nach Tunis ging, musste er immer daran denken. Und er konnte kein System mehr ertragen, das auf Korruption basiert.

Er war eben schon ein moderner Mann.
Ja. Und er kaufte, ganz modern, eine Wohnung im ersten Wohn-Hochhaus von Paris, in der Tour Albert im 13. Arrondissement. In Tunis hatten neben unserem Haus Olivenbäume gestanden.

War Ihre jüdische Herkunft in Paris noch ein Thema?
Ja, ich wurde damit konfrontiert, dass ich ein Jude bin. So ähnlich, wie Jean-Paul Sartre geschrieben hat: Der Antisemit macht den Juden. Einmal, als ich neun Jahre alt war, hatte ich zwei Bonbons in meiner Tasche und wollte gerade eines in den Mund schieben. Da sagte ein Junge zu mir: „Gib mir eines.“ Ich sagte: „Nein.“ Und er sagte: „Du Jude!“ So fand ich heraus, dass man das in Frankreich zu Leuten sagt, die nicht teilen wollen.

Schon recht früh wurden Sie dann hier in Paris vom Kommunismus infiziert.
Ja, wegen Ihres Landsmanns Karl Marx. Mit 15 Jahren las ich die „Ökonomisch-philosophischen Manuskripte aus dem Jahre 1844“ und die „Kritik des Gothaer Programms“. Die Macht des Geldes war darin so schön beschrieben, dass ich zu mir selbst sagte: Ich will nie Geld in die Hand nehmen. So wurde ich Kommunist.

Weil Sie aber damals schon vom stalinistischen Terror wussten ...
... wurde ich Trotzkist, genau.

Also Mitglied der „Vierten Internationale“.
Ja. Aber es war ein langer Weg. Es begann mit dem Protest gegen den Vietnam-Krieg. Dann ging ich zu einem Treffen, wo sie mich Kamerad nannten. Und sie begannen zu sagen: „Du bist nicht politisch korrekt.“ Das Vietnam-Komitee war also von Stalinisten bestimmt. Ein Freund gab mir dann Trotzkis Schriften, das gefiel mir viel besser.

Was stand eigentlich außer dem Vietnam-Krieg hinter dem Aufruhr von 1968? Die Lage an den Universitäten?
Nein, in Frankreich war an den Universitäten nichts auszusetzen, der Unterricht war sehr gut. Es war einfach so: Wenn man jung ist, träumt man davon, die Welt zu verändern. Viel später dann las ich Camus und Friedrich Nietzsche. Das bringt einen von der Idee, die Welt zu verändern, zu der Idee, die Welt vor der Zerstörung zu bewahren. Philosophisch gesagt: Man läuft von Hegel zu Nietzsche über.

Wurde die Stimmung zu Beginn der Siebziger nicht immer rigider?
Nein, bei den Trotzkisten herrschte absolute Freiheit der Rede. Aber es war nicht einfach, in die Zellen hineinzukommen. Man musste erst einmal drei Jahre lesen und seine Erkenntnisse referieren. Dann wurde man in die Zelle aufgenommen und bekam auch einen Decknamen.

Was war Ihr Deckname?
Dublin.

Warum?
Ich liebte Samuel Beckett, er wurde in Dublin geboren.

Muss man sich das als einen intellektuellen Zirkel vorstellen oder als militante Kampfgruppe?
Wir haben keine öffentlichen Einrichtungen zerstört, wenn Sie das meinen; das waren die Linken, die wir Zentristen nannten. Wir sollten nicht wie arme Studenten aussehen und trugen Anzüge, damit uns niemand als Revolutionäre erkannte. Ich mochte es, gut gekleidet zu sein, nicht mit langen Haaren. An Kampftagen trugen wir Lederjacken. Das habe ich geliebt.

Sie haben sich also in Straßenkämpfe gestürzt?
Ja, aber mit den Stalinisten, mit der Parti communiste

français, die Arbeiter aus den Fabriken dabei hatten mit riesigen Pranken.

Was haben Sie damals fürs Leben gelernt?
Keine Angst vor nichts zu haben.

Und modisch?
Eine klare Linie durchzuziehen. In einem ganz anderen Feld eine glasklare Vorstellung zu verwirklichen. Pure Mode, das war die Idee mit meiner Männermode, mit der ich zunächst vor 30 Jahren begann. Da hat mich übrigens ein ganz anderer Deutscher inspiriert: August Sander mit seinen Fotos, auf denen viel gute Mode zu sehen ist.

Spiegeln die vielen Uniform-Elemente Ihrer Marke A.P.C. Ihre frühen Jahre in der trotzkistischen Bewegung wider?
Wahrscheinlich. Was damals für uns wichtig war: sich richtig anzuziehen. Gleichzeitig wollten wir den kitschigen kleinbürgerlichen Look der extremen Linken mit Military-Hosen vermeiden. Profis der Revolution, so meinten wir, müssten gut aussehen und intelligent sein. Wir wurden zu Selbstrespekt ermuntert. Das mochte ich. Und ich mochte die Tage, an denen Schwierigkeiten zu erwarten waren. Da trugen wir nämlich Motorradjacken, damit die Anzüge nicht ruiniert wurden. Meine Jacke war braun.

Der Beginn mit A.P.C. kann nicht einfach gewesen sein, denn man braucht viel Geld, um eine Marke aufzubauen.
Deshalb habe ich unter anderem als „ghost designer“ gearbeitet, habe also für die Londoner Marke Joseph entworfen und produziert, ohne dass es jemand wusste. Das hat dem Joseph-Gründer Joseph Ettedgui und mir geholfen. So musste ich mich nicht auf Investoren einlassen.

Dabei waren Sie nur durch Zufall in die Mode gekommen.
Ja. Ich war von einer einjährigen Reise durch Südamerika im Renault 4 zurückgekommen. Meine Schwester arbeitete bei Kenzo. So begann ich 1975 dort. Das war eine tolle Zeit.

Kenzo war 1973 als erster großer japanischer Designer nach Paris gekommen.
Und er war schnell sehr erfolgreich, eine richtige Konkurrenz zu Yves Saint Laurent. Das war eine tolle Atmosphäre. Jeder dort war unglaublich schön und sexy. Mit seinem Business-Partner Gilles Rayse, dem Bruder des Malers Martial Rayse, bin ich noch immer befreundet. Er lebt jetzt in Argentinien, ich war gerade da.

Da haben Sie also alles gelernt?
Ja, da ging es um den Markenaufbau mit exklusiven Stoffen, eine PR-Abteilung im Haus, die Inspiration, den richtigen Geist. Dann habe ich auch noch für die Designerin Agnès B. gearbeitet.

Und dann fingen Sie ganz klein selbst an.
Nicht ganz klein. Es war wie Dr. Jekyll and Mr. Hyde. Mr. Hyde produzierte Lastwagenladungen voller Stretch-leggings mit Leopardendruck. Das gab mir die Freiheit und das Geld, zum Beispiel nach den besten Jeansstoffen zu suchen, die ich dann schließlich in Japan fand. Und ich musste keine Kompromisse eingehen. Als ich einen japanischen Vertrieber hatte, ging es dann richtig los.



Weder zu freizügig noch zu bedeckt: Die A.P.C.-Entwürfe für diesen Herbst sind aus Jan Toutitous Weltsticht entstanden.

Und wie sieht es heute aus?
Ungefähr 70 Millionen Umsatz. 64 Läden, zwei davon in Berlin. Also wenig im Vergleich zu all den Großen.

Sie haben sogar mal mit dem Gedanken gespielt, nach Berlin umzuziehen.
Ja. Die Lebensqualität in Paris ist nicht gut. In Berlin kann man zum Beispiel im Durchschnitt besser essen als in Paris. Hier in Frankreich tun sie so viel Butter zum Fisch. Wer soll das ertragen?

Dabei ist es doch gerade hier in Paris so wichtig, in die superschmale Mode zu passen.
Ja. Und da wir auch über Mode und Politik sprechen: Es stimmt etwas nicht mit Frauen, die denken, sie hätten sich auf eine bestimmte Art zu kleiden, besonders im Sommer, besonders in Paris. Man glaubt, sich auf eine bestimmte Art darstellen zu müssen. Das ist doch lächerlich und obszön.

Die Männer dagegen ...
... sind im Anzug immer auf der sicheren Seite. Warum muss Brigitte Macron, eingekleidet von Louis Vuitton, auf diesen High-Heels herumlaufen? Warum ist der Rock so kurz? Sie hätte ja auch Vintage Saint Laurent tragen können am Tag nach dem Wahlsieg. Natürlich ist es für Modeunternehmen wichtig zu verführen. Aber man sollte nicht die Grenze überschreiten, hinter der es aussieht wie Dienstbekleidung für eine Prostituierte.

Auf der anderen Seite ist es aber auch so, dass heute die Verhüllung wieder in Mode kommt.
Ja, man sieht es in den Schaufenstern hier an der Rue de Rennes. Das ist für mich ebenfalls ein Problem. Da geht es schnell um fundamentale Menschenrechte. Wenn das eine Frau tragen will, soll sie das tun. Aber ein börsennotiertes Unternehmen sollte nicht mit solcher Mode werben dürfen. Ich will wirklich nicht, dass jeder nackt auf der Straße herumläuft. Aber hier wird Mode wirklich schnell politisch.

Ihre Mode ist also weiterhin ein Ausdruck Ihrer politischen Ansichten?
Ja, immer stärker sogar.

Es geht also darum, die Menschen aus ihrer selbstverschuldeten Unmündigkeit zu führen?

Ja. Ich will sie befreien von der puritanischen vollkommenen Bedeckung des Körpers und auf der anderen Seite von der Vulgarität. Viele Frauen werden kulturell dazu genötigt, in einem Verführungsmodus aufzutreten, der ihnen vielleicht gar nicht recht ist. Ich habe viel darüber nachgedacht. Jeder darf natürlich seinen Narzissmus ausleben und braucht das. Man fühlt sich besser, wenn man das richtige Hemd in der richtigen Farbe gekauft hat. Davon kann sich niemand freisprechen. Aber im Fall einer arbeitenden Frau: Warum muss man im Kostüm zur Arbeit, nur weil man Anwältin ist? Dafür will ich andere Lösungen anbieten.

Wollen Sie wirklich nicht nur den Look eines Menschen ändern, sondern die Person an sich auch?
Mein Cousin, der Schriftsteller Guillaume Dustan, sagte mal, wir hätten womöglich mehr Einfluss auf die Menschen als die Sozialistische Partei. Früher war es vielleicht richtig, heute ist es vollkommen richtig. Was man trägt, wo man lebt, was man hört, was man atmet, das alles hat einen riesigen Einfluss. Daher haben Designer, Architekten, Köche, Schriftsteller einen großen Einfluss auf den Menschen.

Mode soll Menschen verändern? Ist das nicht eine romantische Idee?
Nein, das ist keine romantische Idee. So ist es. Die Kleidung, die man trägt, ist ein politisches Statement, selbst wenn man sich der Aussage oft nicht bewusst ist.

Man könnte also die Menschen durch Mode dazu bringen, nicht nur ihre Rolle auszufüllen, sondern sie hinter sich zu lassen?
Ja, ich wäre froh, wenn ich das schaffen würde. Es ist wahr: Kleider tragen eine ungeschriebene Botschaft in sich. Und zu alledem kann man sich darin womöglich sogar noch besser fühlen.

Die Fragen stellte Alfons Kaiser.

PASST

Was tragen Politiker so? Und was könnte ihnen sonst noch stehen? Wir haben uns ein paar Ideen zusammengereimt.

Von Rudi Hurzlmeier



Hauptsache die Chose passt – perfekt zum Élysée-Palast. (Kurze Pompadour-Pantalon zum frischgebackenen Baguette.)



Vielleicht gelingt der Brexit-Deal – mit einem Hauch von Sexappeal. (Luftiges Übergangs-Plissee-Modell in windiger Ausführung.)

DOCH FAST



Jeder tue, was er kann – für Blümeranz im Vatikan. (Millefleurs-Bauernrosen-Stickerei auf Satin-Soutane.)



Ein kleiner Schuss Selbstironie – weckt oft ruck, zuck Sympathie. (Koreanischer Feinripp-Slip über Stretchstrumpfhose auf bodenlangem Catwalk-Schlips.)



Gewitterstimmung, Aufruhr pur – ein Kopftuch schützt vor Sturmfrisur. (Anatolische Allzweck-Hirtendecke und klassisches LPG-Gebinde.)



Man kann sich auch mal selbst belohnen – zum Beispiel mit drei neuen Kronen.



Harte Maloche, doch zum Lohn – winkt die Koalition. (Links Arbeitsführer-Blaumann, rechts saloppe Seppeljoppe.)



Mach dich munter auf die Socken – oder bleib im Kreml hocken. (Wetterfester Krim-Tweed zu windelweichen Wanderschuhen.)

SCHUSS SICHER

Der kolumbianische Unternehmer Miguel Caballero über schussfeste Kleidung, Marktlücken der Sicherheit und die Probleme mit panzerbrechender Munition

Señor Caballero, auf wie viele Menschen haben Sie schon geschossen?
Auf ungefähr 650. Seit drei Jahren haben wir ein Register, in dem wir die Unterschriften sammeln. Darin stehen etwa 250 Namen. Für die 22 Jahre davor haben wir nichts Schriftliches. In meiner Zählung komme ich aber auf mehr als 600.

Und welches war das schlimmste Mal?
Das erste. Ich schoss auf meinen damaligen Geschäftspartner, einen Kommilitonen von der Universität. Wir hatten noch viel zu wenig Ahnung. Er hatte danach Hämatome, die 20 Tage blieben.

Warum haben Sie das gemacht?
Ein kolumbianischer Fernsehsender hatte uns darum gebeten. Damit wir in die Nachrichten kamen, mussten wir eine Live-Vorführung an einem Menschen machen. Außerdem mussten wir zeigen, dass man der Qualität eines kolumbianischen Produkts vertrauen konnte, nicht nur den importierten.

Ihr Freund trug damals eine selbstgeschneiderte schussfeste Jacke. Wie kam es dazu?
Anfang der neunziger Jahre herrschte in Kolumbien Chaos. Drogenkartelle, Paramilitärs, Guerrilla. Es war eine feindliche Umgebung. Eine meiner Kommilitoninnen hatte Leibwächter. Und mir fiel auf, dass die Männer ihre gepanzerten Westen immer im Kofferraum ließen. Sie waren ihnen zu schwer. Ich fragte, warum sie nicht wenigstens kugelsichere Klamotten trugen. Sie antworteten: „Das gibt es nicht.“

Und Sie hatten Ihre Marktlücke entdeckt.
Ich machte das zu meinem Abschlussprojekt für die Universität. Seit ich zwölf war, hatte ich mit meinem Vater bei Arturo Calle gearbeitet, einer Kette von Kaufhäusern für Herrenmode. Er war Teilhaber, und ich verkaufte in den Filialen, so dass ich da schon einen ersten Kontakt mit der Modewelt hatte. Später kaufte ich selbst Leder und Stoffe auf und ließ daraus Jacketts und Jacken schneiden. So kam ich zu der Idee, eine kugelsichere Lederjacke zu entwerfen. Da war ich 24 Jahre alt.

Und woher kam die Panzerung?
Mein Kommilitone arbeitete in einer Firma, die Luxuslimousinen panzerzte. Wir nahmen das Material für die Autos. Die Lederjacke wog am Ende 7,8 Kilogramm.

Fanden Sie nach dem Schuss im Fernsehen auch einen Käufer?
Das war einfach. Ich verkaufte die Jacke an meinen damaligen Schwiegervater, der ein sehr bekannter Unternehmer war. Die zweite Jacke kaufte ein Schweizer Banker. Und so wuchs das Projekt sehr schnell.

Inzwischen hat Ihr Unternehmen Miguel Caballero rund 300 Angestellte und eine ganze Kollektion schussicherer Kleidung. Welches Stück verkauft sich am besten?
Das ist ein Unterhemd, auf das wir auch ein Patent haben. Es wiegt 800 Gramm

– während eine kugelsichere Polizeiweste drei Kilogramm wiegt. Es ist aus thermo-regulierendem Material, flexibel, diskret. Und das wichtigste: Niemand bemerkt, wenn Sie es tragen.

Wie viel kostet so ein Unterhemd?
Bei Amazon bekommst du es für 1600 Dollar.

Und vor welchen Waffen schützt es?
Schusswaffen lassen sich in zwei Kategorien einteilen: Langwaffen, dazu gehören AK-47, Galil und andere Gewehre. Und Kurzwaffen: Revolver, Pistolen, Maschinenpistolen. Das Unterhemd ist auf den Schutz vor Kurzwaffen ausgelegt.

Gibt es auch Schutz vor Langwaffen?
Ja, aber dann sind Sie in einer völlig anderen Gewichtsklasse. Da brauchen Sie Lösungen aus der Welt des Militärs.

Wer kauft schussfeste Unterhemden?
Geschäftsmänner, Politiker, Präsidenten.

Es heißt, Barack Obama habe bei seiner Amtseinführung einen kugelsicheren Anzug aus Ihrer Produktion getragen.
Viele Präsidenten tragen unsere Kleidung. Manche dürfen wir erwähnen, manche nicht.

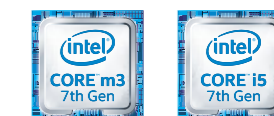
In früheren Interviews haben Sie sehr offen über Ihre Kunden gesprochen: den kolumbianischen Präsidenten Álvaro Uribe, den ehemaligen venezolanischen Präsidenten Hugo Chávez, dessen rote Hemden Sie kugelsicher machten. Und das heutige spanische Königspaar, das Ihre Steppwesten trug. Warum sind Sie nun so zurückhaltend?
Weil wir Ärger bekamen. Wir müssen heute oft Schweige-Erklärungen unterzeichnen. Wenn wir die brechen, müssen wir hohe Strafen zahlen. Andere Kunden dürfen wir aber noch immer erwähnen: die Präsidenten aus Uruguay, Paraguay, Peru, Guatemala, El Salvador. Und auch die Präsidenten von Kenia und Nigeria.

Unsichtbarer Schutz:
Den Hemden,
T-Shirts und
Anzügen der Firma
Miguel Caballero
sieht man die
Panzerung nicht an.



BEST OF
BOTH
WORLDS

Windows 10
Das bislang beste Windows.



Galaxy Book mit komfortabler
Tastatur und dem hochpräzisen S Pen

Brauche ich wirklich ein Notebook, oder genügt mir ein Tablet? Mit dem neuen Galaxy Book von Samsung stellt sich die Frage erst gar nicht mehr.

Mit dem Galaxy Book hat Samsung ein Produkt vorgestellt, das die Mobilität der Galaxy-Familie mit den produktiven Möglichkeiten von Windows 10 verbindet. Die umfangreiche Ausstattung macht das Gerät zu einem hochwertigen Notebook. Genügt dagegen ein Tablet, nimmt man das Display einfach ab.

Perfektes Home-Office

Schnelle Intel-Prozessoren der 7. Generation¹, um bis zu 256 GB erweiterbarer Speicher und die vielfältigen Möglichkeiten von Windows 10 machen das Galaxy Book zu einem professionellen Tool. Das Book Cover Keyboard bietet griffige Tasten und ein komfortables Touchpad. Wer seine Gedanken aber lieber handschriftlich festhält oder Dokumente kommentieren will, wird den hochsensiblen S Pen lieben, mit dem sich präzise schreiben und zeichnen lässt. Und diejenigen, die bei gutem Wetter gern im Grünen arbeiten, können ihr Büro dank des schlanken, nur 754 Gramm schweren² Aluminiumgehäuses ganz einfach nach draußen verlegen.



Das Beste aus zwei Welten: Das Galaxy Book verfügt über fast alles, was einen Laptop ausmacht – verpackt in das schlanke Design eines Tablets.

Dream-Teamwork

Zwei USB-C-Anschlüsse³, WLAN und modernstes LTE, das eine zuverlässige und gesicherte Verbindung ermöglicht: Datenaustausch geht beim Galaxy Book so ausgesprochen schnell. Auch die Kommunikation mit kompatiblen Galaxy Smartphones funktioniert ganz einfach – das Notebook lässt sich per Fingerabdruck-Sensor des Handys entsperren. Dank Samsung Flow⁴ kann man auf dem Smartphone mit der Arbeit beginnen und sie auf dem Galaxy Book fortsetzen. Und auch auf dem Smartphone eingehende Meldungen werden auch auf dem Galaxy Book angezeigt – so kann keine wichtige Nachricht übersehen werden.

Feierabend-Entertainment

Sowohl das 10,6 Zoll TFT-Display als auch das größere 12 Zoll Super AMOLED-Display liefern gestochen scharfe Bilder. Es eignet sich also nicht nur für Schreib- und Zeichenarbeiten – auch der, der nach getaner Arbeit auf dem Sofa ganz entspannt seine Lieblingsserie sieht, wird daran viel Spaß haben.

Wie viel kostet so ein maßgeschneiderter Anzug?
Ein kugelsicheres Jackett kommt etwa auf 7000 Dollar.

Stimmt es, dass Sie für Steven Seagal schussichere Kimonos geschneidert haben?
Ja, das war eine Kollektion, die wir für ihn entworfen haben.

Und schussichere Soutanen?
Ja. Und wir haben auch eine Bibel gepanzert.

Eine Bibel?
In Kolumbien hatten vor einigen Jahren satanische Sekten den Priestern in den Dörfern den Krieg erklärt. Deshalb produzierten wir schussichere Soutanen. Und die Bibel, damit sie sich schützen konnten, während sie daraus vorlasen.

Verkaufen Sie eigentlich an jeden? Auch an Verbrecher?
Wir haben Verkaufskontrollen, um zu verhindern, dass unsere Produkte bei Kriminellen landen. Wir machen einen Abgleich mit der „Clinton-Liste“, in der Personen aufgeführt werden, die mit dem Drogenhandel in Verbindung stehen.

Wie groß ist Ihr jährlicher Umsatz inzwischen?
Wir sind bei etwa 22 Millionen Dollar.

Woran liegt es, dass Ihr Geschäft Jahr für Jahr wächst? Wird die Welt gefährlicher oder werden die Menschen ängstlicher?
Das kann ich nicht sagen. Ich weiß nicht, ob der Planet Erde gefährlicher wird. Wir verkaufen allerdings am meisten in Ländern, in denen kein Krieg herrscht. Die Menschen dort investieren besonders viel in Schutz und Prävention.

In welche Länder verkaufen Sie denn Ihre schussichere Kleidung?
Wir haben einen eigenen Vertrieb in

Mexiko, Guatemala und Peru. Außerdem Handelspartner in rund 30 Ländern.

Wo wächst der Markt am schnellsten?
Im Mittleren Osten ist die Nachfrage groß: Irak, Libanon, Saudi-Arabien. Und in Lateinamerika vor allem Mexiko, schon wegen der Größe des Marktes.

Brasilien?
In Brasilien dürfen wir nicht verkaufen, weil es Importbeschränkungen für Produkte zur Selbstverteidigung gibt. Kugelsichere Klamotten werden dort als Waffen angesehen.

Und in Europa?
Wir haben einen autorisierten Händler in Deutschland und einen Partner in Spanien.

Haben Sie spezielle Produkte für die jeweiligen Märkte?
Wir haben Gewänder für den arabischen Markt, Kimonos für den asiatischen, Tuniken für den afrikanischen, indische Kurtas und traditionelle Hindu-Kleidung. Wir passen uns jedem Markt an.

Der Verkauf in den Vereinigten Staaten soll ziemlich schleppend laufen. Wieso?
Das ist eine kulturelle Frage. In den Vereinigten Staaten wird gerade in unserer Branche sehr stark auf amerikanische Produkte vertraut. Wenn auf unseren Produkten nicht „Made in Colombia“, sondern „Made in USA“ stünde, wären wir schon viel weiter. Deshalb denken wir auch darüber nach, in den nächsten Jahren dort Produktionsstätten aufzubauen.

Speziell für den amerikanischen Markt haben Sie vor ein paar Jahren eine Kinderkollektion entworfen: MCKid.
Das war vor drei, vier Jahren, als es eine Reihe von Amokläufen an Schulen gab. Wir haben auf die Nachfrage reagiert – unter anderem mit einem gepanzerten Schulranzen, der wie ein Schutzschild funktioniert. Wir haben rund 300 Stück davon verkauft. Im Lauf der Zeit haben die amerikanischen Schulen allerdings Schutzmaßnahmen getroffen, Einlasskontrollen und die Überwachung des Umfeldes, so dass die Zahl der Zwischenfälle mit bewaffneten Kindern drastisch zurückgegangen ist. Heute verkaufen wir das kaum noch.

Aus welchen Materialien besteht Ihre Panzerkleidung?
Es sind immer zwei unterschiedliche Teile: das Kleidungsstück an sich, der Träger oder Überzug sozusagen. Und die kugelsicheren Platten.

Und aus was bestehen die?
Aus einer Mischung von Nylon, Polyester und Aramid. Wir verwenden kein Kevlar, sondern unsere eigenen Entwicklungen, um das Gewicht möglichst gering zu halten.

Und diese Kunststoffe können eine Pistolenkugel aufhalten?
Das sind sehr widerstandsfähige Fasern. Sie absorbieren die Energie einer Kugel und bremsen sie ab. Das ist wie bei einem Baseball-Handschuh, der einen Ball fängt. Er reduziert die Energie auf ein Minimum und stoppt ihn.

Angenommen, ich trage Ihr kugelsicheres Unterhemd und werde angeschossen. Kann

ich es weiter benutzen, oder brauche ich dann ein neues?
Sie könnten es weiter tragen. Unsere Klamotten können sechs Schüsse vorne und sechs hinten abfangen. Aber wir verkaufen keinen Superman-Umhäng. Deshalb empfehlen wir, ein neues zu kaufen.

Reparieren geht nicht?
Nein.

Geben Sie eine Garantie?
Wir haben eine Versicherung über 20 Millionen Dollar.

In welchen Fällen wird die ausbezahlt?
Im Todesfall. Aber das ist noch nie passiert.

Wie lange gilt die Garantie?
Fünf Jahre.

Warum gerade fünf?
Da gibt es zwei Variablen. Erstens die Haltbarkeit des ballistischen Materials. Und zweitens die geschätzte Entwicklungszeit neuer Munition.

Das heißt, Sie liefern sich ein ständiges Wettrennen mit den Herstellern von Munition?
Ja.

Welche Entwicklung war in den vergangenen Jahren die schwierigste für Sie?
In den Vereinigten Staaten und in Lateinamerika wird vor allem Nato-Standard-Munition verwendet. Problematisch wird es, wenn Munition aus Bulgarien oder Russland ins Spiel kommt, denn die ist oft panzerbrechend. Das ist dann schnell eine andere Liga. Dafür müssen wir die Panzerung verstärken. Vor allem für Mittelamerika machen wir das regelmäßig.

In Ihrer Heimat Kolumbien hat die Regierung nach Jahrzehnten des Bürgerkriegs einen Friedensvertrag mit der Farc-Guerrilla geschlossen. Schlecht fürs Geschäft?
Ich könnte nicht sagen, dass der Friedensvertrag schlecht fürs Geschäft ist. Denn was gut ist fürs Land, ist auch gut für mich. Wenn ich allerdings ausschließlich vom kolumbianischen Markt abhängen würde, wäre ich bankrott. Zum Glück haben wir von Anfang an viel exportiert.

Tragen Sie selbst auch schussichere Kleidung?
Wenn es nötig ist. Wenn ich in gefährlichen Gegenden unterwegs bin, zum Beispiel in Venezuela. Ansonsten reichen mein gepanzertes Auto und meine Leibwächter.

Obwohl sich Ihre Produkte inzwischen so gut verkaufen, schießen Sie noch immer auf Menschen – auf Angestellte, auf Journalisten, auf potentielle Kunden. Warum?
Angefangen hat das, wie gesagt, als Maßnahme, um zu beweisen, dass auch kolumbianische Produkte etwas taugen. Dann hat sich das zu einem kulturellen Ding entwickelt. Im Lonely Planet stand: Wer sich als Tourist in Kolumbien eine Kugel einfangen will, der sollte in der Firma von Miguel Caballero vorbeischaun. Da kamen ganze Busse mit Touristen! Aber wir nehmen das sehr ernst und machen es mit der notwendigen Sicherheit und Verantwortung.

Die Fragen stellte David Klaubert.

Schießwütig: Die Qualität seiner Produkte, die in einer Fabrik außerhalb von Bogotá angefertigt werden, beweist Firmenchef Miguel Caballero gern am lebenden Objekt.



¹ Intel®, Intel® Core™ sind Marken der Intel® Corporation in den USA und anderen Ländern.
² Angabe für das 12 Zoll große Modell, das 10,6 Zoll große Modell wiegt ohne Tastatur 684 g.
³ Angabe für das 12 Zoll große Modell, das 10,6 Zoll große Modell verfügt über einen USB-C-Anschluss.
⁴ Android™ 6.0 oder höher erforderlich. Kompatible Modelle mit Samsung Flow und Funktionsvoraussetzungen zu Samsung Flow unter <http://www.samsung.com/de/support/samsungflow/>





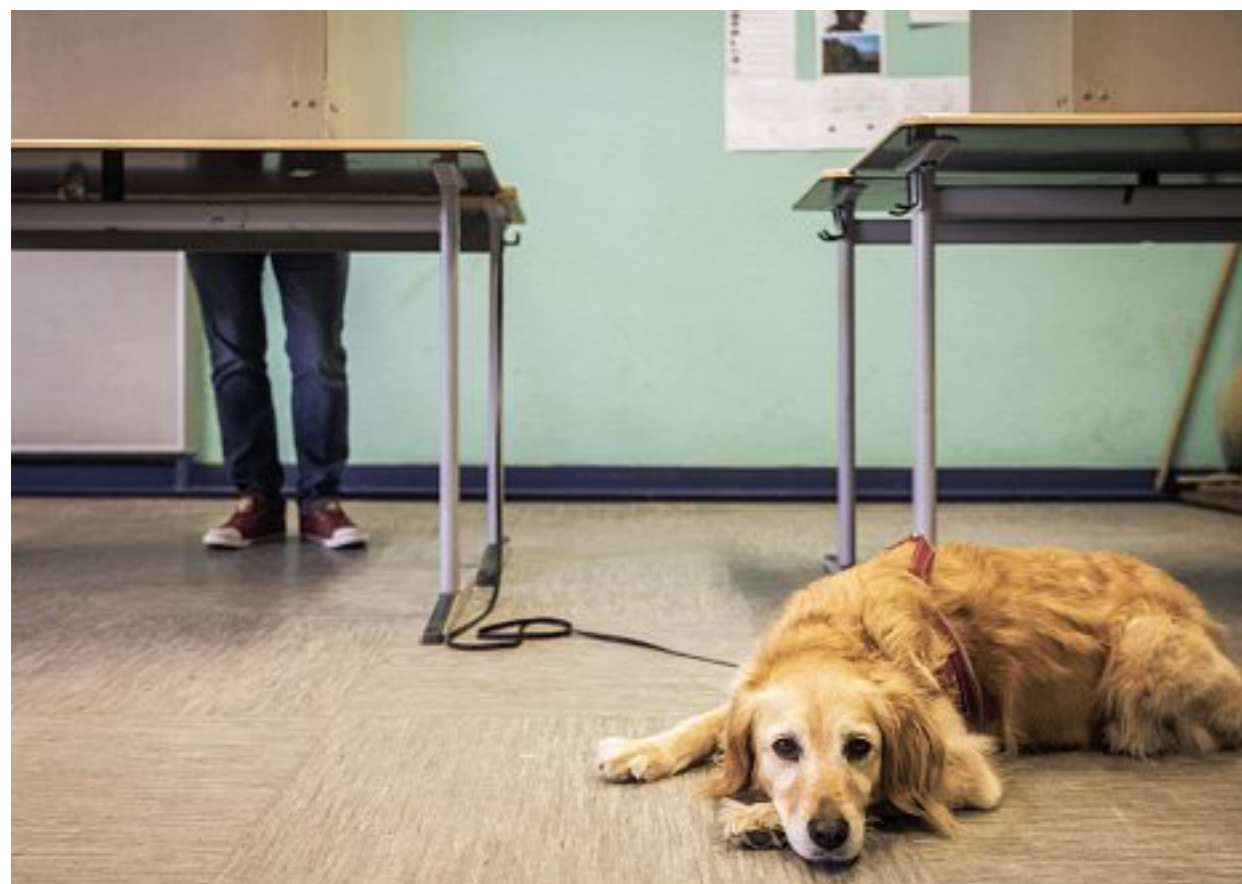
Im Osten Berlins: Wahl zum Berliner Abgeordnetenhaus am 22. Oktober 1995



In Hamburg: Bürgerschaftswahl am 15. Februar 2015



In Bremen: Bürgerschaftswahl am 10. Mai 2015



In Willich, Kreis Viersen: Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen am 14. Mai 2017



In Saarbrücken: Landtagswahl im Saarland am 25. März 2012



In Mülheim an der Ruhr: Landtagswahl in NRW, 13. Mai 2012

Der Hund von Seite 1

Tiere treten in dieser Zeitung zur Wahl an, ohne ihre Stimme abgeben zu müssen.

Hochamt der Demokratie! Viele mögen es für übertrieben halten, Bundstags- und Landtagswahlen beinahe sakral zu überhöhen. Aber es ist nun einmal der für unser freiheitliches politisches System konstitutive Akt und als solcher gar nicht hoch genug zu achten. Trotz allem Gerede von Politikverdrossenheit und populistischer Kritik an den politischen Eliten, die auch vor übelsten Schmähungen nicht mehr Halt macht, hat die Politikredaktion dieser Zeitung ihren Glauben an die Würde des einzigartigen freiheitlichen Akts stets behalten. Es gehört darum zur guten Tradition, bei großen Wahlanlässen auf Seite 1 vierspaltig statt dreispaltig mit einem aktuellen Bild aufzumachen. Weil wir aber den ersten Redaktionsschluss weit vor den üblichen Jubel- und Zerknirschungsbildern eines Wahlabends haben, liegt da auch der Hund begraben.

Alle Staatsgewalt geht vom Volke aus, heißt es in Artikel 20 des Grundgesetzes. Sie wird in Wahlen und Abstimmungen und durch besondere Organe der Gesetzgebung, der vollziehenden Gewalt und der Rechtsprechung ausgeübt. Der hohe Ton dieses Staatsverständnisses findet freilich nur ganz selten eine Entsprechung in den Räumlichkeiten, in denen das Volk seine Staatsgewalt ausübt. Glanzloser als in Wahllokalen geht es nicht einmal in den glanzlosesten protestantischen Kirchen zu. Das ist aber auch des Pudels Kern. Denn Demokratie braucht kein äußerliches Gepränge, um ihren inneren Glanz zu entfalten. Ihr ist die Prosawelt von Schulklassen, Bürgerhäusern und Turnhallen die beste Bühne. Und wenn hinter Sichtschutzwänden, die wie von Handwerkern mit zwei linken Händen gezimmert sind, die Kreuzchen gemacht werden, ist das nur von außen betrachtet nicht so heldenhaft wie Siegfrieds Todesstoß gegen den Drachen Fafnir – öde sieht es aber trotzdem aus.

Wir haben dieses Problem der eigentlich unzumutbar öden Anmutung eines glanzvollen Aktes auf leise ironische Weise gelöst, indem wir die erste Seite mit Fotos aus Wahllokalen schmücken, auf denen Hunde zu sehen sind. Und Hunde gehen, anders als treulose Katzen, eigentlich immer, nicht zuletzt, weil man bei Hunden Zuflucht vor „der endlosen Verstellung, der Falschheit und dem Verrat des Menschen“ findet, wie Schopenhauer wusste. Dass nur die Leser im Ausland in den Genuss der freundlichen Hundebilder kommen, weil die Aktualisierung der Wahlausgaben unaufhaltsam ist und der Hund so schnell von der Seite 1 verschwindet wie sein Fressen aus dem Napf, erzeugt immerhin einen zarten Hauch von Vergänglichkeit, der auch Wahlverlierer mit ihrem Schicksal versöhnen könnte. *Richard Wagner*

FOTOS: DANIEL PILAR (3), JAN REIDER (2), STEFAN FINGER, MARCUS KAUFHOLD, EDGAR SCHÖPFL, HENNING BODE, INES BAER, CHRISTOPH BEUSE, MATTHIAS LUDWIG



In Erfurt: Landtagswahl in Thüringen am 14. September 2014



In München-Untergiesing: Europawahl am 25. Mai 2014



In Leipzig: Landtagswahl in Sachsen am 31. August 2014



In Kiel: Landtagswahl in Schleswig-Holstein am 7. Mai 2017



In Berlin-Neukölln: Wahl zum Abgeordnetenhaus, 18. 9. 2016



In Schwerin: Wahl in Mecklenburg-Vorpommern am 4. 9. 2016



In Wörthsee: Bundstagswahl am 22. September 2013



Gute Fahrt: Matthias Meyer mit seinem Mitsubishi Pajero in Nepal, in der Nähe des Orts Lumbini, nach der Überlieferung Buddhas Geburtsstätte

Jordanien, Tadschikistan, Sudan, Usbekistan, Libyen, Afghanistan. In diesen Ländern hat Matthias Meyer seit 1980 für das Auswärtige Amt Dienst getan. Es gibt einfachere Posten und einfachere Lebenswege. Meyer hat in Staaten gearbeitet, in denen Bürgerkrieg herrschte, und als er zuletzt, vor dem Eintritt in den Ruhestand im Juni, deutscher Botschafter in Nepal war, da verwüsteten katastrophale Erdbeben das ohnehin bitterarme Land. Fast 9000 Menschen kamen ums Leben.

Es ist nicht so, dass Matthias Meyer nichts erlebt hätte in seinem Beruf. Und doch ließ ihm ein Projekt keine Ruhe. „Ich wollte in meiner Jugend immer gern länger über Land reisen, mit dem Bus über die Türkei, Iran, Afghanistan, die klassische Route“, sagt er. „Aber damals konnte ich nicht, weil ich zur Bundeswehr musste. Und danach ließ sich das mit dem Studium nicht mehr vereinbaren.“ Nun war Meyer am Ende seiner Karriere also in Kathmandu gelandet, einst das Sehnsuchtsziel einer Generation im Aufbruch und beliebte Anlaufstelle auf dem Hippie-Trail. Meyer hatte ein Auto, er hatte nun auch Zeit, und er hatte sogar noch einen Grund, auch wenn es den vermutlich gar nicht mehr gebraucht hätte: die Rückkehr nach Deutschland am Ende der beruflichen Laufbahn. Also beschloss Matthias Meyer, seinen Jugendtraum nachzuholen – in umgekehrter Richtung. Er fuhr mit dem Auto von Kathmandu zurück nach Hamburg, 14.000 Kilometer, in sechs Wochen.

Die Kollegen in Kathmandu reagierten auf Meyers Idee etwas reserviert. Geht das überhaupt? Wie ist das an den Grenzen? Wie ist das mit dem Auto? Und wie ist das vor allem, wenn ein Unfall passiert? Doch Meyer hatte sich, als konflikt- und krisenerfahrener Mensch, gut vorbereitet. Ein Motorradfahrer, den er in Nepal kennengelernt hatte, war vor ihm auf einer ähnlichen Strecke nach München gefahren und erzählte ihm von seinen Erlebnissen.

ABSCHLUSSFAHRT

Froher Botschafter: Matthias Meyer setzte sich nach Dienstende in Kathmandu ins Auto – und fuhr zurück nach Hamburg. *Von Bernd Steinle*

Meyers Auto war ein zehn Jahre alter Geländewagen, ein Mitsubishi Pajero, von dem er aus eigener Erfahrung wusste, dass er dem Vorhaben gewachsen sein würde. Tatsächlich hatte Meyer unterwegs dann nur einmal größere Probleme, und die hatte er selbst verschuldet, weil er in Iran Benzin statt Diesel getankt hatte. „Das war aufgrund der Schrift nicht so leicht zu erkennen.“ Ansonsten war da nur noch ein kaputter Keilriemen.

Von Nepal aus ging es zunächst über Indien nach Pakistan. „Es besteht weiterhin landesweit eine erhöhte Gefahr für terroristische Anschläge“ – so informiert das Auswärtige Amt auf seiner Internetseite Reisende über Pakistan. Und: „Landesweit besteht eine Gefährdung durch politisch-religiös motivierte Gewalttaten.“ Meyer war sich der Gefährdung bewusst, auch auf seiner Route. „Im Gebiet an der afghanischen Grenze bestehen schon Sicher-



Gute Begleitung: Meyer im Goldenen Tempel in der indischen Stadt Amritsar

heitsrisiken“, sagt er. Auf Empfehlung des Motorradfahrers hatte er deshalb die pakistanische Polizei kontaktiert. „Die haben mich dann begleitet bis zur Grenze nach Iran.“ Alles lief reibungslos.

Auf der ganzen Reise, sagt Meyer, sei er nicht ein einziges Mal in eine brenzlige Situation geraten, habe es nicht einen Moment gegeben, in dem er Angst verspürt habe. Vielleicht auch, weil er eine gewisse Routine darin entwickelt hat, sich in spannungsgeladenen Gebieten zu bewegen. „Es ist nicht so, dass ich hinter jeder Ecke etwas vermute.“ Oft habe er das genaue Gegenteil erlebt: Die Menschen gingen auf ihn zu, luden ihn in ihre Häuser ein, bewirteten ihn, boten ihm an, bei ihnen zu übernachten. „Auch einfache Leute, die alles anboten, was sie hatten.“

Besonders häufig erlebte er das in Iran. „Das war ein Land, das mich fasziniert hat“, sagt Meyer. Weil es die Darstellung und die Wahrnehmung als streng religiöser, autoritärer, verschlossener Staat so oft konterkarierte. „Wenn man durch das Land fährt und die Leute trifft, erlebt man was ganz Anderes“, sagt Meyer. Er kam schnell ins Gespräch mit den Menschen, auf Plätzen, im Park, bei einem Kaffee. „Die Leute dort sind, wenn man das mit Europa vergleicht, sehr viel offener, sehr viel aufgeschlossener für Fremde, als man das hier manchmal erfährt.“

Anders empfand Meyer das in der Türkei. Auch dort veränderte die Fahrt seinen Blick auf das Land – auf negative

Weise. „Man hat gesehen, dass sehr viel Spannung herrscht im Land, speziell im Osten, dass viel Militär aufgefahren war“, sagt Meyer. „Ich kannte das Land von früher, vor drei, vier Jahren war das noch ganz entspannt. Jetzt reden die Leute nur ungern über Politik, der Tourismus ist stark zurückgegangen, die Hotels sind billig und halb leer.“

Nach der Türkei häuften sich die Grenzübergänge: Griechenland, Mazedonien, Albanien, Montenegro, Bosnien-Herzegowina, Kroatien, Italien, Österreich, Deutschland. Der Überschlag des Unterwegsseins aus den ersten drei, vier Wochen verflüchtigte sich allmählich. Die Stopps wurden seltener, die Fahrstrecken länger. „Irgendwann kam der Punkt, an dem ich dachte, Europa kann man auch später nochmal sehen. Da hat man dann das Gefühl: Jetzt musst du nach Hause.“ Als er durch Bonn kam, entdeckte er, dass dort eine große Ausstellung über Kunst und Kultur in Iran lief. „Da habe ich all das wiedergefunden, was ich vorher gesehen hatte.“ Zu Hause freute er sich über das Wiedersehen mit Familie und Freunden – und über die Ruhe, die entspannte Atmosphäre und das viele Grün auf seinem Bauernhof in Norddeutschland.

Meyer hat seine Fahrt in den Ruhestand genossen. „Ich denke, es war besser für mich, dass ich nicht von heute auf morgen mit dem Flugzeug rausgeflogen bin und hier reingeworfen wurde, sondern viel Zeit hatte, mich langsam zu lösen.“ Er hat neue Ziele entdeckt, nach Iran will er auf jeden Fall noch mal reisen, „da gibt es so viel zu sehen“.

In Nepal, hat er von den Kollegen in Kathmandu erfahren, hat seine Fahrt großes Interesse geweckt, auch bei der Presse. „Die haben mir gesagt, ich bin da jetzt populärer als früher.“ Der Pajero steht inzwischen bei ihm zu Hause. Meyer will ihn auf jeden Fall behalten. Der Motor hat 150.000 Kilometer drauf, 300.000 gingen ohne weiteres, sagt er. Da ist die eine oder andere Tour noch drin.

FOTOS: PRIVAT



BY APPOINTMENT TO
THE ROYAL DANISH COURT

OLE LYNGGAARD
COPENHAGEN

SINCE 1963

THE SNAKES COLLECTION
WWW.OLELYNGGAARD.COM



SIEG DER STERNE

Albanien ist das Land mit der höchsten Mercedes-Dichte. Wie zum Teufel kann das sein?

Von David Klaubert

Der Tacho zeigt fast 100, dichter Verkehr strömt über die Schnellstraße, und Dionis führt vor, wie viel Feingefühl in seinem Hintern steckt. Er wippt auf dem Fahrersitz auf und ab, hin und her. Ziemlich weich, sagt er, kaum Spannung im Polster. Das spricht für viele Kilometer. Mehr als 200.000, sagt er.

Dann kratzt Dionis am Lenkrad, bis er schwarze Farbsplinter unterm Fingernagel hat. Nachträglich lackiert, nicht das Original, sagt er. Wahrscheinlich wegen eines Unfalls, bei dem der Airbag herausgeplatzt ist. Draußen rauscht das Umland der albanischen Hauptstadt Tirana vorbei, Möbel- und Autohäuser vor allem und Baustellen, die aussehen, als würden auch sie bald Möbel- und Autohäuser. Dionis greift zur Tür. Statt sie zu öffnen, macht er nur: Tupp.

Tupp, sagt Dionis, ist gut. So klingen Autotüren, die wenig benutzt wurden. Die Türen alter, heruntergefahrener Kisten machen: Taaaau. Dann schaut er endlich wieder auf die Straße.

Wenn man zum ersten Mal nach Albanien kommt, in dieses kleine, verrufene, stolze Land, dann fällt einem als erstes auf: Die Fahrweise der Albaner ist genauso, wie man sich das vorgestellt hat. *Fast and furious*, schnell und wild.

Als zweites fällt auf, und das überrascht dann doch: die große Begeisterung der Albaner für Deutschland. Dionis, 26 Jahre alt, die Haare so schnittig wie die Fahrweise, holt einen am Mutter-Teresa-Flughafen ab und zieht sofort sein Smartphone aus der Tasche, als er erfährt, woher der Fahrgast kommt. Er spielt Videos ab: die Isar im Schnee, er selbst im Schnee und er selbst beim Putzen. Ein paar Monate, erzählt er, hat er in München gearbeitet, im italienischen Restaurant eines albanischen Freundes. Als eine Polizeikontrolle auftaucht, nimmt er das Handy kurz runter. Korrekt wie in Deutschland, mein Freund, sagt er und lacht sein rundes Gesicht noch breiter.

Überall in Tirana Zeichen dieser Begeisterung: Hotel Jurgen, Werbeplakate der Firma Deutschcolor, Mobilje Gjermane, die Bar St. Pauli. Ein Polizist zeigt auf seinem Handy ein Foto von sich und seiner Tochter während der Fußballweltmeisterschaft: ganz in Schwarz-Rot-Gold.

Selbst in den nordalbanischen Alpen, zwei polternde Geländewagen-Stunden von Shkodra, der nächsten Stadt, hebt ein hagerer Bergbauer die Arme zum Gruß: Du bist herzlich willkommen, mein Freund. Ich liebe Deutschland. Weiter als bis Shkodra ist er selbst in seinem siebzehnjährigen Leben zwar noch nicht gekommen, und Gott bewahre, das ist schon weit genug. Aber sein Sohn, erzählt er, der sei nach Deutschland ausgewandert. In welcher Stadt er lebt? Luxemburg, antwortet der fröhliche Alte. Und lädt auf ein Dosenbier in sein Haus, einen Kilometer Fußmarsch von der Schotterstraße entfernt.

Das Dritte, was einem in Albanien auffällt: der dreizackige Stern. Dionis fährt eine silberne C-Klasse. Und überall in den Straßen: Rentnerkarren, Protzkisten und Familienkombis, gebaut von Mercedes-Benz in Unter-türkheim. Während einer Grünphase an einer zufällig gewählten Kreuzung im Zentrum Tiranas fahren vorbei: Mercedes – Bus (Marke: Mercedes) – Mercedes – VW – Audi – VW – Mercedes – Roller (Marke nicht zu erkennen) – Ford – Mercedes – Honda – Mercedes – Mercedes – Mercedes – Peugeot – Ford. Natürlich ist diese Stichprobe nicht repräsentativ, trotzdem: So viele Großverdienerefamilien, Rentner und Protze kann es in Albanien gar nicht geben. Der Mercedes-Benz ist hier Volkswagen.

Wie zum Teufel kann das sein?

An einer Ausfallstraße am Rand Tiranas steht Auto Star, die offizielle Mercedes-Benz-Vertretung. Ein gläserner Klotz, der aussieht wie jede andere Mercedes-Benz-Filiale, Corporate Design eben: der Stern auf dem Dach, die hell geflieste Präsentationsfläche, die dunklen Holzrisse zur Kundenberatung, Verkaufsleiter Sokol Kodra. Er ist ein mittelalter Herr im weißen Hemd. Seine Krawatte ist dezent gescheckt, sein Deutsch auch, er hat es in Österreich gelernt. Nach dem Maschinenbaustudium im kommunistischen Albanien besuchte er dort die Tourismusschule. In Tirana baute er Mitte der Neunziger das Autohaus mit auf. Und die Geschichte, die er erzählt, hat alles, was ein schönes Märchen braucht: König und Königin, einen Bösewicht, lange Entbehrung und ein glückliches Ende. Herr Kodra ist eben ein guter Verkäufer.

Auf seinem Computerbildschirm zeigt Herr Kodra ein Schwarz-Weiß-Foto, darauf: König Zogu I. von Albanien und seine Frau Geraldine in einer Limousine. Zogu trägt Uniform und Schnauzer und schaut damit aus wie Charlie Chaplin, was durchaus passt. Denn auch er gab, zunächst als Präsident, dann als selbst gekrönter König, den Diktator. Die Marke der Limousine ist auf dem Foto nicht zu erkennen. Doch Herr Kodra ist sich sicher: Zu seiner Hochzeit im September 1938 bekam das albanische Königspaar von Adolf Hitler einen prächtigen Mercedes-Benz 770 geschenkt.

Kein Jahr später wurde König Zogu von den Italienern verjagt. Wieder einmal wurden die Albaner von einem Nachbarvolk drangsaliert, wie schon von Griechen, Römern, Byzantinern, Osmanen. Und als wäre das nicht genug, folgte dann Enver Hoxha, der die Sozialistische Republik Albanien ausrief und sich erst von Jugoslawien, dann von der Sowjetunion und schließlich von China abwandte, weil die ihm alle viel zu offen waren. Hoxha bunkerte sein Land ein. Wie Metaphern für seine Politik ließ er 168.000 Betonbunker bauen, sechs pro Quadratkilometer. Die Straßen bröckelten derweil vor sich hin, angeblich auch weil der Diktator fürchtete, dass feindliche Invasionstruppen darauf landen könnten. Und während die Menschen anderswo im Kommunismus jahrelang auf einen Lada oder einen Trabi warteten, war in Albanien sogar das Warten verboten. Privatautos gab es nicht.

Erst in den neunziger Jahren, nach dem Ende des kommunistischen Regimes, kamen wieder Autos ins Land. Europäische Marken, Fiat, Peugeot, Opel. Doch die albanischen Schlaglochpisten wurden mit allen fertig. Die fielen auseinander, sagt Herr Kodra. Die einzigen Autos, die unsere Straßen überlebten, waren die von Mercedes-Benz.

Und das schien nicht nur der Mercedes-Benz-Verkaufsleiter so zu sehen. Nach den langen Jahren der Entbehrung liefen die Albaner dem Stern bald hinterher wie sonst nur die Könige aus dem Morgenland. Der Marktanteil, schätzt Herr Kodra, lag bei 70 Prozent.

In den vergangenen Jahren haben die anderen Automarken aufgeholt. Doch die Liebe der Albaner zum Mercedes hält – auch, wie das in langen Beziehungen eben so ist, aus praktischen Gründen. Jeder Dorfmechaniker kennt sein Innenleben. Ersatzteile sind überall zu bekommen, viel günstiger als bei anderen Marken. Und so ist die Mercedes-Dichte in Albanien bis heute sehr hoch, höher als in jedem anderen Land. Für diesen Rekord hat zwar auch Herr Kodra keine Statistik, aber bis zum Beweis des Gegenteils wird er hier kühn weiterverbreitet.

Zum Abschied präsentiert Herr Kodra noch sein Lieblingsmodell: ein S500 Cabriolet, acht Zylinder, 455 PS. In jedem Scheinwerfer 38 Swarovski-Kristalle. Nichts ist unmöglich. Für 145.900 Euro.

Für den Otto-Normal-Albaner freilich ist das so wenig erreichbar wie ein Stern am Himmel. In Tirana wachsen zwischen kommunistischen und italienisch-faschistischen Klötzen neue Hochhäuser. Die Fassaden vieler Wohnblocks sind bunt angemalt – doch zum Sanieren der maroden Wohnungen dahinter fehlt das Geld. Die Cafés in der Innenstadt sind voll, morgens, mittags, abends. Lieber noch als im Mercedes sitzen die Albaner zusammen beim Kaffee. Auf den Straßen davor verkaufen Mütterchen selbstgedrehte Zigaretten. Einzelne. Der Fortschritt rumpelt sehr unterschiedlich schnell voran.

Als Dionis nach 30 Kilometern die Schnellstraße verlassen hat, reißt er plötzlich am Lenkrad. Eine Herde Schafe springt auf den Teer. Und hinter dem nächsten Schlagloch: eine ganze Armada funkelnder Autos. Sie stehen rechts und links der Straße, in ordentlichen Reihen auf staubigen Plätzen. Die Autohändler, die sich am Rand der Hafenstadt Durres zu Dutzenden angesiedelt haben, brauchen keine Autohäuser.

Auf einer Holzbank sitzt Elis, verspiegelte Sonnenbrille, Tanktop, die Schultern so breit, dass er nur knapp in den Schatten des Bäumchens hinter ihm passt. In der Reihe vor ihm stehen ein Ford und zwölf Mercedes. Alle gehören ihm. Elis ist Kleinunternehmer, Im- und Export, nur ohne Export. Albanien, lautet ein Sprichwort, ist das Land, in dem der Mercedes stirbt.

Fast alle seine Autos haben deutsche Kennzeichen, die Zulassungsplaketten abgekratzt, Ulm, Stuttgart, Braunschweig, Aachen. In Deutschland war Elis noch nie. Er hat dort einen Kontaktmann, wahrscheinlich ein Cousin, sagt Dionis, der übersetzt, und der sucht im Internet nach Anzeigen für Gebrauchtwagen und kauft für ihn ein.



Zehn, fünfzehn Jahre alt, denn dann gelten sie – deutsches Kraftfahrzeugsteuergesetz! – als Dreckschleudern und sind zu Schleuderpreisen zu haben. Für seinen, erzählt Dionis, hat er in München 4000 Euro gezahlt, es ist ein C220 CDI, Jahrgang 2004, 243.000 Kilometer, Klimaanlage und Soundsystem.

Das Geld für die Autos gibt Elis Busfahrern mit, die zwischen Albanien und Deutschland pendeln. Sobald sein Geschäftspartner zehn, elf Wagen zusammengekauft hat, lässt der sie auf einen Laster packen, ab nach Triest und von dort weiter mit dem Schiff zum Hafen von Durres. 700 bis 800 Euro koste der Transport pro Auto, sagt Elis. Hinzu kommen Zoll und Steuern in Albanien, weitgehend unabhängig von Abgasnormen, Euro 6, Euro 5, is' egal, Euro 4, Euro 3, is' egal, is' egal.

Als erstes reibt Elis seine Gebrauchtwagen dann mit einer großen Portion Politur ein. An die Innenspiegel hängt er Duftbäumchen. Und jeden Morgen wieder wäscht er den Staub ab, damit der Lack in der Sonne funkelt. Auch er ist ein guter Verkäufer.

Die Schlüssel der Autos stecken in einer Herrenhandtasche, auf der Giorgio Armani steht und die auf Elis' Brust spannt wie ein Sicherheitsgurt. Einen Schlüssel kramt er heraus, um sein aktuelles Premiummodell vorzuführen: eine silberne E-Klasse 220, Jahrgang 2005, 160.000 Kilometer. 7000 Euro, sagt Elis. Kurze Spannungspause. Aber da können wir auch noch mal drüber reden. Oder hier, ein Schnäppchen: E-Klasse 220, Jahrgang 2001, 250.000 Kilometer. 3600 Euro. Bar auf die Hand, natürlich, gern auch albanische Lek, Dollar oder Pfund.

Den Kilometerangaben traue ich nie, sagt Dionis auf der Rückfahrt nach Tirana. Da lässt sich dran drehen. Deshalb sollte man die Autos immer selbst unter die Lupe nehmen. Oder halt unter den Hintern.

An der Einfahrtsschranke zum Mutter-Teresa-Flughafen bremst Dionis scharf. Durchs offene Fenster beginnt er, mit dem Mitarbeiter zu diskutieren, der ihm den Parkschein aus dem Automaten reicht. Ein junger Kerl, er mustert das Auto. Sätze sausen hin und her. Die Zeit drängt. Gibt es Probleme?

Nein, nein, mein Freund, sagt Dionis. Er will nur meinen Mercedes kaufen.

Fast so viele wie am Himmel: Wahrscheinlich leuchten in keinem Winkel der Welt mehr Sterne über der Straße als im verlorenen Land der Skiptetaren. Das Volk im Südosten Europas fährt in jeder Lebenslage gut mit Mercedes.

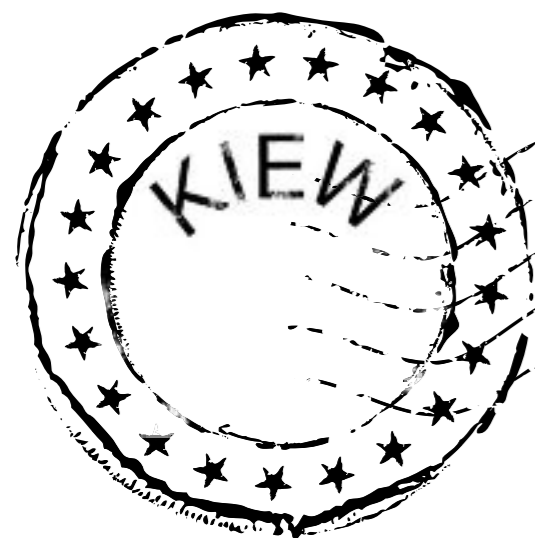


Die Mariä-Entschlafens-Kathedrale im Kiewer Höhlenkloster (auch Uspenski-Kathedrale genannt) erstrahlt wieder. Die deutschen Besatzer hatten den 1000 Jahre alten Sakralbau sprengen lassen. Und das schon im Herbst 1941, gleich zu Beginn ihrer 778 Tage dauernden Schreckensherrschaft in der Stadt.



Kiew ist ans Wasser gebaut, vor allem an den Fluss Dnjepr. Die Kiewer lieben ihre Stadtstrände, etwa auf der Venezianischen Insel (sie heißt wirklich so). Von ihr hat man zudem eine tolle Sicht auf „Mutter Heimat“, die 62 Meter hohe Kolossalstatue aus sowjetischen Zeiten im Hintergrund.

Grüße aus



Am rechten Ufer des Dnjepr liegt im Stadtviertel Podil der Andreassteig. Der steile Weg hinab von der St.-Andreas-Kirche lohnt sich, hier reihen sich Restaurants und Bars aneinander, und überall hört man Straßenmusiker – daher die Bezeichnung „Kiewer Montmartre“.



Während überall in der Stadt noch Denkmäler an die einst unverbrüchliche Freundschaft zwischen Ukrainern und Russen erinnern, machen die Souvenirverkäufer gute Geschäfte mit den neuen politischen Gegebenheiten. Besonders beliebt nach der Annexion der Krim: Toilettenpapier mit dem Konterfei des russischen Staatspräsidenten Wladimir Putin.

Auch zwei Revolutionen konnten der Schönheit dieser Stadt nichts anhaben.

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



Kiew hat in seiner jüngsten Geschichte gleich zwei Revolutionen erlebt. Zuletzt gab es vor dreieinhalb Jahren massive Proteste auf dem Majdan, dem Unabhängigkeitsplatz. Mehr als 100 Demonstranten kamen dabei alleine am 18. Februar 2014 ums Leben. Sie werden als die „Himmlichen Hundert“ verehrt.

Die ukrainische Küche hat viele Gerichte hervorgebracht. Berühmt sind die Rote-Bete-Suppe Borschtsch und die Kraut-und-Gurken-und-noch-viel-mehr-Suppe Soljanka. Unbedingt probieren muss man Wareniki, die mit Fleisch oder Schmand gefüllten Teigtaschen. Im Restaurant „Spoty-kach“ werden sie auch in den Landesfarben Blau und Gelb angeboten.



In Kiew stehen viele herausragende Kirchen und Klöster, darunter die Sophienkathedrale und das Kiewer Höhlenkloster, die seit 1990 zum Unesco-Weltkulturerbe gehören. Die Mönche in dem riesigen Komplex mit den ausgedehnten Höhlen hat Rainer Maria Rilke verewigt – in seinem Gedicht „Weißt du von jenen Heiligen“ von 1901.

MADELEINE



The LOOK of SUCCESS

Herbst/Winter 2017

SHOP NOW
madeleine.de/faz17



Oben: Trenchcoat von Burberry aus den Achtzigern (6000 bis 8000 Pfund); rechts: Hepburn-Porträt von Steven Meisel (1991), Silbergelatine-Abzug (2000 bis 3000 Pfund)



Puderdose mit Monogramm AHF, für Audrey Hepburn Ferrer (2000 bis 3000 Pfund)



Ballerinas, von Audrey Hepburn in der Mode fest verankert (das Paar von 1500 Pfund an)



Die Frau mit den Ballerinas

Audrey Hepburns Söhne lassen Teile des Nachlasses ihrer Mutter in London versteigern.

Von Rose-Maria Gropp

Die Personal Property of ...“ oder „The Personal Collection of ...“ heißt die Zauberformel. Damit kommen noch die unscheinbarsten Dinge ins Rampenlicht, die einst im Besitz eines Filmstars waren. Und die erstaunliche Preise erzielen, wenn wahre Anhänger zu Biestern werden. Leuchtende Beispiele sind die Nachlässe von Marilyn Monroe, Katharine Hepburn oder Marlon Brando.

Jetzt also Audrey Hepburn, die als „The Film and Fashion Legend“ annonciert wird. Dieses „Fashion“ ist tatsächlich ein Unterscheidungsmerkmal für die 1929 als Audrey Kathleen Ruston in Belgien geborene Tochter eines englischen Bankiers und seiner niederländischen Frau Ella Baroness van Heemstra. Es lässt sich ja nicht sagen, dass Marilyn Monroe mittels ihrer Anzielsachen zum Erfolg kam. Schon eher Marlon Brando – mit einem weißen T-Shirt, das er 1951 in Elia Kazans Film „Endstation Sehnsucht“ mehr ausfüllte als trug. Audrey Hepburns gut 20 Jahre ältere Namensschwester Katharine – verwandt

sind sie wirklich nicht – machte Schule mit ihrem leicht unterkühlten Look.

Es sind die persönlichen Gegenstände der Stars, von denen die höchste Anziehungskraft ausgeht auf die sentimentale Gemeinde. Das wird auch bei Audrey Hepburn so sein, wenn ein goldenes Feuerzeug zum Aufruf kommt, verziert mit dem Schriftzug „For My Fair Lady“ und der Gravur „Gene Allen, December 1963“. Gene Allen war der Art Director des Films; die Schätzung liegt freundlich bei 3000 bis 5000 Pfund. Oder bei einer Puder-



Auch politisch engagiert: Audrey Hepburn als Unicef-Sonderbotschafterin in Äthiopien

dose der Firma Ciardetti in Florenz, die das Monogramm AHF trägt – Audrey Hepburn Ferrer (sie war mit ihrem Kollegen Mel Ferrer von 1954 bis 1968 verheiratet). Es firmiert mit 2000 bis 3000 Pfund. Solche Dinge sind Berührungsreliquien: 2004 brachte eine silberne Zigarettenbox aus dem Nachlass von Katharine Hepburn, die 1940 die Crew von George Cukors Film „Die Nacht vor der Hochzeit“ für sie signiert hatte, sagenhafte 57.000 Dollar; die Taxe lautete 800 bis 1200 Dollar.

Kleidungsstücke bedienen diese gesuchte Nähe zum Idol womöglich noch intimer. Am lustigsten ist, im Fall von Audrey Hepburn, eine ganze Phalanx jener bunten Schlappchen, die sie in der Mode fest verankert hat. Erwartungen „von 1500 Pfund an“ sind annonciert, eine Menge Geld für ein Paar getragener Ballerinas. Neben einem himmelblauen Satin-Cocktailkleid ihres Lieblings-Couturiers Hubert de Givenchy (Taxe 10.000/15.000 Pfund) ist da ein superklassischer Trenchcoat von Burberry aus ihrer Garderobe. Auch wenn es bestimmt nicht der Regemantel ist, in dem sie als Holly Golightly 1961 in Blake Edwards' unverwüstlichem „Frühstück bei Tiffany“ ihren ausgesetzten Kater („Cat“) aus einem New Yorker Hinterhof zurückholt, soll das Teil doch 6000 bis 8000 Pfund bringen.

Nicht mehr zu haben ist das schwarze Abendkleid, das sie im selben Film trug – und das dem „Kleinen Schwarzen“ zu seiner Karriere verhalf. Nein, es war nicht von Coco Chanel, sondern wieder von Givenchy, und klein war es auch nicht, sondern eine veritable lange Robe mit raffiniertem Schnitt. Es wurde 2006 in London für 456.200 Pfund versteigert; geschätzt war es auf 50.000 bis 70.000 Pfund. Was solche Kleider von Stars noch können, ist von Marilyn Monroe zu lernen: Ihr hautfarbenes Glitzerdress, in dem sie 1962 für John F. Kennedy „Happy Birthday, Mr. President“ hauchte, war zum ersten Mal 1999 in einer Auktion, dann wieder im November 2016 in Los Angeles: Wer auch immer die 4,8 Millionen Dollar dafür hinlegte, hat es zum wohl teuersten Kleid überhaupt gemacht.

Audrey Hepburn hat in ihrer eigenen Liga gespielt und mit ihrer europäisch geprägten Art, mit ihrem zurückhaltenden Charme, der sie in Amerika zur Heroine machte, aus dieser *stardom* eher die Luft rausgelassen. In ihrem Nachlass finden sich, neben all den privaten Memorabilia und den Fotografien, auch von ihr annotierte Filmskripts. Darunter ist das von „Breakfast at Tiffany's“ mit Notizen in türkisfarbener Tinte. Die Schätzung von 60.000 bis 80.000 Pfund scheint realistisch, denn persönliche Drehbücher sind begehrte filmhistorische Pretiosen: So ging 2005 Marlon Brandos Exemplar zum „Paten“ an einen anonymen Telefonbieter für 312.800 Dollar, gut das Dreifache des Schätzpreises.

Seit Ende der Sechziger zog sich Audrey Hepburn aus dem Filmgeschäft zurück, für ihre Familie und schließlich für ihr humanitäres Engagement. Bis kurz vor ihrem Tod 1993 reiste sie als Unicef-Sonderbotschafterin in Krisengebiete wie Somalia, Sudan, Bangladesch und Äthiopien und sammelte Spenden – auch dabei ihrem unverkennbar schlichten Stil treu. ◀

Einlieferer der Gegenstände aus Audrey Hepburns Nachlass sind ihre Söhne Sean Ferrer und Luca Dotti, aus ihrer Ehe mit dem italienischen Psychiater Andrea Dotti. Die Hauptauktion findet am 27. September bei Christie's in London statt; vom 19. September bis zum 3. Oktober läuft zudem eine Online-Auktion.

FOTOS: KATZ/OLIVIER, MAURITZUS

ART IS LIGHT



DANI OLIVIER

Sunrise
120 x 80 cm | 999 €

Echter Foto-Abzug unter mattem Acrylglas in schwarzer Alu-ArtBox

Limitiert & Handsigniert

BESUCHEN SIE UNS ONLINE ODER IN EINER UNSERER GALERIEN

LUMAS.DE



Augen auf bei der Motivwahl: Die Schauspielerin Sila Sahin hat mit ihrem Smartphone den Durchblick.

HÜLLE IN FÜLLE

Da schau her: Bei der Außendarstellung von Smartphones wird die persönliche Note immer wichtiger. *Von Elena Witzeck*

Die Zeit der Socken ist natürlich vorbei. Früher, als es noch keine Smartphones gab und Handys unförmige Kästen waren, auf deren Displays nur in abgedunkelten Räumen etwas zu erkennen war, gingen Jugendliche dazu über, ihre für den ersten Urlaub ohne Eltern gekauften Geräte in Ermangelung kreativer Alternativen in bunten Socken zu verstauen. Besonders umsorgte Teenager erhielten von ihren Müttern selbstgenähte Stoffräschen, die den Socken verdächtig ähnlich sahen. Keine Zwölfjährige würde so ein Säckchen heute noch eines Blickes würdigen.

Über die Jahre haben sich die Nutzer von Handyhüllen in drei Lager gespalten: die Traditionalisten, denen ein schwarzes Lederetui genügt; die Sendungsbewussten, die eine Message transportieren wollen; und solche, für die das Handy ein treuer Begleiter mit Ohren, Fellbommel-Schwänzen und Katzenaugen ist. Anhänger der letzten Gruppe sind auch von Einhorn-Herden, Glitzersteinchen und Flamingo-Hälsen zu begeistern. Sie kaufen ihre Hüllen gewöhnlich in Schmuckläden und stellen sie ohne

Scham auf dem Schreibtisch zur Schau. Sind sie männlich und setzen vorwiegend farbliche Akzente, werden sie als „Stylomylös“ bezeichnet, ein nicht ganz vorurteilsfreier Begriff. Die Gruppe der Sendungsbewussten dagegen kauft Handyhüllen, die ihre Stimmung in Schriftzügen widerspiegeln („Danke für nichts“), ihren Charakter („Hallo, ich bin seltsam“) oder ihre Vorzüge andeuten („King“).

Aber die Zeiten ändern sich – auch solche Designs sind nicht mehr der letzte Schrei. Fragt man Handyverkäufer, erzählen sie vom großen Run auf Selfie Straps: schmale Gummibänder, die sich auf der Rückseite von Smartphones anbringen lassen. Sie erleichtern die professionelle Eigenfotografie und sind ein Mittel gegen die Häufung chronischer Nackenverspannungen. Ansonsten werden die Trends auf Youtube gesetzt – von „Kind of Rosy“ zum Beispiel, die schon mehr als 900.000 Mal gezeigt hat, wie sie Handyhüllen mit Motiven von Chanel bis Nutella eigenhändig aus Kartonpapier bastelt.

Überhaupt wird Individualismus immer wichtiger. Wer bei seinem Smartphone

zumindest äußerlich Wert auf eine persönliche Note legt, kann sich seine Hülle auch ohne Bastelworkshops selbst gestalten. Bei Anbietern wie PrintPlanet oder DeinDesign lassen sich Urlaubsfotos, überzeugende Selfie-Strap-Motive, der Lieblings-Fußballklub und Haustier-Porträts auf den Handyschutz drucken. Die Möglichkeiten sind fast grenzenlos.

Für die Zukunft des E-Commerce gibt es aber längst schon eine neue Idee: Der Anbieter My-Handy-Design setzt auf merkwürdige Hüllenmotive, die aus populären Suchbegriffen automatisch generiert sind, und verkauft sie über Amazon. Abbildungen von medizinischen Geräten, erwachsenen Fußnägeln und Babypillen-Packungen erfreuen sich in den Bewertungen größter Beliebtheit. Das ist also wohl die Zukunft des Handyhüllen-Konsums: unzählige Vorlagen für neue Motive, deren Produktion erst nach der Bestellung veranlasst wird, und die den seltsamsten Vorlieben Rechnung tragen. Da machen sich die zu Urzeiten aus praktischen Gründen entstandenen Handysocken auf einmal gar nicht mehr so schlecht.



Smart phones: Ryan Hurst (v. l.), Yuwei Zhangzou und Kelly Nishimoto haben ihre Form gefunden.



SIEH MAL AN
BRETT VOR DEM MUND
Für Leute, die gern Nahrung von einer schicken Holztafel zu sich nehmen, aber nicht wissen, wo sie ihr Weinglas abstellen sollen, haben die Königsteiner Jungunternehmer Kai Sommer und Johannes Pfaff eine Lösung: Unter dem Namen „Loch mit Brett“ verkaufen sie ein Brett aus massiver Buche, das zuvor lebensmittelecht geölt wurde. Der Clou ist eine Aussparung in Form einer 9, durch die der Stiel eines Glases gesteckt werden kann. Für 15 Euro bekommt man das Brett flach oder mit einer Vertiefung, die verhindern soll, dass die Weintrauben herabrollen. *(Web.)*



SECHS ODER SELTERS
Noch immer gibt es Leute, die eine Vespa bloß für ein Fahrzeug halten. Und über hohe Preise für durchschnittliche Technik maulen. Nichts haben diese Leute verstanden. Die Vespa ist ein Modeartikel, unvergänglich, Ausdruck eines Lebensgefühls. Piaggio muss daher nur alle Jubeljahre ein neues Modell auf den Markt bringen. Oder ein Sondermodell. Die Vespa Sei Giorni ist eine numerierte Spezialversion der GTS 300. Sie soll an eine Sechstagesfahrt im Jahr 1951 erinnern, bei der Vespa-Werksrennmaschinen sehr erfolgreich waren. Das muss auch optisch noch mal gefeiert werden – für 6390 Euro. *(Ile.)*



NEO-ROLLER
Eigentlich dürfte man über solche Produkte nicht lange reden, geschweige denn sie empfehlen. Denn die Besitzer der neuen E-Scooter ES1 oder ES2 von Segway dürfen nur auf Privatgelände fahren. Im Gegensatz zu anderen E-Geräten haben diese elektrischen Tretroller allerdings gute Voraussetzungen, eine Zulassung zu bekommen, weil sie unter anderem einen Lenker haben. Beide lassen sich mit einem zweiten Akku nachrüsten, so dass laut Hersteller Strecken von bis zu 45 Kilometern möglich sein sollen. *(made.)*

FOTOS FRANK ROTH, ACTION PRESS (2), DUP (2), HERSTELLER (2)



HAMBURG | MÜNCHEN | KÖLN | DÜSSELDORF | NÜRNBERG | WIESBADEN | FREIBURG | TRIER

SHOP ONLINE AT WWW.KENNEL-SCHMENGER.COM

Short story

Wie der politische Bob zur Frisur unserer Zeit wurde.

Von Jennifer Wiebking

Zum Weltfrauentag ließ sich Hillary Clinton die Haare abschneiden. Am Tag zuvor war sie noch mit dem gewohnt welligen Bob aufgetreten, die Stirn frei, die Stufen weich. Der Anlass war ein Mittagessen der Wohltätigkeitsorganisation Girls Inc. Die Botschaft via Snapchat am Tag darauf, dem 8. März, war natürlich nicht ihr neuer Haarschnitt. Es ging darum, dass Frauen weiter kämpfen, dass sie sich bemerkbar machen sollten, sich wehren, für ein Amt kandidieren, Gewinner sein. Aber Hillary Clintons Haare, die von einem Tag auf den anderen deutlich kürzer waren, gestufter, in der Stirn ein paar Strähnen, die einen Pony andeuteten – sie gaben der Nachricht, die natürlich wichtig, aber zugleich vorhersehbar war, einen Überraschungsmoment. Der Haarschnitt befeuerte die Botschaft.

Hillary Clintons Haare sind seitdem wieder ein Stück gewachsen. Aber ob kürzer oder länger: Einen politischen Bob trägt sie in jedem Fall.

Der Titel ist so griffig wie flexibel. Der *political bob*, wie der „Guardian“ den Haarschnitt taufte, ist auch nicht am Ende, weil eine seiner berühmtesten Trägerinnen nicht zur ersten Präsidentin der Vereinigten Staaten gewählt wurde. Oder weil eine andere, Theresa May, nicht mehr allzu lange als Premierministerin im Amt bleiben könnte. Der politische Bob wäre selbst ohne Angela Merkel, die Direktorin des Internationalen Währungsfonds Christine Lagarde und die schottische Regierungschefin Nicola Sturgeon noch aktuell, denn er ist zunächst einmal ein Bob, also ohnehin die Frisur unserer Zeit.

Beim Bob handelt es sich schließlich nicht um einen Trend, der sich von einem Tag auf den anderen ändert, der also mit dem Rücktritt einer Spitzenpolitikerin an sein Ende käme; so wie Frisuren ohnehin selten Trends folgen. Der Bob ist vielmehr eine Lebenshaltung, die gut in unsere Zeit zu passen scheint.

Lange Haare wirken weiblich, kurze sachlich. Der Bob liegt irgendwo dazwischen, etwa so, wie festliche jumpsuits mit Rüschen so sachlich sind wie Smokings und so weiblich wie bestickte Abendkleider – nicht umsonst ebenfalls ein Look unserer Zeit. Der Bob ist nie falsch, und dabei geht man nicht einmal auf



Mehr als ein Trend: Christine Lagarde, Angela Merkel und Theresa May (von oben) tragen einen Bob. Länger werden die Haare der Frauen in nächster Zukunft wohl nicht.



Nummer sicher wie mit einer Uniform. Man sieht es an seinen Variationen. Mal ist er geradezu wild, ausgewachsen und asymmetrisch, so wie die Models Alexa Chung oder Karlie Kloss ihn tragen, mal streng mit Mittelscheitel, „Vogue“-Chefin Anna Wintour lässt grüßen. Der Bob ist somit auch keine Frage des Alters. Älteren Frauen – Spitzenpolitikerinnen sind ja selten Mitte 20 – steht er trotzdem gut, wenn die Haare mit der Zeit dünner, kraftloser und trockener werden. Ein Föhn, eine Rundbürste – und man kommt zu recht. Ebenfalls praktisch: Die Haare im Bob-Schnitt lassen sich bei jeder Gelegenheit hinter die Ohren stecken. Die Botschaft: Ich bin aufmerksam und höre zu. Das hilft nicht nur, wenn man vor einer Menge potentieller Wähler auftritt, sondern auch, wenn man von Angesicht zu Angesicht mit dem Chef spricht.

Haare sind eine einzige Werbekampagne für ihre Träger. Dafür muss man nicht einmal so seidiges Haar haben wie die Models in der Werbung für Haarprodukte. Haare sind jedenfalls weit auffälliger und aussagekräftiger als Zähne, die so viel über einen Menschen aussagen sollen.

„Dass viele Politikerinnen Bob tragen, hat einfach etwas damit zu tun, wie wir unsere Haare jetzt wachsen lassen“, sagt Joe Navarro. Er muss es wissen. Navarro ist kein Friseur, sondern ehemaliger FBI-Agent mit dem Spezialgebiet Verhaltensanalyse. Heute schreibt er Bücher, deren Inhalt man auch auf Menschen anwenden kann, die nicht schwerkriminell sind: „Menschen lesen – Ein FBI-Agent erklärt, wie man Körpersprache entschlüsselt“, „Die Körpersprache des Datings“, „Der kleine Lügendetektor“.

„Haare zeigen schnell, welche Haltung ein Mensch hat“, sagt Navarro. „Haare gehören in den Bereich der nonverbalen Kommunikation.“ Siehe den britischen Außenminister Boris Johnson oder Präsident Donald Trump, deren Haare so ungepflegt sind wie ihre Umgangsformen.

Die Kommunikationsmittel, die ohne Worte auskommen, sind seit den sechziger Jahren unter Frauen immer kürzer geworden. „Damals haben Frauen ihre Haare ja noch in Lockenwickler gelegt“, sagt Navarro. Natürlich gibt es heute Eisen, die einen ähnlichen Look in einem Bruchteil der Zeit zaubern. Trotzdem ziehen

viele Frauen einen Lockenstab nur hervor, wenn sie sich wirklich mal schick machen. Dass die Haare immer kürzer geworden sind, dass es sich auch bei Margaret Thatchers Frisur aus den Achtzigern im Vergleich zu heute um lange Haare handelt, schiebt Joe Navarro auf die Tatsache, dass Frauen zunehmend die Karrieren von Männern anstreben. Es begann mit Vidal Sassoon, der in den sechziger Jahren mit seinem neuen helmartigen Fünf-Punkte-Schnitt zur rechten Zeit am rechten Ort war, nämlich im besonders bewegten London.

Einige emanzipierte Frauen haben die Vorzüge des Bobs schon lange geahnt: im ersten Jahrhundert vor Christus Königin Kleopatra, in den zwanziger Jahren die selbstbewussten jungen Flapper. Aber erst mit den gesellschaftlichen Veränderungen konnten die Haare auch bei allen anderen kürzer werden. „Ich glaube deshalb nicht daran, dass die Haare jemals wieder viel länger werden“, meint Navarro. Eine Mini-Bewegung – wie zur Zeit lange Haare unter älteren Frauen – ist wohl wirklich nur von kurzer Dauer. Der Bob fasst die Haare einfach zu gut zusammen. Die Haare machen schnell viel her, sie sind weiblich und nüchtern und einigermaßen pflegeleicht. „Nehmen Sie eine Frau wie Amal Clooney“, sagt Navarro. „Ich bin mir sicher, dass ihre Haare nicht das Ergebnis von 15 Minuten am Tag sind.“

Die traurige Wahrheit ist also, dass Frauen in Spitzenpositionen erstens kaum Zeit für lange Haare haben; man steht nicht um fünf Uhr morgens auf, um sich ausführlich zu kämmen. Und sie würden es zweitens mit allzu viel Styling riskieren, dass jemand den Aufwand mit der Eitelkeit der Trägerin gleichsetzt: Kann jemand, der sich so lange um seine Frisur kümmert, überhaupt ein Land regieren?

Der *political bob* ist also nicht einfach nur eine Frisur für mittellange Haare. Denn Privatangelegenheit sind die gut organisierten Haare von Personen öffentlichen Interesses nicht. Der Bob ist vielmehr ein Symbol weiblicher Emanzipation und politischer Durchsetzungskraft. Und die Politikerinnen, die ihn tragen, sind ein schönes Vorbild für alle anderen, die mit dem Bob auch ganz gut durch den Tag kommen.

FOTOS: GETTY, ACTION PRESS, EPA

BIST DU EIN TRAVELER?



NEU IM HANDEL

NATIONAL GEOGRAPHIC
TRAVELER

LESEN · TRÄUMEN · REISEN

DREI TAGE IN
BARCELONA
DAS PERFERTE PROGRAMM

NACHTHIMMEL
WO DIE STERNE AM
PRACHTVOLLSTEN LEUCHTEN

YORKSHIRE
LANDLUST ZWISCHEN
THIBEL UND IDYLL

KÖNIGREICH DER LÖWEN – LAND DES AUFBRUCHS

Südafrika

NATIONAL GEOGRAPHIC

TRAVELER

WILLKOMMEN IN UNSERER WELT

MIT DEN BESTEN REPORTERN DIE AUFREGENDSTEN ORTE ERLEBEN.



Mutter, Geschäftsfrau und Celebrity: Ivanka Trump ist gleich ein dreifacher Volltreffer. Kein Wunder, dass sich jetzt viele Amerikanerinnen unters Messer legen, um so auszusehen wie die älteste Tochter von Präsident Donald Trump.

Von Christiane Heil

Für den Fachmann sind es vor allem die Proportionen. „Die Distanz von Nasenspitze zu Nasenbasis und auch das Verhältnis von oberem zu mittlerem Gesichtsdrittel. Beides ist bei Ivanka Trump einfach wunderbar“, sagt der kalifornische Schönheitschirurg Brent Moelleken. Während die Welt noch darüber streitet, ob die älteste Tochter des amerikanischen Präsidenten Donald Trump als Impulsgeberin oder bloß als Wellenbrecherin ihres Vaters in die Geschichte der Vereinigten Staaten eingeht, besteht über ihre Rolle als Schönheitsideal kein Zweifel mehr. In Lifestyle-Blättern und Modemagazinen ist die First Daughter seit dem Einzug ihres Vaters in das Weiße Haus ebenso häufig zu sehen wie auf den Politikseiten amerikanischer Zeitungen.

„Viele Hollywood-Stars ähneln einander. Im Gegensatz zu ihnen hat Ivanka einen sehr eigenen Look“, sagt Moelleken, der seit mehr als 20 Jahren in Beverly Hills praktiziert, dem Epizentrum der Schönheit. Wie viele seiner Kollegen beobachtet der Chirurg einen Trend zur Ivanka-Imitation: „Spätestens durch den Posten als Beraterin ihres Vaters gilt sie als Celebrity. Viele Frauen betrachten sie als Vorbild und möchten aussehen wie sie.“

Die Faszination für die Fünfunddreißigjährige sitzt tief. Vor ihrem Umzug nach Washington beeindruckte Ivanka Marie Trump, wie sie in ihrer Geburtsurkunde heißt, Millionen Amerikanerinnen als Abteilungsleiterin des Immobilienunternehmens ihrer Familie, Gründerin eines Modelabels und Jury-Mitglied der Reality-Show ihres Vaters. Trotz eines geschätzten Vermögens von mehr als 700 Millionen Dollar engagiert sich die Blondine auch als Hausfrau und Mutter. Das frisch zubereitete Frühstück für ihre sechs Jahre alte Tochter Arabella sowie deren jüngere Brüder Joseph und Theodore gehört ebenso zum Familienleben wie traditionell jüdische Sabbatfeiern.

Mit ihrem Ehemann Jared Kushner, der früher als Finanzberater arbeitete und jetzt als Chefberater seines Schwiegervaters im Weißen Haus sitzt, lässt sie sich zwischendurch bei romantischen *date nights* in allen Teilen der Welt fotografieren. „Ivanka Trump gilt als Kraftwerk weiblicher Selbstbestimmung“, sagt Moelleken. „Dass viele sie kopieren wollen, sollte keine Überraschung sein.“

Immer wieder legen Patientinnen dem Mediziner ein Foto der First Daughter vor, wenn sie ihn in seiner Praxis am noblen Spalding Drive besuchen. Den Traum von der kompletten Ivanka-Wandlung muss er aber plätzen lassen. „Bei uns geht es nicht darum, jemanden zu einer anderen Person zu operieren“, sagt Moelleken. „Wir können jedoch Eingriffe vornehmen, die die Züge unserer Kundinnen anpassen, ohne ihr Gesicht zu verfremden.“

Besonders beliebt sind dieser Tage volle Lippen à la Ivanka. Um sie zu erreichen, wird mit Eigenfett oder Hyaluronsäure nachgeholfen. Auch die Nase der Präsidententochter steht hoch im Kurs. Wer den schmalen Nasenrücken samt wohlgeformter Spitze möchte, muss sich aber unters Messer legen. Auch üppige Oberweite, Modellagen des Gesichts und straffe Augenpartien in Trumps Stil sind meist nicht ohne Skalpell zu schaffen.

Die Auswüchse des Ivanka-Looks lassen sich an Gesicht und Figur der Texanerin Tiffany Taylor ablesen. Die Vierunddreißigjährige ließ im vergangenen Jahr 13 Eingriffe vornehmen, um wie die First Daughter auszusehen. Auf die Rhinoplastik folgte eine Lidstraffung, auf die Lidstraffung eine Gesäßspezie, auf die Gesäßspezie die Fettsaugung am Bauch, auf die Fettsaugung ein neues Kinn. Zwischen durch ließ sich Tiffany Taylor die Wangen aufpolstern und gleich zweimal die Brüste um ein paar Körbchengrößen erweitern. Eine platinblonde Frisur in Anlehnung an die Präsidententochter sollte das Bild abrunden.

„Früher war ich ganz hübsch, aber jetzt bin ich einfach eleganter“, sagte Taylor, als sie vor einigen Wochen als Opfer verunglückter Schönheitsoperationen in der amerikanischen Fernsehserie „Botched“ („Verpfuscht“) auftrat. Was sie nach mehr als 60.000 Dollar noch von ihrem Vorbild Ivanka trennt? „Nur noch ein kleiner Höcker auf der Nase“, sagt die Texanerin unbeirrt. Auch Jenny Stuart, eine Anhängerin der gescheiterten Präsidentschaftskandidatin Hillary Clinton, eifert Trumps Tochter nach. Seit die Personalberaterin Ivanka Trump vor einem Jahr beim Nominierungsparteitag der Republikaner im Fernsehen sah, möchte sie als Kopie der New Yorkerin durchs Leben gehen.

„Sie sieht phantastisch aus. Ich bewundere, dass sie auf eine klassische Art schön ist“, sagt Stuart. Gegen den Willen ihrer sechs Jahre alten Tochter Olivia machte die Texanerin kurz nach dem Nominierungsparteitag einen Termin bei dem plastischen Chirurgen Franklin Rose in Houston aus. Für mehr als 30.000 Dollar ließ sie sich nach dem ersten Besuch den Po liften und die Brüste unterfüttern. Um sich dem Ideal „Ivanka“ auch oberhalb des Halses zu nähern, legte sich die Sechsendreißigjährige wenig später für eine Nasenoperation unters Messer. Filler für die Wangen und ein blonder Mittelscheitel folgten. Nach Jahren einer auffallenden Ähnlichkeit mit der Oscar-Preisträgerin Angelina Jolie meint Stuart nun, wie die älteste Tochter des 45. Präsidenten der Vereinigten Staaten auszusehen. „Ich bewundere Ivanka für ihre Schönheit und als Geschäftsfrau“, versicherte die überzeugte Demokratin dem Sender ABC. „Mit ihrem Vater möchte ich aber nichts zu tun haben.“

Nicht nur amerikanische Schönheitschirurgen wie Franklin Rose, der unter anderem Stuart und Taylor zu Verschnittener der Präsidententochter machte, profitieren von der Blondine im Weißen Haus. Der

Ivanka-Trend breitet sich inzwischen auch in China aus. Unternehmen wie das Yiwanka Medical Management in Foshan haben sich darauf spezialisiert, ihren asiatischen Kundinnen zu Nasen, Augen und Kinn nach Trumpschem Vorbild zu verhelfen. Trotz einer Körpergröße von 1,80 Metern, blondem Haar und weißer Haut glauben viele Chinesinnen, an Ivanka asiatische Züge zu erkennen. Als Xinhua, das größte staatliche Medienunternehmen des Landes, Anfang Februar ein Foto der New Yorkerin neben einer Aufnahme der chinesischen Schauspielerin Li Bingbing twitterte, bekräftigten Tausende die Ähnlichkeit der beiden.

Schönheitschirurg Moelleken kann nachvollziehen, dass viele Chinesinnen sich in Trump wiedererkennen. „Ivankas Gesicht fällt durch eine gewisse Flachheit auf, die ein bisschen asiatisch wirkt“, so der Kalifornier. Den östlichen Einschlag schreibt der Arzt der tschechischen Mutter der First Daughter zu. „Ivana Trump galt in den Achtzigern als eine der schönsten Frauen in New York und an der Ostküste. Auch ihr Gesicht mutete damals leicht asiatisch an“, erinnert sich der Mediziner. Zu Spekulationen, Ivanka Trump habe sich wie ihre 68 Jahre alte Mutter wiederholt chirurgisch aufhübschen lassen, zögert Moelleken. „Wenn sie nachgeholfen hat, dann sehr dezent. Fast jede Persönlichkeit in ihrer Position hat sich den einen oder anderen Filler injizieren lassen.“

Und die Nase, die auf den Kinderfotos aus dem Trump Tower ein wenig breiter wirkt? „Vielleicht hat Ivanka auch ihre

Nase machen lassen“, sagt Moelleken. An der Attraktivität der Fünfunddreißigjährigen ändert das in den Augen des Kaliforniers aber nichts. „Ivanka ist als Mutter, Geschäftsfrau und Celebrity ein dreifacher Volltreffer. Dass andere Frauen sie als Idol sehen, dem sie auch äußerlich nahefeiern, liegt auf der Hand.“

Trumps Stiefmutter Melania, die in diesem Sommer ebenfalls von Manhattan nach Washington zog, muss sich zumindest in Beverly Hills mit dem zweiten Platz zufrieden geben. „Die First Lady ist auch eine bemerkenswert schöne Frau. Aber im Unterschied zu Ivanka vereint sie nicht alle Teile des Puzzles“, sagt Moelleken. Der Trend, sich zur Präsidentengattin verwandeln zu lassen, ist in Kalifornien bislang ausgeblieben. Drei Bundesstaaten entfernen sich von Patientinnen, die mit Fotos des früheren Modells aus Slowenien vorstellig würden. Zu ihnen zählt auch die 42 Jahre alte Claudia Sierra. Für die kommenden Wochen plant die Hausfrau acht Eingriffe an Nase, Augen, Bauch und Po, um das eigene Äußere dem der First Lady anzupassen. „Melania repräsentiert Macht und Stärke“, teilt Sierra mit. „Ich freue mich darauf, ihr ähnlich zu sehen und dabei eine bessere Version meiner eigenen Persönlichkeit zu werden.“

Wird der Melania-Look aus dem Lone Star State die First Daughter als amerikanisches Schönheitsidol verdrängen? Das hält Moelleken für unwahrscheinlich: „Ivanka ist und bleibt Ivanka.“

Eine bessere Version: Tiffany Taylor (oben) und Jenny Stuart haben schon mehrere Operationen hinter sich. Ihr Arzt Franklin Rose gleicht dabei den Erfolg seiner Skalpellarbeit mit lebensgroßen Fotos des Schönheitsidols Ivanka Trump (im unteren Bild links) ab.



„LIEBLINGSVORNAME? ZUR ZEIT BARACK“



Was essen Sie zum Frühstück?

Immer zwei Spiegeleier, dazu frisch gepressten Orangensaft mit einem Schuss Grapefruitsaft, einen grünen Tee, eine Scheibe Toast. Das war's. Obwohl: Das ist ja eigentlich ganz schön viel.

Wo kaufen Sie Ihre Kleidung ein?

Niemals online! Ich gehe einfach zu gerne in Läden. T-Shirts kaufe ich auch gerne in Vintage-Shops, am liebsten in Brooklyn. Wenn ich Anzüge trage, dann sind sie maßgeschneidert.

Hebt es Ihre Stimmung, wenn Sie einkaufen?

In jedem Fall, selbst wenn ich gar nichts finde.

Was ist das älteste Kleidungsstück in Ihrem Schrank?

Oh Gott, eines meiner T-Shirts ist bestimmt 15 Jahre alt. Es war mal beige-braun gestreift mit einer von Hand gezeichneten Illustration – mit Kindern im Park. Leider ist davon mittlerweile nicht mehr viel zu sehen. Aufgetan habe ich es damals in einem Laden im East Village, an der zehnten Straße zwischen Avenue A und B. Ich trage es nach wie vor gerne.

Was war Ihre größte Modesünde?

So etwas gibt es nicht. Fehler sind gut.

Tragen Sie zu Hause Jogginghosen?

Nein? Nein!

Haben Sie Stil-Vorbilder?

James Dean, vermischt mit Cary Grant.

Haben Sie jemals ein Kleidungs- oder Möbelstück selbst gemacht?

Kleidung natürlich ständig, ein Möbelstück das letzte Mal im Werkunterricht: einen kleinen Tisch.

Besitzen Sie ein komplettes Service?

Ja, mehrere, eins von John Derian, das andere von ... (dreht sich zu seinem Assistenten) Phil, wie heißt dieser Laden an der Ecke von Houston und Broadway? Ach, klar, Crate and Barrel.

Mit welchem selbst zubereiteten Essen konnten Sie schon Freunde beeindrucken?

Mit etwas Nepalesischem. Das ist immer für alle exotisch, das kann ich gut.

Welche Zeitungen und Magazine lesen Sie?

„New York Times“ und „National Geographic“ habe ich abonniert. Außerdem lese ich gerne „Wall Street Journal“ und „New York Magazine“.

Welche Websites und Blogs lesen Sie?

„Business of Fashion“, „Vogue“, „Huffington Post“, „Vice“.

Wann haben Sie zuletzt handschriftlich einen Brief verfasst?

Gestern, ich schreibe ständig Dankeskarten. Hier in Berlin zum Beispiel hat uns jemand kurz vor meiner Schau sehr nett geholfen. Wir nehmen Gesten oft genug einfach so hin. Ich versuche mich deshalb, wenn es möglich ist, schriftlich zu bedanken.

Welches Buch hat Sie am meisten beeindruckt?

Ich lese gerade „Das Ministerium des äußersten Glücks“ von Arundhati Roy. Romane geben mir meine Vor-

stellungskraft, deshalb finde ich sie so wichtig. Und, wie konnte ich das vergessen, das wichtigste Buch ist für mich „Der Alchimist“ von Paulo Coelho.

Ihre Lieblingsvornamen?

Zur Zeit Barack.

Ihr Lieblingsfilm?

„Der Klang der Liebe“. Der Film spielt in den sechziger Jahren in Hongkong. Eine traurige Geschichte, es geht um zwei Ehen und eine Affäre.

Fühlen Sie sich mit oder ohne Auto freier?

Kommt drauf an. Privat gehe ich gerne zu Fuß, aber wenn ich es eilig habe, ist ein Auto praktisch.

Tragen Sie eine Uhr?

Keine Uhr, sondern ein Fitbit-Armband. Aktuell bin ich bei 763 Schritten, aber der Tag ist ja noch lang. Für gewöhnlich schaffe ich viel mehr als 10.000.

Tragen Sie Schmuck?

Kleine Nieten-Ohrringe, manchmal Diamanten von einer guten Freundin, der Schmuckdesignerin Monique Péan. Von meiner Mutter habe ich einen wunderschönen Diamantring vererbt bekommen. Irgendetwas trage ich immer.

Haben Sie einen Lieblingsduft?

Eine Mischung aus Tuberose und orientalischer Lilie. Aber als Blumenduft, nicht als Parfum. Das mag ich nicht besonders.

Was ist Ihr größtes Talent?

Hoffentlich bin ich ein guter Designer. Aber davon abgesehen denke ich, dass ich ein guter Sänger bin. Also zumindest Karaoke.

Was ist Ihre größte Schwäche?

Mein Neffe und meine Nichte. Bei ihnen werde ich schwach.

Womit kann man Ihnen eine Freude machen?

Wenn man ehrlich ist und man selbst, ohne beeindrucken zu wollen. Und nichts ärgert mich mehr als Dummheit.

Was ist Ihr bestes Smalltalk-Thema?

Mode.

Sind Sie abergläubisch?

Überhaupt nicht. Für mich ist „auf Holz klopfen“ nur eine Redensart.

Wo haben Sie Ihren schönsten Urlaub verbracht?

Ich war gerade auf Mykonos. Das war toll. Mein Lieblingsstrand dort war Lia Beach.

Wo verbringen Sie Ihren nächsten Urlaub?

Es geht immer so viel um die Arbeit, daher habe ich mir noch gar keine Gedanken gemacht. Hoffentlich Indien.

Was trinken Sie zum Abendessen?

Ich trinke keinen Alkohol. Zum Abendessen am liebsten Mineralwasser mit Limette und einer Prise Steinsalz.

Aufgezeichnet von Jennifer Wiebking.

FOTO: REUTERS

Mehrfacher Gewinner des TIPA-Awards

„Das beste Fotolabor der Welt“

Ausgezeichnet von den Chefredakteuren 28 internationaler Fotografie-Magazine



IHR FOTO ALS
GALERIE-ABZUG

120 x 80 cm

48,95€

Michael Himpel, bei LUMAS.DE, Rahmung optional



Bringen Sie Ihre Fotografie an die Wand. In Galerie-Qualität von WhiteWall.

Ihre schönsten Erinnerungen hinter Acryl, gerahmt, als Großabzug. Made in Germany. Hochladen und Wunschformat festlegen – sogar von Ihrem Smartphone.

WhiteWall.de

Stores in Berlin / Düsseldorf / Hamburg / Köln / München

WHITE WALL

CÉLINE

