

Frankfurter Allgemeine

Magazin

SEPTEMBER 2018
MODE SPEZIAL

**ONE
WORLD**

**KARL LAGERFELD
ZEICHNET DREI
GESCHLECHTER**

**PENÉLOPE CRUZ
SPIELT BIS
ZUM UMFALLEN**

**MAX HOLLEIN
ACHTET MODE
VON MUSLIMEN**





www.chanel.com CHANEL-Kundenservice · Tel. 018001-24 26 35 (3,9 Ct/Min. aus dem Festnetz, max. 42 Ct/Min. aus Mobilfunknetzen).



CHANEL



PERSON
ECONOM

Fashion
Devotion

DOLCE & GABBANA

#DGROMA

SHOP ONLINE AT DOLCEGABBANA.COM

#GucciCollectors

GUCCI

gucci.com





BEYOND DISCOVERY
WALTER VILLADEI, COSMONAUT & EDUCATOR
#MONCLERBEYOND



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

OLYMP
SIGNATURE

PRADA



UM DIE WELT

Was man nicht alles macht für diese paar Zeilen: Eis essen zum Beispiel. Um mal rauszukommen, frische Luft zu schnappen und das Schreiben zu vermeiden. Banane, Stracciatella, Joghurt-Feige: Da wird einem vielleicht was einfallen. Denn im „Olimpio“, dem Eiscafé meiner Wahl in Frankfurt (bei italienischen Eiscafé ist schamlose Werbung erlaubt), kommt man auf Ideen. Und die brauche ich, denn unser Heft-Thema ist „cultural appropriation“. Das klingt so kompliziert, wie es ist. „Kulturelle Übernahme“ bedeutet, dass man sich bei anderen Völkern bedient, ohne groß nachzufragen, dass man Stoffmuster, Stammestrachten, Frisuren, Kunstwerke, Rezepte aus Asien oder Afrika hier benutzt und vermarktet, als postkoloniale Ausbeutung gewissermaßen. Vor einem halben Jahr haben wir uns nach einer multiethnischen Modesaison auf das Thema festgelegt. Da ahnten wir noch nicht, wie groß es würde. In diesem Heft ist es nachzulesen: Eine Pariser Designerin wie Natacha Ramsay-Levi muss heute kultursensibel vorgehen, ein kanadischer Schriftsteller wie Hal Niedzviecki hat mit den Folgen eines Twitter-Prangers zu leben, und Max Hollein vertritt mutig seine Ausstellung zu muslimischer Mode in den Vereinigten Staaten. Leonie Feuerbach fasst in ihrem Essay die teils absurde interkulturelle und antikulturnelle Debatte zusammen, und unsere Korrespondenten beschreiben, wie ihre Länder unter der Verhöhnung von Pizza, Burger, Sushi leiden. Ich sehe das alles recht locker, aber beim Eis werde ich kultursensibel, das können nur die Italiener. Auch wenn ich gerade im „Olimpio“ eine alte Freundin traf, die aus Dresden stammt und vom DDR-typischen Schwedenbecher (Vanilleeis, Apfelmus, Eierlikör, Schlagsahne) schwärmte. Nein, so einfach geht das nicht. Nur mein olympischer Vertrauensmann Maurizio kann das. Vielleicht noch, um meinen Sommer kurz zusammenzufassen: „Gelateria Italiana“ (Bonn), „Breda“ (Köln), „La Carraia“ (Florenz), „Alberto Marchetti“ (Mailand), „Amorino“ (Berlin) und in Frankfurt außerdem „Bizzi“, „Christina“, „Michielin“. Das müsste reichen. Ich esse da zwar immer zwei Kugeln, vor dem Schreiben gerne auch drei. Aber eine kulturelle Übernahme ist höchstens das Wort, das ich wie jeder gute Deutsche am Ende sage: „Grazie!“ *Alfons Kaiser*



Verantwortlicher Redakteur:
Dr. Alfons Kaiser

Redaktionelle Mitarbeiter:
Julia Anton, Bettina Auer, Marie von den Benken, Dr. Marco Detweiler, Ubin Esh, Leonie Feuerbach, Stephan Finsterbusch, Friederike Haupt, Dr. Rainer Hermann, Estelle Marandon, Hal Niedzviecki, Celina Plag, Matthias Rüb, Barbara Russ, Dr. Majid Sattar, Rabea Schiff, Peter-Philipp Schmitt, Philipp Schulte, Jochen Stahnke, Bernd Seintle, Meltem Toprak, Quynh Tran, Patrick Welter, Jennifer Wiedeking, Michaela Wiegell, Maria Wiesner

Bildredaktion:
Christian-Matthias Pohlert

Art-Direction:
Peter Breul

E-Mail Redaktion:
magazin@faz.de

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

Eine Verwertung dieser urheberrechtlich geschützten 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:
(zugleich ladungsfähige Anschrift für die im Impressum genannten Verantwortlichen und Vertretungsberechtigten)
Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH
Hellerhofstraße 2-4
60327 Frankfurt am Main

Geschäftsführung:
Thomas Lindner (Vorsitzender)
Dr. Volker Breid

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



TIFFANY & CO

INTRODUCING TIFFANY PAPER FLOWERS™
Tiffany.com



ANDRÉ PRÍNCIPE, der portugiesische Kunstfotograf, betreibt seinen eigenen kleinen Verlag: Pierre von Kleist. Und mit dem Regisseur Marco Martins hat er den 16-mm-Film „Traces of a Diary“ gedreht, der von den drei Großen der japanischen Gegenwartsfotografie handelt. Für uns fing er mit seiner Mamiya-Mittelformatkamera die multikulturellen Anspielungen ein, die in der Mode gerade sprießen, im Botanischen Garten von Lissabon und in den Straßen der Stadt: Winterkollektionen bei 45 Grad! (Titel und Seite 36)



HAL NIEDZVIECKI ist ein kanadischer Schriftsteller, der es wagte, sich kritisch zum Konzept der kulturellen Aneignung zu äußern. Dafür wurde er verurteilt in einem informellen Prozess, der, wie er sagt, zu zwei Dritteln Kulturrevolution und zu einem Drittel Kafka war. Niedzviecki hat schon für das „New York Times Magazine“ und den „Guardian“ geschrieben. Seine Bücher über Technologie und die Zukunft sind auch in den Vereinigten Staaten und in China erschienen. Bei uns macht er – auf Seite 54 – seinem Ärger über den Kulturbetrieb Luft.

FOTOS: NOBUYOSHI ARAKI, DAVID DERGELY, PRIVAT (2)

MITARBEITER

RABEA SCHIF kennt sich als Moderatorin und Influencerin mit Trends aus. Ihre Hauptinteressen: Design, Mode, Kunst. Für eine neue Video-Serie auf FAZ.NET besucht sie nun Menschen zu Hause, um über ihr Leben – und wie sie leben – zu reden. Begonnen hat sie mit der Schauspielerin Julia Malik: „Ein Multitalent! In ihrer Wohnung in Berlin findet man überall kleine Schätze.“ (Seite 86)



STEPHANIE BRISSAY kommt ursprünglich aus der Auvergne und arbeitet als Stylistin in Paris – wenn sie mal da ist. Denn für ihren Job reist sie oft genug um die Welt, zum Beispiel nach Peru, Tansania oder China. In der Modestrecke für diese Ausgabe (Seite 62) konnte die Französin aus ihrem Erfahrungsschatz schöpfen. Das Model Mae Lapres, Halb-Kanadierin, Halb-Chinesin, kleidete sie in indische Farben, in Strick aus Bolivien und in Schmuck, der von den Massai inspiriert ist. Ein Look ist bei Stephanie Brissay kein Look, wenn sie nicht zuvor Dutzende Handgriffe machen musste. Man sieht es an dem Trenchcoat, den sie natürlich selbst bemalt hat.





INTUITION/
SHORT FILMS BY F.B.
#1. BLACKOUT
WITH S.C./ T.S.
BOTTEGAVENETA.COM
#BVINTUITION

Handwerk aus Afrika:
Sebastian Herkner
lässt seine Entwürfe in
kleinen Manufakturen
produzieren (Seite 60).
Der Stuhl Banjooli
kommt aus Senegal.



ZUM TITEL

Raquel Brito wurde am 3. August
von André Príncipe in Lissabon
fotografiert. Sie trägt Mantel und
Kapuze von Sonia Rykiel.

- 20 KARL LAGERFELD
- 70 PENÉLOPE CRUZ
- 74 MAX HOLLEIN
- 88 WARIS DIRIE
- 98 LIVIA FIRTH

ENTHÜLLT Etro wird 50 Jahre alt,
macht weiter wilde Muster und
bleibt in Familienhand. *Seite 48*

ENTFERNT Ein Leben im
Dschungel: Ariane Golpira ist seit
30 Jahren Goldwäscherin. *Seite 56*

ENTLEHNT Zehn Modemacher
erzählen, welche Muster aus aller
Welt sie inspirieren. *Seite 72*

ENTSPANNT Positive
Ausstrahlung ist immer gefragt –
der Jaderoller hilft. *Seite 92*

ENTZÜCKT In Hôï An, der
Schneiderstadt in Vietnam, werden
eigene Entwürfe wahr. *Seite 94*

ENTDECKT Kaffee Freunde
kennen nun ein Zauberwort für die
Zubereitung: Aeropress. *Seite 96*

Die nächste Ausgabe des Magazins liegt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung am 13. Oktober bei.
Im Netz: www.faz.net/stil **Facebook:** Frankfurter Allgemeine Stil **Instagram:** @fazmagazin



Geschichte ihres
Lebens: Natacha
Ramsay-Levi (Seite 32)
fühlt sich als Chef-
designerin bei der
Modemarke Chloé
wie zu Hause.



Mit viel scharf: Werden
Nationalgerichte wie
Burger oder Pizza im
Ausland verfremdet
(Seite 80), vergeht
Essens-Traditionalisten
oft der Appetit.

FOTOS: CELINA PLAG, HERBSTELLER (2); ILLUSTRATIONEN: JAN-HEINRIK HOLST



Sake ja: Wir gehen
mit zwei Foodies aus
Berlin auf kulinarische
Tour durch Tokio
(Seite 84) – und
werden dabei von
Einheimischen nach
Kräften unterstützt.



BOTTEGA VENETA



BUILT FOR LIFE



BELSTAFF

ENGLAND 1924

Vor sechzig Jahren

Hunderte Augen schauen auf eine gläserne Trommel. Darin 49 Kugeln, so groß wie Tischtennisbälle, rot mit weißen Nummern. Die Zuschauer haben sich schick gemacht an diesem Sonntag im September 1958: Männer tragen Anzug und Krawatte, Frauen ihre schönsten Kleider. Sie sitzen im Vortragssaal des Wiesbadener Neuen Museums, wo die Ziehung der Lottozahlen stattfindet. Nur hier kann man sie verfolgen. Der mögliche Gewinn für sechs Richtige und eine Zusatzzahl: eine halbe Million Mark, damals eine fast unvorstellbar große Summe.

Ein Offizieller ruft: „Bitte mischen!“ Die Angestellte der Lotto-Gesellschaft betätigt einen Hebel, der den Motor der Trommel einschaltet. Ein Beamter des Finanzministeriums überwacht, ob alles mit rechten Dingen zugeht. Die Bälle kullern. „Halt“, ruft der Offizielle. Die Frau, die der F.A.Z.-Reporter von damals „Fortuna“ nennt, hält die Trommel an. „Bitte auswerfen!“

Fortuna lässt die Trommel in die entgegengesetzte Richtung laufen. Einige Kugeln fliegen in die Auffangbahn. Doch nur eine schafft es in den Glaszylinder und fällt auf den Boden. Es ist die Nummer 33. Der Beamte verkündet das Ergebnis. Die meisten der 300 Gäste prüfen ihren Lottoschein. Murmeln, Stöhnen und Raunen weichen schnell wieder der Stille. Die Trommel dreht sich. Das Ergebnis: 33, 35, 40, 1, 5, 9, Zusatzzahl 7.

Monat für Monat wechselte damals der Ort der Ausziehung. Sie tourte durch die ganze Bundesrepublik. 1955 fand die erste Ziehung überhaupt statt, in Hamburg. Im Hotel „Mau“ zogen im Oktober zwei Waisenmädchen abwechselnd die Zahlen. Im Fernsehen übertragen wurden die Ziehungen erst von 1965 an. 2013 war Schluss damit. Heute werden die Zahlen nur noch kurz vor der „Tagesschau“ im Ersten präsentiert. Die Ziehung 6 aus 49 können die Deutschen nur noch im Internet verfolgen.

Damals wie heute profitiert die Gesellschaft von dem wöchentlichen Tippspiel. Die Hälfte der Einnahmen wird ausgeschüttet, die andere bleibt bei den Organisatoren, also beim Staat. Berlin schrieb 1945 eine erste Stadtlotterie zur Förderung des Wiederaufbaus aus. Sie brachte 350.000 Reichsmark ein. In der sowjetischen Besatzungszone gab es eine sächsische Landeslotterie. Die Bundesländer gründeten in den Fünfzigern eigene Gesellschaften, die bis heute einen Lotto-Totoblock bilden.



Besonders in der Nachkriegszeit waren die Einnahmen für die Länder wichtig, wegen des Wiederaufbaus. Mit Milliarden Mark wurden neue Straßen, Gebäude, Parks gebaut. Das Geld kommt bis heute auch Sportvereinen, Museen, Krankenhäusern, Stiftungen und Wohlfahrtsvereinen zugute. Spielgeld soll Gutes tun.

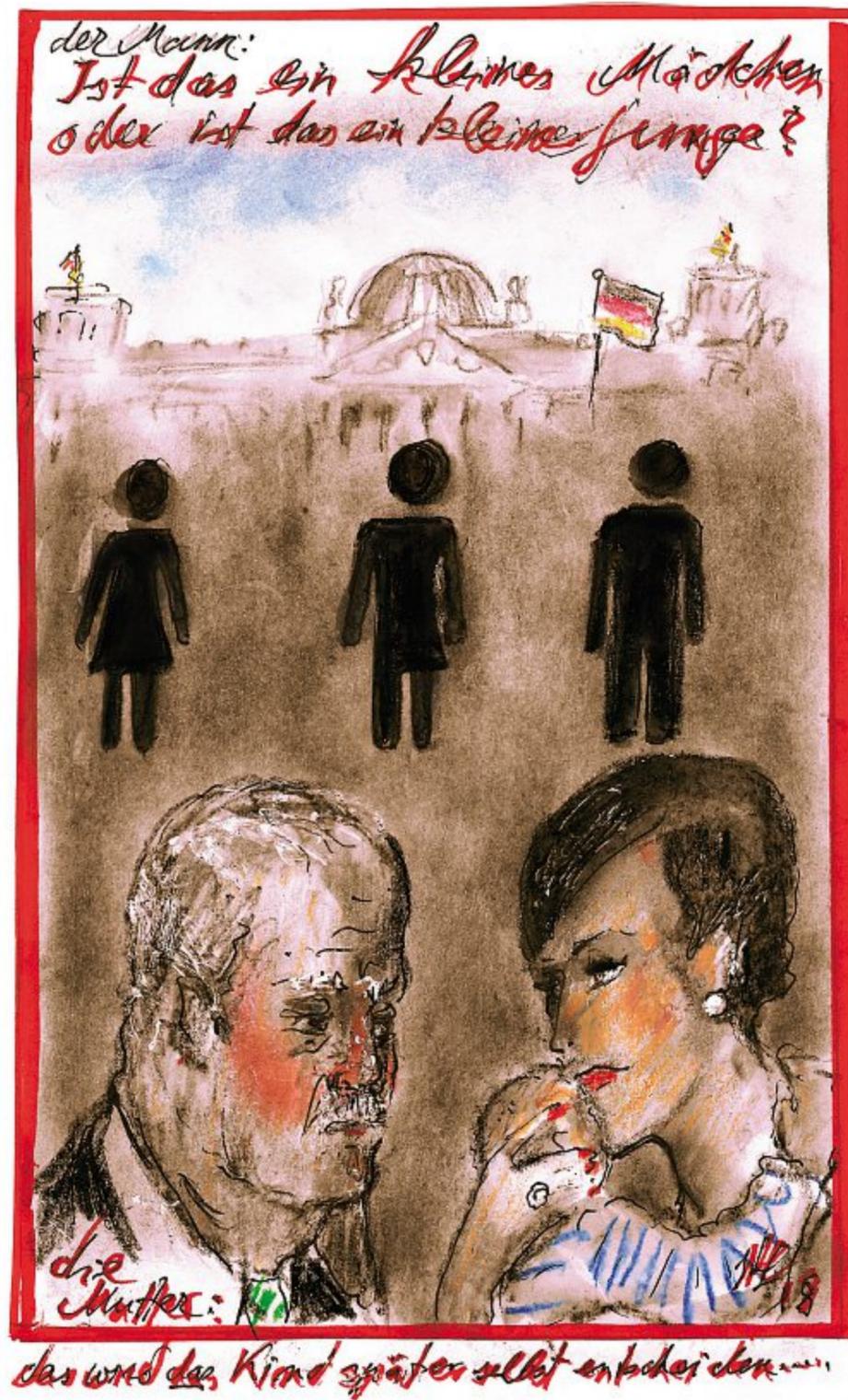
Mit der Wiedervereinigung spielten in der Bundesrepublik mehr Menschen Lotto, und das bedeutete auch: Es gab mehr Gewinne. 1991 wurde daher die Superzahl eingeführt, sodass der Jackpot seltener geknackt wurde und höhere Gewinne anhäufte.

Mit dem Glücksspiel nimmt der Staat jährlich knapp drei Milliarden Euro ein. Hinzu kommen 16,6 Prozent Lotteriesteuer, die in die Landeshaushalte fließt. Da fällt der höchste Gewinn kaum ins Gewicht. 90 Millionen Euro gewann ein Tipper aus dem Schwarzwald 2016, als er – mit einem Einsatz von nur 20 Euro – den Eurojackpot knackte. Wenn an der Lottoannahmestelle das Wörtchen „Zentralgewinn“ aufleuchtet und der Gewinn in die Millionen geht, dann trifft man sich mit einem freundlichen Herrn von der Lotterie-Gesellschaft, der gute Tipps gibt: solange wie möglich nicht darüber sprechen, nicht den Job kündigen, weiterleben wie bisher. In den Vereinigten Staaten ist das Gegenteil üblich: Die Gewinner werden öffentlich gemacht, und viele, die über Nacht zu Millionären werden, kündigen sofort ihren Job.

Unklar, wer damals in Wiesbaden die halbe Million gewann. In den Gesichtern auf unserem Bild glaubt man aber Sparsamkeit und Diskretion zu erkennen. Gekündigt hat der Gewinner bestimmt nicht. *Philipp Schulte*

Aus der F.A.Z., „Deutschland und die Welt“, vom 20. September 1958: „Im gläsernen Glücksrad rollen die Bälle mit den Lottozahlen, mit hypnotischen Blicken verfolgt von einigen Hundert Augenpaaren bei der öffentlichen Ausspielung in Wiesbaden.“

Foto Wolfgang Haut



KARL LAGERFELD SCHAUT AUFS DRITTE GESCHLECHT

Im August hat das Bundeskabinett den Gesetzentwurf für eine dritte Geschlechtsoption gebilligt. Damit stößt die Bundesregierung eine Neuregelung an, die es intersexuellen Menschen ermöglichen soll, ihre Identität ins Geburtenregister eintragen zu lassen. Karl Lagerfeld, der sich in seinen Zeichnungen gern über alles lustig macht, dreht auch diese Debatte weiter. Der gute Mann im Vordergrund fragt die junge Mutter, ob das Kind in der Mitte mit dem halben Rock ein Mädchen oder ein Junge sei. Die Mutter antwortet, das Kind werde das später schon selbst entscheiden. Damit überdreht unser Zeichner die typische Gender-Frage,

ob das Geschlecht wirklich biologisch bestimmt ist oder womöglich nur eine soziale Zuschreibung. In der Logik dieser Zeichnung ist die Geschlechtszugehörigkeit so offen, dass man sie sich einfach selbst aussuchen kann wie eine Glaubensrichtung oder ein Brötchen beim Bäcker. Lagerfeld fragt: „Ist das die Zukunft?“ Nein, beliebig ist eine solche Entscheidung wirklich nicht. Natürlich ist es ein Fortschritt, wenn nun auch ein drittes Geschlecht eingetragen werden kann. Aber das heißt nicht, dass man die Wahlfreiheit nicht einmal karikieren könnte – als Kommentar zu unserer multioptionalen Zeit. (kai.)



**MICHAEL
MICHAEL KORS**

PRÊT-À-PARLER



DAS SCHOTTENKARO IST AUCH WAS FÜR ENGLÄNDER

Die Blätter mögen in diesem Jahr wegen der langen Trockenheit schon im Hochsommer gefallen sein – die Mode ist da rigoros mit den Jahreszeiten. Im Herbst sieht sie Schottenkaro vor. Es ist nämlich ein Mythos, dass sich die Mode ständig verändert. Männer gehen heute zwar offensiver mit Farben um als noch vor fünf Jahren, bei Frauen blitzte zuletzt unter dem Crop-Top der Bauchnabel hervor, aber gewisse Instanzen, nicht zu verwechseln mit Trends, bleiben trotzdem. Im Frühjahr sind es in der Damenmode immer Blumenmotive. Da darf man noch einmal an den besten Spruch zum Thema Blumen in der Mode erinnern, den Meryl Streep als Teufel von einer Chefredakteurin im Jahr 2006 von sich gab: „Blumen? Für den Frühling? Revolutionär!“

Jetzt ist Herbst und somit Zeit fürs Schottenmuster, das alle Jahre wieder so zuverlässig auf Strick und Flanell auftaucht wie Blumen auf Baumwolle und Polyester im

April. Der Pullover von Marc O'Polo (5) könnte so gesehen ein so pseudo-revolutionärer Einstieg in die kalte Jahreszeit sein wie Blumenmuster im Frühjahr.

Wenn, tja, wenn in Sachen Schottenkaro nicht gerade viel mehr los wäre! Denn jetzt ist es wirklich anders. Wir leben schließlich in Zeiten, da das Zitieren kultureller Errungenschaften ein heißes Eisen ist und selbst die Stoffauswahl politisch korrekt verlaufen will. Dass auch die Schotten ihre Landestracht künftig stärker verteidigen könnten, ist gar nicht mal so abwegig – schließlich wollten sie nie den Brexit, haben künftig aber unter ihm zu leiden wie der Rest des Königreichs. Insofern könnte die Jacke von Paul Smith (7), für die ein Engländer verantwortlich ist, noch historisch wichtig werden.

Schon einmal geriet die Schottenstracht zwischen die Fronten. Nach der Schlacht von Culloden, als die Engländer die aufständischen Jakobiten, namentlich Bonnie Prince

Charlie (im Karo-Mantel) und seine Armee aus den schottischen Highlands, besiegt hatten, ließen sie das Muster ein paar Jahrzehnte lang verbieten.

Aber so ist das mit Verboten: Gerade dann wird es spannend. New Romantics und Punks zehrten noch mehr als 200 Jahre später vom Underground-Image, und Großbritannien begriff es irgendwann als großes Exportgut, als würden Schotten das Land regieren. In der Mode blieb es nicht beim klassischen Rot, wie es auf den Stiefeln von Michael Kors (6) und der Tasche von Versace (3) zu sehen ist. Der Mantel von Max Mara Weekend (4) zitiert ein Muster, das an den MacDonald-Clan erinnert, Gucci (2) und Camel Active (1) halten es da abstrakter. Diese beiden Marken zeigen: Vermutlich blüht das Karomuster auch deshalb alle Jahre wieder im Herbst auf, weil es sich in seinem vorgegebenen Raster ganz gut weiterdrehen lässt. Geradezu revolutionär. (jwi.)

Foto Jana Mai



MaxMara



Trend und Klassiker zugleich:
Die Aubergine lässt
die Avocado alt aussehen.

WER VON AUBERGINEN TRÄUMT (UND SIE ISST), WIRD WOMÖGLICH GLÜCKLICH

Es sieht schlecht aus für die Avocado. Die grüne Hipsterfrucht geriet zuerst in Verruf, weil sie in ihrer Anbaubilanz einen unverhältnismäßigen Wasserverbrauch aufweist. Dann musste sie auch als Grund dafür herhalten, dass Millennials sich keine Häuser leisten können (weil sie zu viele überbeuerte Avocado-Brote essen). Und nun wächst dazu noch ein Konkurrent heran, der sie als Superfood der neuen Zeit ablösen wird: die Aubergine.

Vieles spricht für die subtropische Pflanzenart aus der Familie der Nachtschattengewächse. Sie kommt sogar in der Pantone-Trendfarbe des Jahres daher. Die Avocado passte zu 2017 und der damaligen Farbe Greenery. Aber jetzt ist die Welt in dieses Ultraviolett namens Pantone 18-3838 getaucht. Die Auberginenfarbe zielt von Mode über Kosmetik bis zu Interieurs viele Oberflächen. So hat das Münchner Kosmetikunternehmen Kia-Charlotta, das vegane und tierversuchsfreie Nagellacke herstellt, den

trendigen Aubergine-Farbtönen Abundance seit Frühjahr im Sortiment – und schon gehört er zu den Bestsellern. Der schottisch-israelische Koch Omri McNabb vom Restaurant „Night Kitchen“ in Berlin sagt: „Die Aubergine ist eine superleckere Zutat und zentrales Element der mediterranen Küche. Für mich ist sie sowieso immer im Trend.“

Die Aubergine kam von Asien über Persien nach Europa. In der japanischen Küche, wo sie schon seit etwa zwölf Jahrhunderten heimisch ist, gilt sie als geradezu kosmisches Zeichen. Wenn man von einer Aubergine träumt, ist das ein gutes Omen – das japanische Wort für Aubergine, *nasu*, klingt ähnlich wie die japanischen Wörter für „erreichen“ und „erfüllen“.

Aber macht sie allein das zum Trend? Wohl kaum. Sie ist einfach eine sinnvolle Option. Anne Manns ist sich sicher: Es handelt sich um einen Klassiker. Die Schmuckdesignerin, die in Berlin-Neukölln und Norditalien lebt,

betreibt Auberginen-Studien. „Der italienische Gemüsegarten meines Freundes hat mich dazu inspiriert. Es ist einfach ein wahnsinnig schönes Gemüse, das eine malerische, organische Tropfenform und einen besonderen Glanz hat.“ Nun baumelt die anmutig geformte Frucht silbern und golden von Ohrfläppchen, Handgelenken und Halsen.

„Die gewisse Doppeldeutigkeit der Aubergine, diese humoristische Note, gefällt mir.“ Damit spielt die Designerin auf die Tatsache an, dass die Aubergine in der Piktogrammschrift Emoji vor allem als Phallussymbol benutzt wird. Zeitweise war der Hashtag der einzige, nach dem man auf Instagram nicht suchen konnte – er werde, so hieß es, „typischerweise verwendet, um gegen Community-Guidelines zu verstoßen“. Die Community wehrte sich mit dem Aufruf #freetheeggplant. Mit Erfolg: Mittlerweile kann man wieder nach dem Emoji suchen. Nur beim Verwenden sollte man aufpassen. *Barbara Russ*

PRÊT-À-PARLER

IMMER SCHÖN KÜHL BLEIBEN!

Die Kühltasche war ein Geburtstagsgeschenk. Als ich sie auspackte, befürchtete ich, es könnte sich um einen Kulturbeutel handeln. Ich habe in meinem Leben schon sechs oder sieben Kulturbeutel von Freundinnen geschenkt bekommen und weiß bis heute nicht, warum. Meiner Meinung nach gehören Kulturbeutel zu den Dingen, von denen man nur eines braucht, dieses aber unbedingt. So wie Nudelsiebe. Aber viele Frauen sammeln Kulturbeutel wie Handtaschen, wahrscheinlich haben sie einen ganzen Schrank voll und suchen sich vor jeder Reise den passenden aus. Hoffentlich findet Mario Barth das niemals raus.

Meine neue Tasche glich einem rechteckigen Kulturbeutel. Aber innen glänzte silberne Isolierfolie. Widerstreitende Gefühle bemächtigten sich meiner. Einerseits Freude. Andererseits Ratlosigkeit. Schön war, dass ich nun Nahrung kühl transportieren konnte, fraglich jedoch, zu welchem Anlass. Für ein Picknick war die Kühltasche viel zu klein. Sie fasste genau vier Cola-Dosen. Das schien mir an meinen Bedürfnissen vorbeikonstruiert. Man hat ja auch keinen handtellergroßen Regenschirm oder eine schneidezahn große Zahnbürste (außer Paris Hilton vielleicht, aber die hat ja auch einen mausgroßen Hund).

Einige Tage später wollte ich mit meinem Freund ins Freibad. Wir hatten Kirschen gekauft. Mein Freund schlug vor, sie in der Kühltasche mitzunehmen. Na gut. Neben den Kirschen blieb noch Platz. Ich legte mein Handy dazu, Geld und den Hausschlüssel. Im Fahrradkorb sah die Kühltasche plötzlich erstaunlich abenteuerlich aus. Als Kind hatte ich immer Mädchen beneidet, die mit riesigen Cello-Koffern auf dem Rücken durch die Stadt strebten, als trügen sie da nicht ein Instrument, sondern eine Geheimwaffe. Der glänzende Koffer verlieh ihnen den Anschein, auf einer Mission zu sein. So kam ich mir nun selbst mit der Kühltasche vor.

Nach drei Stunden waren die Kirschen immer noch kühl-schrankkühl. Damit nicht genug: Mein Handy war es ebenfalls. Es war zuletzt dauernd heißgelaufen und abgestürzt, sogar im Schatten. Jetzt wirkte es regelrecht entspannt auf mich, und sein schwarz spiegelndes Display

erschien mir wie eine Sonnenbrille, durch die es aus seinem klimatisierten Quartier dankbar zu mir hochblickte.

Zum ersten Mal kam mir der Gedanke, dass die Kühltasche in diesem überaus heißen Sommer die perfekte Handtasche sein könnte.

Nachmittags zogen Gewitter auf. Die Kühltasche stand gelassen im Gras. Ihr konnte es egal sein. Sie war wasserfest. In den Straßen versuchten Frauen, sich und ihre Ledertaschen ins Trockene zu retten. Wir kauften zwei Käsebrötchen. Sie passten exakt in die Kühltasche. Die Bäckerin schaute, als wäre sie plötzlich verliebt. So hatte sie uns noch nie angesehen. Es lag an der Tasche. Sie ist mit Kakteen bedruckt, die zum Teil sogar blühen, was der Tasche den Charme eines Hawaiihemdes verleiht,



Wie praktisch: Der Lebensgefährte unserer Autorin greift zu.

jedenfalls im Auge eines Betrachters, der Hawaiihemden charmant findet. Die Bäckerin tat es wohl.

Am nächsten Tag gingen wir spazieren. Mein Freund wollte die Kühltasche nehmen. Er trug sie den ganzen Weg. Erst war gar nichts darin, was kühl bleiben sollte. Aber uns begeisterte schon die Möglichkeit. Die Kühltasche gab einem das Gefühl, für alle Fälle gewappnet zu sein, sie war das Schweizer Taschenmesser unter den Taschen. Wir kamen an einem Laden vorbei, der mir vorher nie aufgefallen war. Er war spezialisiert auf frische Eier. Wir nahmen welche. Der kleine Karton passte gut in die Tasche. Die Sonne drehte nochmal auf. Seltsamerweise wurden ja in diesem Sommer die Tage, wenn sie auf den Abend zuzogen, noch einmal mittagsheiß. Ich fühlte mich wie früher auf der Kirmes, wenn ich mit dem „Break Dancer“ gefahren war. Auf dieser drehenden Höllenscheibe wurde mir immer furchtbar schlecht. Das Schlimmste war, dass, wenn die Schaukelei schon ausklang, der Rekommandeur mit den Worten „Wooooollt ihr noch eine Rundersee?“ die Fahrt abermals wild beschleunigte. Mir war schwindelig. Wir setzten uns in ein Café. Am nächsten Tag briet ich die Eier. Sie schmeckten herrlich.

Meine übrigen Taschen kamen mir nun langweilig vor. Sie hatten nichts falsch gemacht. Sie waren bloß keine Kühltaschen. Ich ließ sie daheim. Die Kühltasche schützte alles vor der sengenden Sonne: Handcreme, am Wegesrand gepflückte Wildblumen, kaltes Wasser. Eine Bekannte bestaunte die Tasche. Sie googelte nach Preisen. Vergleichbare Modelle kosteten zwischen acht und zwanzig Euro. Sie waren modisch, aber auch politisch betrachtet echte Statement Bags: gegen den Klimawandel, gegen den Markterror, für die sich ohne fremde Hilfe mit kühlen Getränken versorgende Frau. Die Bekannte entschied, sie brauche auch eine.

Die Kühltasche bewährte sich auch in der Natur. Mein Freund und ich reisten ins Strohgäu. Auf den schwäbischen Streuobstwiesen lagen schon die ersten Äpfel. Wir sammelten einige ein. In eine Handtasche hätte ich sie nicht gesteckt, in die Kühltasche legte ich sie gern. Wir liefen vorbei an Maisfeldern und an einem braunen Kaninchen. Die Kakteen auf der Tasche fügten sich auf wundersame Weise ins Bild.

Ein paar Tage später ging ich mit einem Rucksack zur Arbeit. Die Kühltasche war zu klein. Traurig blieb sie zu Hause, während die Schlacht, in die sie doch ziehen wollte, draußen geschlagen wurde. Mir war, als brannte die Sonne heute besonders heiß. *Friederike Haupt*

FOTOS: FRIEDERIKE HAUPT/LAF



HERNO



In Nigeria: Baumstämme werden über das Wasser in die Gemeinde Makoko bei Lagos transportiert.

Fotos Edward Burtynsky/Courtesy Galerie Springer Berlin/Nicholas Metivier Gallery Toronto



In Florida: Beim Abbau von phosphathaltigem Eisenerz nahe Lakeland werden Vegetation und obere Bodenschicht entfernt.



In Russland: Die Aufnahme entstand in einer Mine in Berezniki in der Region Perm, in der Kaliumkarbonat abgebaut wird.



In Chile: Die Atacama-Wüste beherbergt 27 Prozent der Lithium-Reserven der Welt.



In Chile: In der Atacama-Wüste gibt es zwei oder drei bewölkte Tage im Jahr – ein idealer Ort zur Gewinnung von Solar-Energie.

DAS ANTHROPOZÄN IST SCHÖN SCHAURIG

Der Klimawandel sei eine Erfindung der Chinesen, hat Donald Trump einmal getwittert. Für Wissenschaftler ist es leicht, einen solchen Satz als „Fake News“ zu enttarnen. Denn alle Menschen – nicht nur die Chinesen – haben Einfluss auf die Atmosphäre. Der recht neue Begriff vom Anthropozän unterstellt sogar, dass der Mensch (griechisch: anthropos) die Erde mit seinen Eingriffen in Atmosphäre, Biologie und Geologie in eine neue geochronologische Epoche treibt – mit der Produktion von Treibhausgasen, dem Eingriff in Naturlandschaften (dessen Umfang die natürliche jährliche Sedimentproduktion weit übertrifft), der Übersäuerung der Ozeane und der fortschreitenden Vernichtung von Arten.

In den Naturwissenschaften ist das längst ein Thema – und nun auch in der Kunst. In der Art Gallery of Ontario und der National Gallery of Canada wird jetzt parallel das „#AnthropoceneProject“ gezeigt. Dort werden vor allem Werke des kanadischen Fotografen Edward Burtynsky zu sehen sein sowie einige von Jennifer Baichwal und Nicholas de Pencier. Burtynsky, dessen Fotos von Industrielandschaften schon vielfach ausgestellt wurden, will die Auswirkungen des menschlichen Handelns auf die Natur zeigen. Die Ausstellung soll helfen, den Begriff Anthropozän zu etablieren. „Wir wollen aber nicht anklagen, sondern aufklären“, teilen die Kuratoren mit.

Der im Jahr 1955 geborene Edward Burtynsky, dessen Eltern 1951 aus der Ukraine nach Kanada eingewandert waren, arbeitet mit seinen Bildern auch seine Herkunft auf. Sein Vater arbeitete bei General Motors am Band – das Industrielle war dem Sohn früh vertraut. Bei seinem Vater lernte er in der heimischen Dunkelkammer, Abzüge von Schwarzweißfilmen zu machen. So kommt man zur Industrielandschaftsfotografie. *Philipp Schulte*

„#AnthropoceneProject“, National Gallery of Canada und Art Gallery of Ontario in Ottawa, 28. September 2018 bis 24. Februar 2019.

PRÊT-À-PARLER

HAPPY SPORT COLLECTION

Chopard

THE ARTISAN OF EMOTIONS – SINCE 1860

CHOPARD BOUTIQUE FRANKFURT
Goethestraße 16, (0)69 92887880

JEFF GRIFFIN HOLT DAS BUFFALO-MUSTER RAUS

Eine Jacke ist eine Jacke ist keine Jacke. Für dieses Projekt muss man es mal so pathetisch sagen. Das seltsame übergroße Karo an unmöglichen Stellen auf der dicken Jacke rechts lässt es schon erahnen: Hier geht es um Dekonstruktion und Rekonstruktion mit durchaus ungewohnten Mitteln und Mustern – die eher nach Highlands aussehen als nach Po-Ebene.

Die Marke Woolrich hat schon mit vielen Designern zusammengearbeitet, zuletzt mit Goldwin, einer japanischen Highend-Outdoor-Marke, also einem Betrieb, der teure Anziehsachen für draußen herstellt. Jeff Griffin, der neue Kooperationspartner, bringt die älteste amerikanische Outdoor-Marke, die in Italien sitzt, noch einen Schritt weiter. Teuer sind auch die Jacken, die er für die Kollektion „Griffin x Woolrich“ entworfen hat. Aber sie sehen robust aus – dieser bärbeißige Engländer kommt eben nicht aus London, sondern denkt sich in der tiefsten englischen Provinz, ganz hinten in Devon, auf seiner Loveland-Farm Designs aus.

Fast ein Wunder, dass diese Kollektion funktioniert. Denn Andrea Canè, der Global Creative Director von Woolrich, ist vergleichsweise zart gebaut, zurückhaltend freundlich und bisher nicht übermäßig experimentell – zu etwa zwei Dritteln bietet er zeitlose Produkte an. Seinem britischen Gastdesigner hat Canè sogar die Freiheit gelassen, den klassischen Atlantic Parka (eine neuere Version des Arctic Parka) und den Smock Anorak zu aktualisieren. Sie kommen in diesem Monat heraus, in einer limitierten Auflage von 1830 Stück, weil im Jahr 1830 der englische Einwanderer John Rich am Fluss Plum Run in Pennsylvania eine Wollspinnerei gründete und Wollwaren an Holzfäller verkaufte.

„Ich mag solche Geschichten“, sagt Jeff Griffin. Daher nutzt er für seine Oversized-Unisex-Jacken das alte Buffalo-Karo – eines der ersten Stoffmuster aus der Spinnerei des John Rich. Wasserdicht wird die ganze Geschichte schon sein. Jeff Griffin hat es auf seiner Loveland-Farm getestet, an der stürmischen englischen Atlantikküste. „Und nicht mal da kam was durch.“ (kai.)



Jeff Griffin, der britische Designer, hat einige Klassiker der Outdoor-Marke Woolrich recht auffällig aktualisiert.



PRÊT-À-PARLER

IM SESSEL LIEGEN WIE JURI GAGARIN

Das Jahrzehnt der ersten Raumfahrer begann mit Juri Gagarin, der 1961 als erster Mensch ins Weltall flog und die Erde umkreiste. Und es endete mit Neil Armstrong, der 1969 als erster den Mond betrat. Der Russe wie der Amerikaner lagen mehr in ihren Raumkapseln, als dass sie saßen, eingequetscht und fast unbeweglich festgezurrt. Ihre Position wirkte auf den Bildern und in den Filmen jener Zeit schrecklich unbehaglich, auch wenn der Kosmonaut Gagarin, als er 300 Kilometer Höhe erreicht hatte, versicherte: „Fühle mich gut.“

Paul Verhaert ließ sich von den liegenden Raumfahrern zu einem Sessel inspirieren, der vor 50 Jahren auf den Markt kam. Der belgische Designer, der Luftfahrt-Unternehmen zu seinen Kunden zählt, entwickelte für den belgischen Hersteller Jori einen multifunktionalen Relaxsessel, der sich ergonomisch dem menschlichen Körper anpasst. Die frühen Entwürfe wirkten noch vergleichsweise voluminös. Doch hatte Relax schon eine unauffällige Handbedienung, mit der sich der Sitz neigen ließ. Und sein Sessel, der schnell zum Verkaufsschlager wurde, ließ sich um 360 Grad drehen.

Jori war 1968 noch ein junges Unternehmen – Juan Jorion hatte es fünf Jahre zuvor gegründet. Bis heute produziert die Marke ausschließlich in Wervik, im Süden der Region Flandern. Bei einem Relaxsessel blieb es im



übrigen nicht: Die Produktfamilie wurde schon bald um Modelle wie Yoga, Symphony, Brainbuilder, Square und Mensana erweitert, nicht allein von Verhaert und seinem Studio, sondern vor allem auch durch den Franzosen Jean-Pierre Audebert. Um das goldene Jubiläum seiner Ikone zu feiern, hat der Hersteller Jori jetzt Sondereditionen von Brainbuilder (unser Bild) und Square aufgelegt – mit einem Gestell und aus Leder in Mattschwarz. (pps.)

OHNE WORTE

Jedes Wort hat seine Zeit, jede Zeit ihre Worte. Jährlich ziehen neue Begriffe wie „Fake News“, „Brexit“ und „Hygge“ mit lautem Hurra in den Duden ein, während andere still und leise aus dem Wortschatz der Deutschen entweichen. Das Buch „Lufikus und Tausendsassa“ von Katharina Mahrenholz und Dawn Paris (Duden, 15 Euro) bietet „Habseligkeiten“ und „Labsal“, „Tand“ und „Sommerfrische“, „hoffärtig“ und „saumselig“ noch einmal einen großen Auftritt. Einige gekürzte Auszüge aus dem Buch der vergessenen Wörter:

Augenweide (schöner, ästhetischer Anblick, den etwas oder jemand bietet) – Ursprung: Mit Weide ist hier weder die Grasfläche fürs Vieh noch der Baum gemeint. Als das Wort erfunden wurde, sprach man Mittelhochdeutsch, und Weide bedeutete so viel wie „Speise“ oder „Erfrischung“. Allerdings hieß die Vokabel damals korrekterweise ougenweyde – und kommt auch im „Nibelungenlied“ vor: Da ist Kriemhild eine ougenweyde für Siegfried.

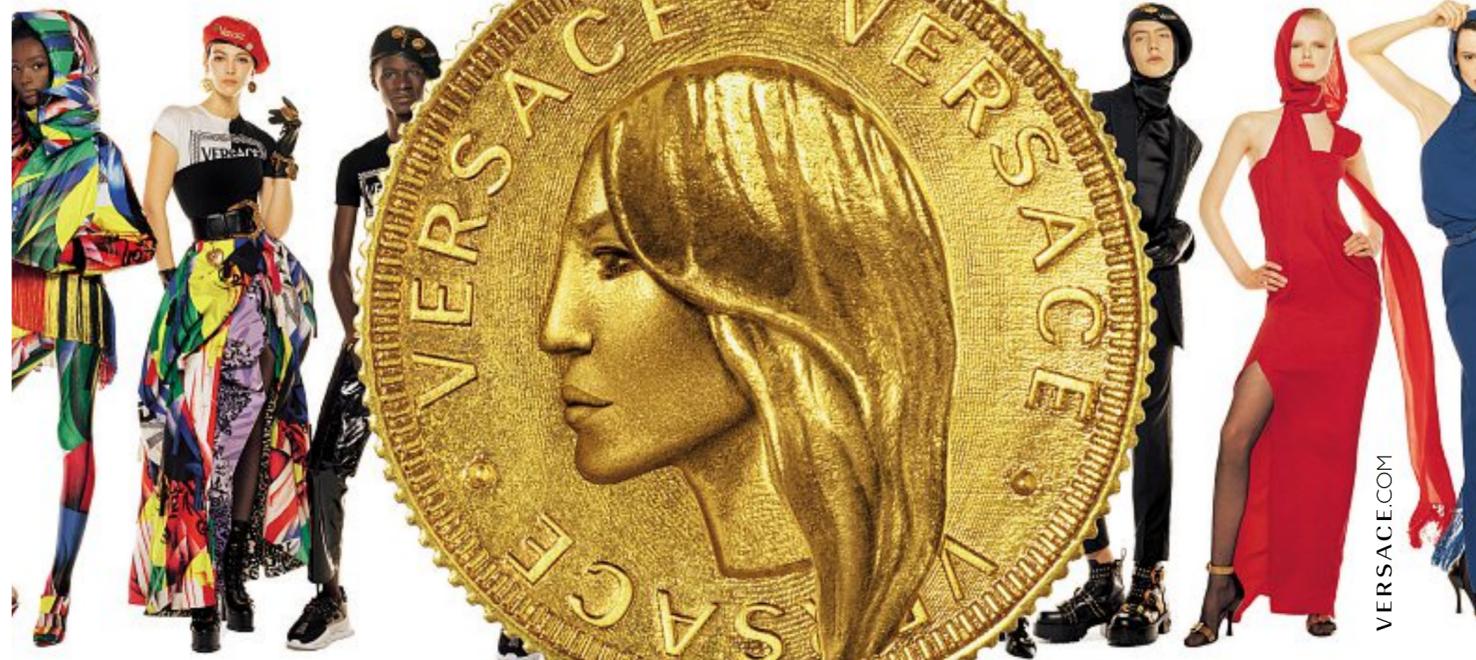
Blümerant (flau, unwohl, übel) – Ursprung: Im 18. Jahrhundert war Französisch die Sprache der Oberschicht; viele Deutsche sprachen es fließend und erzogen ihre Kinder auf Französisch. Nach der Französischen Revolution besann man sich wieder auf das Deutsche, aber einzelne Ausdrücke blieben (Affront, Dekolleté, Etage). Die meisten werden allerdings so deutsch ausgesprochen, dass sie kein Franzose mehr versteht. Auch das Wort blümerant gehört dazu – hat aber zusätzlich eine Umdeutung mitbekommen: Es hieß eigentlich *bleu mourant*, „sterbendes Blau“; gemeint war der Farbton „blassblau“. Erst im 19. Jahrhundert fiel offenbar auf, dass das Wort treffend die Gesichtsfarbe eines Ohnmächtigen beschrieb – und bald war es *der* Ausdruck, um eine nahende Ohnmacht anzukündigen: „Mit wird ganz blümerant“, sagte die Dame gern, um sich einer unangenehmen Situation zu entziehen – und Umstehende riefen hektisch nach dem Rietsalz.

Fisimatenten (etwas, was etwas anderes unnötig behindert, verzögert) – Ursprung: Das Wort mit der hinreißendsten, wenn auch nicht bewiesenen Herkunftsgeschichte: Im 19. Jahrhundert, während der napoleonischen Besatzung, luden französische Soldaten gern höflich deutsche Mädchen ein: *Visitez ma tente!* „Besuchen Sie mein Zelt!“ Die Eltern gaben ihren Töchtern eine Ermahnung mit: „Aber keine visitez-ma-tente!“ Mit hartem deutschen Akzent klang das nach „visiteematent“ – und daraus wurde der Ausdruck „keine Fisimatenten“. Schön, aber stimmt nicht, mäkeln Sprachwissenschaftler. Sie meinen, das Wort komme vom lateinischen *visae patentes*, was ein ordnungsgemäß geprüftes, aber schwer zu erlangendes Patent bezeichnete.

Gram (jemandem gram sein = böse sein) – Ursprung: Eines der wenigen Worte, das sich seit mehr als 1000 Jahren weder in der Bedeutung noch in der Schreibweise geändert hat. Auch im Altnordischen kannte man das Wort (als gramt). Im Dänischen existiert das Wort noch heute: gram = wütend. Anfang des 15. Jahrhunderts wurde aus dem Adjektiv flugs ein Substantiv gemacht: Der Gram („Kummer“) hielt Einzug in die deutsche Sprache.

Mumpitz (Unsinn, den man nicht zu beachten braucht) – Ursprung: Butz oder Butzemann nannte man schon im 16. Jahrhundert ein Schreckgespenst (und die Vogelscheuche). Im 17. Jahrhundert trat der Butz vermummt auf den Plan, hieß nun Mummelputz und war ein verhüllter Geist. Mitte des 19. Jahrhunderts wurde aus Mummelputz Mumpitz und zwar zuerst an der Berliner Börse. Dort bezeichnete man erschreckende Gerüchte als Mumpitz.

Schwippschwager (Schwager des Ehepartners, des Bruders oder der Schwester) – Ursprung: Schwippen heißt „schwanken“ – es geht um eine Schiefelage. Der Schwippschwager ist kein richtiger Schwager, sondern jemand, der sich verwandtschaftlich noch weiter weg befindet. Schwager oder Schwägerin sind angeheiratete Verwandte. Also zum Beispiel der Bruder der eigenen Gattin. Der Schwippschwager ist wiederum der Gatte der Schwägerin oder der Bruder des Ehepartners der eigenen Schwester. Weil das alles ziemlich kompliziert ist, gilt die entferntere Verwandtschaft auch allgemein als Schwippschwägerschaft.



FOTOS: HERSTELLER

The Breitling Surfer Squad
Sally Fitzgibbons
Kelly Slater
Stephanie Gilmore



LAND
SEA
SUPER OCEAN HERITAGE II
AIR



BREITLING
1884

#SQUADONAMISSIION

DIE KÖNIGIN DER KALAUER TEILT AUS

Auf Instagram unter @faznet saßen die Pointen von *Marie von den Benken* – auch auf Papier sehen sie gut aus

Die Familie trifft sich heute, um zu überlegen, wie man mit dem schwarzen Schaf der Familie umgeht. Gott sei Dank bin ich nicht eingeladen.

Eben in der F.A.Z.: „Ist es normal, dass mein Kind mit 4 noch nicht trocken ist?“ Gegenfrage: Warum hat es überhaupt mit Alkohol angefangen?

Mein Psychologe meint, ich sollte nicht allen Menschen gegenüber so misstrauisch sein, aber ich weiß nicht, ob der überhaupt studiert hat.

In der Frauenzeitschrift steht „Joggen – in 3 Monaten zum Traumkörper.“ Mit dem Auto müsste es dann ja in 2 Tagen klappen, oder?

AfD wählen, weil man von der Politik enttäuscht ist, ist wie den Fernseher anzünden, weil Kinokarten so teuer geworden sind.

„Ich bräuchte ein neues Parfum.“ – „For her?“ – „Vorher hatte ich eins von Chanel.“ – „Nee. Englisch: FOR HER?“ – „Ach so. Nee, nicht für die Haare.“

Alle Mädchen aus meinem Abiturjahrgang haben jetzt einen Verlobten oder Ehemann. Wisst Ihr, was ich habe? Hunger!

Immer, wenn ich mir nackt am Herd Pancakes mache, kommt sofort die Polizei. Das sind echt Spießler bei Ikea.

Im Taxi in Berlin: „Ich fahre mal Umlandstraße. Vorne kommt man ja nicht durch. Mitte voller Baustellen, Friedrichshain voller Baustellen, Prenzlauer Berg voller Baustellen. Berlin ist eine einzige Baustelle. Langsam fragt man sich ja, wo nicht gebaut wird, ne?“ – „Am Flughafen.“

Manuel Neuer war mal verlobt. Hat dann aber nicht gehalten.

„Liebe Fee, mein Hund soll singen können.“ – „Nur realistische Wünsche!“ – „Schalke soll Meister werden!“ – „Soll er Popsongs oder Opern singen?“

Schlüssel in meiner Handtasche gesucht. 12 Lippenstifte, 52 Packungen Kaugummi, 81 iPhones, 9 Stück Pizza und das Bernsteinzimmer gefunden.



DIESE HALME SCHMECKEN GUT

Die EU-Kommission will Plastikstrohhalm verbieten. Aus dem Glas trinken müssen wir aber nicht, längst gibt es umweltfreundliche Alternativen. Zum Beispiel die Bambushalme vom Bali Boo (1). „Don't panic, it's organic“ lautet ihr Motto. Sie werden auf der indonesischen

Insel gefertigt und passen hervorragend zu tropischen Cocktails. Etwas stilvoller ist die Variante aus Edelstahl, die dank Kupferbeschichtung roségold glänzt (2). Hersteller Alandia vertreibt zwar vor allem Absinth, die Halme veredeln aber auch andere Getränke. Die bunten

Halme aus BPA-freiem Silikon von iGadgitz (3) sind dagegen eher was für Kindergeburtstage. Das Berliner Start-up Halm (4) setzt indes auf Glas: Die Röhrchen erinnern zwar auf den ersten Blick an den Chemieunterricht, bieten aber den besten Geschmack und werden sogar in Deutschland hergestellt. Gereinigt werden die Halme mit einem mitgelieferten Bürstchen oder in der Spülmaschine. Wer keine Lust hat zu schrubbieren oder zu einer größeren Party einlädt, ist mit schön bedruckten Papierhalmen vom Dekohändler Depot gut beraten (5). Die sind zwar nicht wiederverwendbar, verrotten aber schneller als ihre Kollegen aus Plastik. (jant.) Foto Jana Mai

PRÊT-À-PARLER



FOTOS: DDP/IMAGES, GAMMA-PHOTO (R), INTERTOPICS

SIE ENTWIRFT GESCHICHTE

Natacha Ramsay-Levi, die neue Chefdesignerin der Pariser Modemarke Chloé, ist Historikerin. Das hilft ihr, die Welt, die Menschen und die Mode zu verstehen.

Von Jennifer Wiebking

Wenn es um ihr Laster geht, ist Natacha Ramsay-Levi schon mal typisch französisch. Sie steht an diesem warmen Sommertag hinter ihrem Schreibtisch und wedelt mit der Hand: „Entschuldigung, ich habe gerade geraucht.“ Die Stange Zigaretten liegt griffbereit in der Nähe des Computers. Ihr Name steht an der Tür des Chefbüros in der Firmenzentrale von Chloé. Dieses Haus ist so direkt in der französischen Gegenwart zu verorten wie wenige andere Luxusmarken der Stadt – vielleicht, weil es von einer Frau gegründet wurde.

Seit knapp einem Jahr ist Natacha Ramsay-Levi Kreativdirektorin bei Chloé. Wenn sie nun Kleider entwirft, auf neue Ideen zum Beispiel für einen Turnschuh kommt und überhaupt das Image des Hauses verantwortet, dann bedeutet das auch, dass sie mit mehr als nur der französischen Kultur zu tun hat. Sie jongliert mit Einflüssen aus aller Welt. Für Designer geht das nicht mehr anders: Man muss immer mehr Märkte erreichen, also Konsumenten mit unterschiedlichen Lebenshaltungen, Religionen, Werten.

Modemacher müssen dabei feingefühlig vorgehen. Nicht nur wegen ihrer Kunden, die oft kulturell sensibel und somit schnell düpiert sind. Sondern auch, weil in Zeiten der *political correctness* viele Wächter in sozialen Medien nur darauf zu warten scheinen, dass ein Designer sich von einem indigenen Stamm hat inspirieren lassen, ohne vorher dessen Erlaubnis einzuholen. Und weil die Menschen, deren Kultur in einem ganz anderen Zusammenhang auf dem Laufsteg zur Schau gestellt wird, über das Netz schneller davon erfahren und sich empören können.

So ein Shitstorm hat schon einige ereilt. Marc Jacobs ließ seinen – weißen! – Models zur Schau im September 2015 bunte Rastazöpfe flechten. Stella McCartney zeigte im vergangenen Jahr die afrikanischen Ankara-Muster in ihrer ganzen Schönheit, ließ dabei aber nur ein einziges schwarzes Model laufen. Und Alessandro Michele von Gucci setzte den Models Turbane auf, die sehr an Sikhs erinnerten. Auf die Empörung folgt ein westlicher Ritus: eine Erklärung des Designers mit kleinlauter Entschuldigung.

Nicht, dass Natacha Ramsay-Levi das nicht auch mal passieren könnte. Doch bevor sie anfing, sich in ihrer Arbeit mit anderen Kulturen zu beschäftigen, hat sie alles dafür getan, dass über sie nicht so schnell ein Shitstorm hereinbricht. Sie hat Geschichte studiert – eher untypisch für einen Designer, dessen Lebenslauf es normalerweise vorsieht, dass er nach dem Abitur für ein paar Jahre an eine Kunsthochschule und somit in einer Blase verschwindet. Erste wichtige Frage deshalb: Warum Geschichte? „Weil wir alle eine Geschichte haben“, sagt Natacha Ramsay-Levi. „Und diese Geschichte erzählt, wer wir heute sind. Das hilft, die Welt zu verstehen.“

Natacha Ramsay-Levi trägt heute ein weites blaues Top mit kleinen Blumen, dazu den passenden Rock und rote spitze Stiefeletten mit Strümpfen. Natürlich alles ihre Arbeit, aus der ersten Kollektion, die sie für Chloé entworfen hat. Auch der Ohrring gehört dazu, eine Art Nagel mit Plättchen, die daran baumeln. Sie könnten leicht der Tradition eines afrikanischen Stamms zuzuordnen sein, sähe man nicht auf den zweiten Blick, dass die Plättchen einen weiblichen Körper zeigen, auf den nun wirklich niemand Anspruch erheben kann. „Ich arbeite gerne mit Respekt“, sagt

sie. „Alles, was wir verwenden, kommt natürlich von irgendwoher. Ich liebe es zu graben. Deshalb wahrscheinlich damals auch Geschichte.“

Man sieht es an ihrer Mode, an der Art, wie etwa die Herbstkollektion an die vor kurzem verstorbene Schauspielerin Stéphane Audran und ihren Stil erinnert – Ramsay-Levi ist nicht nur Historikerin, sondern auch Cineastin. Zugleich finden sich in dieser Herbstkollektion leichte viktorianische Stoffe, dicke Rapperketten und viele weitere Referenzen – so viele, dass das Gesamtergebnis nun wirklich ihr eigenes Werk ist.

Eines ihrer ersten Muster dürfte ein schönes Beispiel sein. Es ist ein wichtiges Muster, ein Bild davon hängt über ihrem Schreibtisch. Natacha Ramsay-Levi war zum Einstand bei Chloé auf der Suche nach Esoterischem. Ihr Ziel: „Lasst uns ein Kleid machen, das aussieht wie ein Gemälde.“ Die Herausforderung: „Ich sagte, dieses Muster würde zwangsläufig eine Botschaft haben. Also, welche ist es?“

Natacha Ramsay-Levi stieß zunächst auf „Das rote Buch“ von C.G. Jung, das Vermächtnis des Tiefenpsychologen in Texten und Bildern. „Natürlich ist das hoch psychoanalytisch, aber für mich schwang in den Abbildungen auch etwas Esoterisches mit. Die runden Formen fand ich sehr weiblich.“ Das war die Inspiration für die Chefdesignerin und ihr Team. Sie suchten nach Bildern von Händen und Füßen, am Anfang mit recht konventionellen Mitteln: „Wir googelten esoterische Malerei. Dabei stießen wir auf zwei Bilder einer Frau. Und das war es. Genau danach hatten wir gesucht: runde Formen, Farbverläufe, Monde, Himmel, Hände, Schädel, letztlich die Welt.“

Eine weitere Google-Suche ergab, dass die Künstlerin Rithika Merchant, die aus Indien stammt, in Barcelona lebt. „Wir waren ganz erstaunt: Gar nicht so weit! Sie ist jung! Und hübsch!“ In Pariser Kreativ-Etagen sind solche Punkte bei allem halb-intellektuellen Anspruch nicht unwichtig. Über Skype fanden die beiden zueinander. Die Künstlerin hatte noch nie zuvor für ein Modehaus gearbeitet.

„Am 20. August vergangenen Jahres kam sie nach Paris mit den vier Bildern, die sie für uns gemalt hatte, und blieb zwei Wochen, bis wir alles auf die Kleider angepasst hatten.“ So geht Zusammenarbeit. Über kulturelle Aneignung, das Stichwort in Zeiten globaler Vernetzung, beschwerte sich anschließend niemand.

Dieses Feingefühl wird Ramsay-Levi das Studium mitgegeben haben. Ihr großes Interesse damals an der Universität: Kolonialismus und Antikolonialismus. „In Frankreich wurde das nie richtig thematisiert. Vielleicht waren auch Schuldgefühle dabei, als ich begann, mich mit diesem Teil unserer Geschichte zu beschäftigen.“ Damit wird sie später bei Chloé aus noch einem Grund an der richtigen Stelle sein.

Aber zunächst ist es wichtig zu wissen, wie Natacha Ramsay-Levi aufgewachsen ist. Und warum diese Designerin mit französischen Wurzeln zur Hälfte einen britischen Nachnamen hat: Ramsay. „Sowohl Ramsay als auch Levi kommen von der Seite meines Vaters. Meine Familie ist jüdisch, und meine Vorfahren hießen bis vor dem Krieg Levi.“ Um unter dem Regime der Nationalsozialisten zu überleben, nahm die Familie damals den Namen befreundeter Antikhändler an. „Sie waren Briten. Nach dem Krieg war es dann kompliziert, wieder zu Levi zurückzuwechseln,

SIE ENTWIRFT GESCHICHTE



Klassisch: Pferde als Chloé-Markenzeichen



Leicht: Ramsay-Levis erste Kollektion



Esoterisch: Ramsay-Levis zweite Kollektion

und so schaffte mein Vater das erst vor 20 Jahren.“ Natacha Ramsay-Levi, die heute 38 Jahre alt ist, wurde also als Natacha Ramsay geboren, dabei sind ihre Vorfahren Levis. „Meine Tante zum Beispiel hieß nie Ramsay, sondern immer Levi. Eigentlich ist das mein Name.“

Das Mädchen wuchs im Pariser Stadtviertel Montparnasse auf, am linken Ufer der Seine. „Ich war mir immer bewusst, wie viel Glück ich hatte. Wir waren bürgerlich, zugleich würde mein Vater dem heftig widersprechen.“

Der Feuilletonist Jean-Pierre Ramsay gründete 1976 einen eigenen Verlag, Les Editions Ramsay, im Jahr 1982 verkaufte er ihn. „Die Stadt, das Kino und die Kunst, das waren Dinge, die ich als Kind verstehen musste. Dafür hat mein Vater gesorgt. Er war nicht so streng, aber bestimmt.“

Das Mädchen wuchs unter dem Eindruck der Migrationsströme auf, die in den achtziger Jahren zunahmen. „Für mich stand fest, dass alle Menschen zusammenleben könnten. Natürlich, Rassismus war damals in Frankreich ein großes Thema, aber der Kampf gegen den Rassismus war umso stärker, und als jemand, der aus einer jüdischen Familie kam, war ich sehr sensibel.“ Natacha Ramsay-Levi sagt heute von sich, sie sei eine rebellische Jugendliche gewesen. „Ich habe mich mit allen möglichen Konflikten herumgeschlagen.“

Dann kam das Studium der Geschichte, und als sie damit fertig war, hängte sie noch Mode dran, am Studio Berçot. „Damals war ich eigentlich schon fast soweit gewesen, Paris für eine Weile zu verlassen. Aber dann dachte ich: Nein, Mode ist das, was ich machen möchte. Dafür lohnt es sich, doch zu bleiben.“

Während ihres Studiums hatte Balenciaga ein Praktikum zu vergeben und wandte sich dafür an ihre Modeschule. „Ich war besessen von Nicolas' Arbeit“, sagt sie über den Designer Nicolas Ghesquière, der Balenciaga seit 1997 leitete – damals war er gerade einmal 25 Jahre alt. 2002 kam Ramsay-Levi als Praktikantin dazu. Innerhalb weniger Jahre arbeitete sie sich zur Atelier-Leiterin hoch. Das älteste Stück in ihrem Kleiderschrank? „Das muss etwas von Balenciaga sein.“

Ghesquière war mehr als nur ein Chef, er war ihr Vertrauter. „Uns verbindet wirklich eine tiefe Freundschaft.“ Als er 2012 zu Louis Vuitton wechselte, ging sie in den Mutterschutz. Sie hatte zuvor jahrelang eine offene Beziehung mit Olivier Zahm unterhalten, dem Herausgeber des Magazins „Purple“. Zumindest partytechnisch hat sie sich also ausgelebt, beziehungsweise es *comme il faut*: Sie trennten sich, kamen wieder zusammen, sie wurde schwanger, die beiden heirateten, und so weiter. Zusammen sind sie heute nicht mehr. Ihr gemeinsamer Sohn Balthus Billy ist jetzt fünf Jahre alt.

Nach dem Mutterschutz fing sie in Ghesquière's Team bei Louis Vuitton an, als Leiterin des Designs. 15 Jahre lang arbeiteten die beiden insgesamt zusammen, von 2002 bis 2017. „Es hätte nochmal 15 Jahre so weitergehen können“, sagt Natacha Ramsay-Levi. „Bei Balenciaga hatte ich diese besonders kreative Sicht, bei Louis Vuitton dann die geschäftliche, und beides war spannend. In der Arbeit mit Nicolas war es so: Alles, was er macht, schätze ich, und ich habe sehr gerne mit ihm an diesen Aufgaben gearbeitet. Ohne frustriert zu sein, war da aber zugleich dieses Gefühl, dass ich noch viele andere

Dinge gerne machte. Zum Beispiel konnte ich Leute, mit denen ich gut zusammenarbeiten könnte, und das war natürlich in der Konstellation nicht möglich.“

Dann kam der Anruf von Chloé. Nicht, dass Natacha Ramsay-Levi darauf gewartet hätte. Aber eine große Überraschung ist es für sie auch nicht gewesen. Sie ist in Paris bestens vernetzt und hatte Freunde, die dort arbeiten. „Wir haben uns das öfter überlegt: Eines Tages würde ich Chloé übernehmen. Es war immer ein Haus, in dem ich mich gut sehen konnte, für das ich Ideen hatte und das mir keine Angst gemacht hat.“

Alles andere wäre angesichts dieses großen Schritts, plötzlich kreativ verantwortlich zu sein, wohl auch falsch gewesen. „Ein Haus zu wechseln, das ist in Paris, als ob man in ein anderes Land zöge. Die Mentalität und die Arbeitsweise sind immer ganz anders.“

Natacha Ramsay-Levi kam allein. Das ist selten, denn die meisten Chefdesigner nehmen mehrere oder gar viele Mitarbeiter ihres alten Teams mit und werfen die hinaus, die dort schon tätig sind. „Ich habe in meiner ganzen Karriere mit verschiedenen Teams gearbeitet und kann mich darauf einstellen. Alles andere bringt auch nur schlechte Stimmung.“

Ihr Privatleben sei ruhiger geworden seither. Sie musste schon nach der Geburt ihres Sohns lernen herunterzufahren. „Aber damals war ich zumindest noch oft zu Abendessen aus, habe Wochenendtrips dazwischengeschoben. Jetzt habe ich das Gefühl, die Arbeit verlangt mir so viel Konzentration ab, dass ich es gerne ruhig mag. Ich bin richtig besessen von einem ruhigen Leben.“ Immerhin, im Stadtzentrum von Paris wohnt sie noch.

Und immerhin hat ihre Vorgängerin Clare Waight Keller ihr das Haus in ausgezeichnetem Zustand überlassen. In der Mode gibt es genug Gegenbeispiele. Auch Luxusmarken wachsen in guten Zeiten nur dann, wenn sie gut geführt werden. Als Clare Waight Keller vor mittlerweile sieben Jahren begann, sah es nicht ganz so rosig aus für Chloé.

Heute ist das anders. Der Umsatz der Marke, die zum Schweizer Luxuskonzern Richemont gehört, wuchs 2017, als noch die Entwürfe von Clare Waight Keller zu kaufen waren, um gut fünf Prozent auf fast 350 Millionen Euro. „Clare hat sich stark auf das Boho-Thema konzentriert. Das war ein großer Erfolg für Chloé“, sagt Ramsay-Levi. „Ich möchte mir das jetzt etwas weiter gefasst anschauen. Ich liebe Mode, nicht nur das Schwebende, sondern alles, auch Strukturierendes.“

Es ist ja auch eine andere Zeit: Wer heute Mode macht, muss sich zumindest damit auseinandersetzen, inwiefern sie politisch sein soll. Erst am vorigen Abend, so erzählt sie, war es das Thema bei einem Dinner – hin und wieder scheint sie doch noch auszugehen. Die Frage ist eng verknüpft mit einer anderen: Wie weit können, dürfen, sollen andere Kulturen eine Rolle spielen? „Mode muss gegenwärtig sein“, sagt sie. Man kommt als Designer gar nicht darum herum, sich mit dem Hier und Jetzt auseinanderzusetzen, selbst wenn man eigentlich Historiker ist.

„Ich glaube nicht, dass Mode politisch sein muss. Das kann schnell verkäuflich rüberkommen, und das halte ich für gefährlich. Aber ich denke, man sollte als Designer ein Bewusstsein für die Zeit haben. Nur gelbe Kleider und Boho, das geht nicht mehr.“ Auch die Kombination aus Top und Rock mit Blumen, die sie an

diesem Tag trägt, ist mit Schwarz durchbrochen. „Es gibt Dinge, die passieren und sich nicht ignorieren lassen.“ Der zunehmende Antisemitismus wäre ein Thema. Natacha Ramsay-Levi schaut einen da mit einem Blick an, den man so schnell nicht wieder sehen möchte. Er erzählt von Enttäuschung und Schrecken zugleich. Es ist nur ein Moment, im nächsten ist sie wieder die zugewandte Gesprächspartnerin, die sie in der vergangenen halben Stunde war. Antisemitismus habe es immer schon gegeben, sagt sie erst. Und wird dann doch persönlich. Als ihr Vater vor einigen Jahren dabei war, den Namen Levi zurückzubekommen, habe er die Familie gefragt, „ob wir sicher seien, dass wir das wollen“. Einen jüdischen Nachnamen tragen. „Und ich sagte: Bitte, Papa, der Krieg ist vorbei, das ist schon in Ordnung. Aber er sagte: Nein, das wird es immer geben.“

Neulich hatte Natacha Ramsay-Levi eine rechtsgerichtete Zeitung in der Hand, die sie gewöhnlich nicht liest. „Da stand ein Zitat von Marine Le Pen, einfach so, ohne Zusammenhang. Die Tatsache, dass wir akzeptieren, dass der Faschismus wieder erstarbt, finde ich furchtbar.“

Bei Chloé dürfte sie mit ihrer Sensibilität auch der Gründerin Gaby Aghion aus der Seele sprechen. Sie wurde 1921 in Ägypten geboren, als Gabrielle Hanoka, als das Land unter britischem Protektorat stand. Sie war jüdisch und wuchs als Tochter wohlhabender Eltern in Alexandria auf. Ihr späterer Ehemann Raymond Aghion und sie seien engagierte Antikolonialisten gewesen, sagt Ramsay-Levi, gemeinsam hätten sie eine Zeitung herausgebracht. „Und das war 1940. Das muss man sich mal vorstellen.“

1947 zog Gaby Aghion mit ihrem Mann nach Frankreich. Sie muss schockiert gewesen sein. „Dass Frauen kein eigenes Bankkonto unterhalten konnten, dass sie in jeder Hinsicht in ziemlicher Armut lebten. Sie konnte sich mit dieser Rolle nicht abfinden, so fing sie mit Chloé an.“ Schon damals, 1952, wollte sie eine leichte Art des Luxus erschaffen, nicht so steif wie bei den Traditionshäusern. „Zugleich war sie keine Designerin, sondern eine künstlerische Leiterin, das finde ich toll.“ Zunächst entwarf Maxime de la Falaise für Chloé, dann kam Karl Lagerfeld, später Stella McCartney, Phoebe Philo, Paulo Melim Andersson, Hannah MacGibbon, dann Clare Waight Keller.

„Gaby hat kaum Werbung für sich gemacht, dabei war sie total spannend.“ Natacha Ramsay-Levi holt ein Foto heraus. Es zeigt eine Frau, die aus einem Ton-Becher trinkt, der wie eine weibliche Brust geformt ist. „Eine Performance. Diese Frau, Céline Chalem, war ihre beste Freundin. Das war 1967. Gaby hatte hier in Paris einen Clan.“ Auch darin sind sie sich ähnlich.

Als Natacha Ramsay-Levi die erste Kollektion fertigstellte, stieß sie auf Zeilen von René Char: „Ein Dichter muss Spuren seiner Durchreise hinterlassen, keine Beweise. Spuren allein erzeugen Träume.“ Das schien ihr ein passendes Zitat für die Notizen zur Kollektion. „Ich hatte da ein Gefühl. Ich war mir sicher, dass es von Char zu Gaby eine Verbindung geben müsste, es war ja die gleiche Zeit.“ Also rief sie Gaby Aghions Enkelin Michaela an, die heute im Chloé-Archiv arbeitet. „Und es stimmte: Sie waren befreundet. Ich muss noch viel mehr über Gaby Aghion herausfinden.“ Eine Historikerin wird immer weiter graben. ◀

WWW.MARC-O-POLO.COM

Marc O'Polo



Langes Kleid mit Blumendruck auf dem Kragen von Valentino

Bedrucktes Kleid mit Rüschen und beschichtete hohe Stiefel von Chanel



Besticktes Strickoberteil, Rock und langer Schal mit Fransen von Acne Studios



Weste, Mantel, Hose, Schal, Gürtel mit Perlen-Fransen sowie Plateau-Sandalen von Manish Arora



Bestickte Jacke, leichtes Oberteil, Strass-Hose und Schuhe mit Pompons und Perlenornamenten von Giorgio Armani



A BELEZA DE PORTUGAL

Dürfen die das? Ein asiatisches Kleid tragen, ein afrikanisches Muster, ein Kopftuch? Ja. Denn Mode bedient sich überall. Und im Hafen von Lissabon haben sich schon immer die Kulturen vermischt.

Fotos André Príncipe, Styling Markus Ebner



Mini-Samtkleid mit Fransen-Hut sowie Stiefel mit Pelzbesatz und Quasten von Yves Saint Laurent

A BELEZA DE PORTUGAL



Langes Kleid mit Hidschab von Andreas Kronthaler für Vivienne Westwood



Durchsichtiges Oberteil und Rock aus Samt mit abstrakten Blumenmustern und Samstiefeletten von Talbot Runhof

Geiza: Mantel und Kleid von Phillip Lim; Lisa: Kleid mit Blumenstickerei von Fendi; Raquel: Pullover, Schal und Rock von Acne Studios (von links)



A BELEZA DE PORTUGAL

Raquel: Mantel, Kleid und Schuhe von Mary Katrantzou; Geiza: Mantel, Patchwork-Kleid, Ledergürtel und Stiefel von Etro; Lisa: Poncho, Mantel, Jumpsuit, Hose und Schuhe von Jil Sander





Kleid mit Cut-outs und bunten Strickelementen von Loewe

A BELEZA DE PORTUGAL



Besticktes Kleid mit Blumen, Paisley-Druck und Fransen von Dsquared2

Cape-Jacke, Polohemd mit langem Arm und Lederhose von Gucci sowie Armreif und Ring von Chloé



Mantel aus Fake Fur von Stella McCartney

Kleid mit goldenem Medaillon und Rock von Marni



Geiza: Bluse, langer Rock und hohe Stiefel von Louis Vuitton
Raquel: Besticktes Oberteil, Hose und Stiefeletten von Chloé

A BELEZA DE PORTUGAL



Bestickter Mantel, Blazer, durchsichtiges Oberteil und Kappe von Christian Dior

A BELEZA DE PORTUGAL



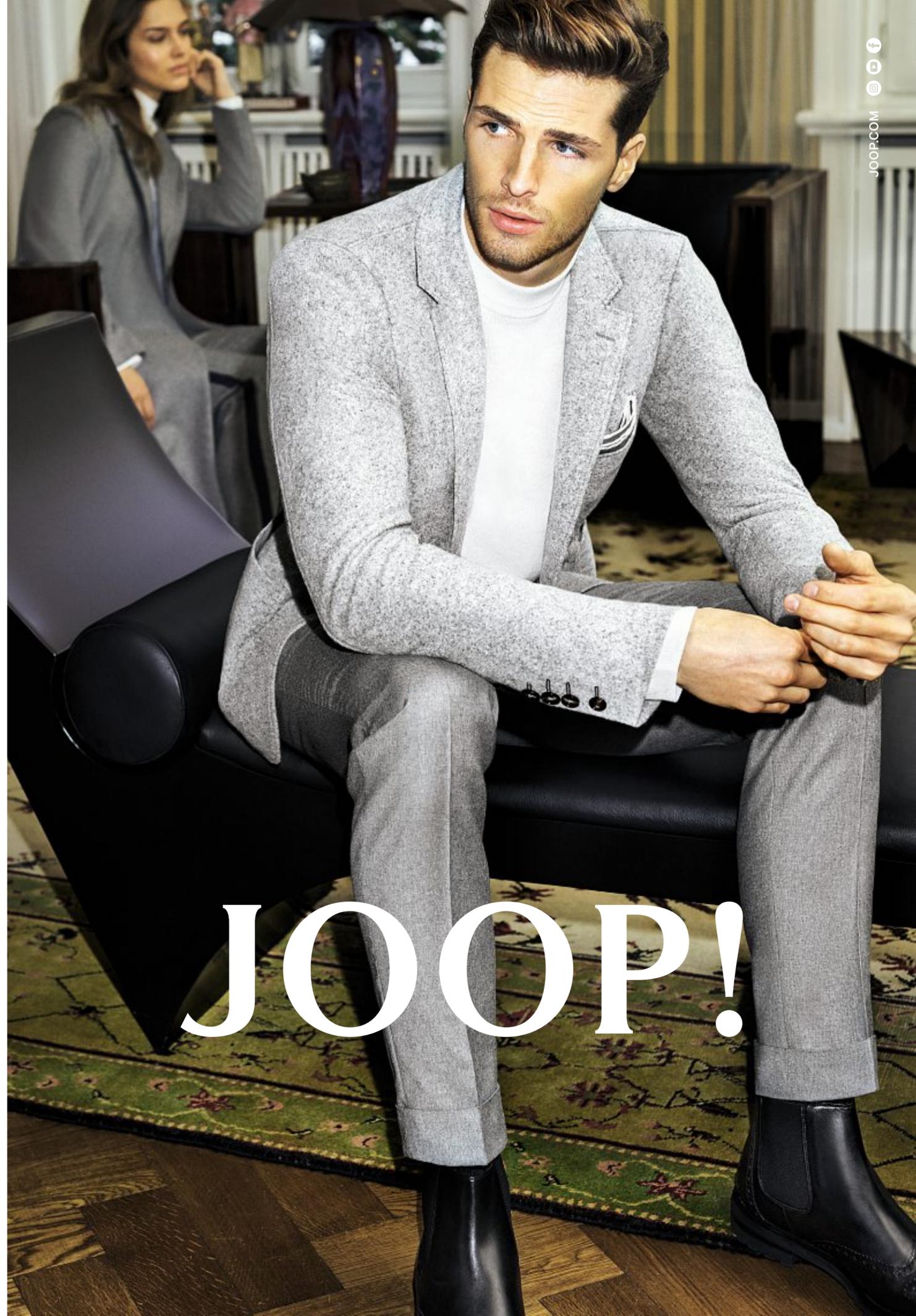
Langer Cardigan von Missoni



Blazer in goldfarbenem Schottenkaro von Alexandre Vauthier und bestickter Rock mit Fransen und Spiegelchen von Esteban Cortazar

Fotograf: André Príncipe
Styling: Markus Ebner
Models: Lisa Arbellot de Repaire, Raquel Brito (We Are Models), Gelza (Central Models), Leila N'Zonz
Styling-Assistenz: Evelyn Tye, Katherine Hughes, Yves Tronnier, Juliette Billy, Luis Pesenti, Sián Hughes, Julia Carevic
Fotografie-Assistenz: Tiago Lopes

Fotografiert am 3. August in Lissabon





Die Mailänder Marke Etro, im Jahr 1968 von Gerolamo („Gimmo“) Etro gegründet, wird von seinen vier Kindern Kean, Ippolito, Jacopo und Veronica geführt. Veronica Etro (44) entwirft die Damenmode, Kean Etro (54) die Herrenkollektion.

„Unser Paisley ist sehr dekorativ“

„Und es war revolutionär“

Die Geschwister Veronica und Kean Etro über das 50. Jubiläum ihrer Marke, die Faszination für indische Muster, die Chancen eines Familienunternehmens – und den eigenen Nachwuchs

Interview Alfons Kaiser

Signora Etro, wir können uns auch auf Deutsch unterhalten. Sie haben die Deutsche Schule in Mailand besucht und sprechen die Sprache noch sehr gut.
 VERONICA: Gerne. Meine Söhne sind jetzt übrigens auf derselben Schule. Einer von ihnen war gerade in den Ferien in Bayern, am Spitzingsee, um die Sprache zu vertiefen. Aber ich weiß nicht, ob Kean das Interview auch so gern in Deutsch machen möchte?
 KEAN: Lieber nicht.

Warum haben Sie eigentlich nicht Deutsch gelernt?
 KEAN: Ach, nein, das war nichts für mich. Aber meine älteste Tochter Alice war auch auf der Deutschen Schule.
 VERONICA: Ja, als ich in die Schule ging, habe ich sie immer mitgenommen in den Kindergarten.
 KEAN: Meine drei Söhne sind dann lieber auf die britische Schule gegangen.

Da wir schon beim Thema Kinder sind, die Schlussfrage vorab: Werden Ihre Kinder eines Tages in der Firma landen, so wie Sie?
 VERONICA: Meine zwei Jungs, zehn und 14 Jahre alt, interessieren sich vor allem für Autos. Aber über Social Media sehen sie dann doch, was in der Mode los ist.
 KEAN: In einem Familienunternehmen bekommt jeder alles mit. Und selbst wenn die Kinder nicht bei uns arbeiten, kommen sie nicht vom Thema los: Alice, die hier in Mailand Mode studiert hat, arbeitet in der Firma ihrer Mutter, die Stoffe herstellt. Und mein Sohn Joyce ist Marketingspezialist in New York und hat auch schon für uns gearbeitet. Die Kinder kommen auch zu den Modenschauen.

Man kann der Familie nicht entfliehen.
 KEAN: Man hat aber immerhin die Wahl. Jedenfalls haben die Kinder alle einen Sinn für Handwerk mitbekommen. Ich will nicht sagen für Business, das Wort

mag ich nicht, denn darin steckt das Wort „busy“.

Dabei sind Sie gerade gut beschäftigt. Am 21. September ist Ihre Damenmodenschau für Frühjahr und Sommer 2019. Und am nächsten Tag wird im Mudec-Museum hier in Mailand Ihre Ausstellung „Generation Paisley“ eröffnet.
 VERONICA: Ja, aber die Damenkollektion habe ich rechtzeitig im Juli abgeschlossen. Wenn man das nicht schafft, wird's eng, weil ganz Italien im August in Urlaub ist.

Ihre Schwester ist sehr gut organisiert, oder?
 KEAN: Natürlich! Dies ist überhaupt eine gut organisierte Firma.
 VERONICA: Deutsche Disziplin!
 KEAN: Ja, wir produzieren selbst, liefern selbst aus und verkaufen selbst, da muss alles reibungslos laufen.
 VERONICA: Ich habe auch schon längst mit der Arbeit an Herbst und Winter 2019 begonnen. Unsere Paisley-Muster werden immer noch mit der Hand gezeichnet, das dauert. Last minute können wir nur Kleinigkeiten regeln.

Sie werden mehr mit der Ausstellung beschäftigt sein, Kean. Sie sind ja eine Art Haus-Historiker.

KEAN: Ja. Ich arbeite vor allem an der digitalen Darstellung. Wir haben aber natürlich viele Kuratoren, für die Videos, fürs Licht, für die Werbekampagnen.
 VERONICA: Und wir arbeiten an einem Shop für die Ausstellung, mit einer kleinen Jubiläumskollektion: einfachen, lustigen Entwürfen, die nicht so teuer sind. Wir haben Muster aus den fünf Jahrzehnten hervorgeholt. Die Millennials kennen das ja alles gar nicht.
 KEAN: Videospiele mit Paisley-Mustern! Heute ist vieles Unterhaltung, und wir wollen die Leute zum Spielen bringen.

Als Sie jetzt zurückgeschaut haben auf die Marke, die Ihr Vater vor einem halben Jahrhundert gegründet hat: Was war die überraschendste Erkenntnis?
 VERONICA: Ich bin jetzt erst seit 20 Jahren hier im Unternehmen, mein Bruder seit gut 30. Die Zeit davor war uns recht unbekannt. Da gab es keine Modekollektionen, sondern Etro produzierte nur

Stoffe für andere Marken wie Lancetti, Walter Albini, Oscar de la Renta, Ungaro oder Yves Saint Laurent.

Für diese Designer war Ihr Vater der Fachmann für Paisley?
 VERONICA: Nicht nur für Paisley! Für alle Muster, von Blumen bis Streifen.
 KEAN: Früher gab es eine enge Bindung zwischen den Stofflieferanten und den Designern. Zum Beispiel habe ich meinen Vater in die Ateliers von Ungaro und Yves Saint Laurent in Paris begleitet. Da haben wir ungelogen eine Woche verbracht. Mein Vater hatte einen Koffer mit den Stoffen dabei, und dann wurde diskutiert und am Mannequin ausprobiert. In den Anzeigenkampagnen von Lancetti war Etro gleichberechtigt genannt. Es war sozusagen demokratischer als heute.
 VERONICA: Das waren jeweils zwei Künstler, die zusammengearbeitet haben.

Heutzutage produzieren Sie nichts mehr für andere Marken?
 VERONICA: Nein, seit etwa fünf Jahren nicht mehr.

Viele Zulieferer sind über die Jahrzehnte selbst zu Marken geworden. Man sieht es auch an Marni oder Herno.
 KEAN: Ja, jeder wollte irgendwann selbst zu einer Marke werden. Gleichzeitig bleibt man als Produzent auf dem Boden, im wörtlichen Sinne: Wir gehören zu den Letzten, die wirklich alles in Italien herstellen. Nicht, weil wir unbedingt im Sinne von „Made in Italy“ handeln wollen. Sondern weil so viel Schönheit, so viel Bedeutung in der Handarbeit, in der Herstellung liegt. Das ist die Basis.

Was sind Ihre frühesten Erinnerungen an die Firma?
 VERONICA: Ich war vielleicht vier oder fünf, als ich hierher kam. Für mich war das wie ein bunter Spielplatz. Hier wurde



Von Hand: Etro malt sich seine Muster noch selbst – woher auch immer sie kommen.

geklebt, hier wurden Collagen gemacht. Mein Vater fragte immer, welcher Stoff mir am besten gefiel. In meinem Zimmer habe ich aus Stoffresten, na ja, keine Puppen, eher Kunstwerke zusammengenäht.

Auch beim Mittag- und Abendessen ging es vermutlich um nichts anderes.
KEAN: Viele Gespräche drehten sich um Kunst, Galerien, Museen, Kuratoren.

War das nicht langweilig für Kinder?
VERONICA: Ein bisschen schon. Unsere Mutter ist auch Antiquitätenhändlerin, und wenn ich mit ihr übers Wochenende als Sechsjährige auf Messen nach Belgien oder London fuhr, war das ermüdend. Aber nach und nach fand ich das immer spannender. Es war eine Schule des Geschmacks. Da habe ich viel über Farben und Schönheit gelernt. So bin ich in diese Wunderkammer gekommen, wie wir das auf Deutsch nennen.
KEAN: Einer der Kuratoren, mit denen sich unser Vater traf, war mein Professor an der Universität. Da hatte ich also eine Vorlesung bei ihm über römische Geschichte mit 400 Zuhörern, und dann saß er bei uns und redete über Politik. Unser Vater hat uns immer einbezogen. Zum Beispiel ging es Anfang der achtziger Jahre um das Logo der Firma. Der erste Vorschlag: ein Einhorn, der zweite: Pegasus – also zwei Pferde. Ich sollte nachforschen und fand heraus, dass das Einhorn als Logo schon vergeben war – witzigerweise an den Vater eines Schulfreunds von mir. Also entschieden wir uns für Pegasus.

Ihr Vater gründete das Unternehmen 1968, in einer bewegten Zeit.
KEAN: Ja, mein Bruder Iacopo und ich haben ihn mal gefragt: „Wie wart ihr damals angezogen?“ Und er sagte: „Ich wurde so geboren.“ Das war natürlich Quatsch. Er hat die Zeitstimmung aufgenommen mit seinen Entwürfen. Die bunten Muster prägten die Hippie-Ära.

Wie war er auf die Stoffe gekommen?
VERONICA: Unser Vater arbeitete in der Stoff-Fabrik seines Schwiegervaters. Nach dessen Tod machte er sich selbständig. Die Paisley-Muster kannte er schon von seiner Großmutter, die einen Mantel aus dem Stoff hatte. Von Mitte des 19. Jahrhunderts! Er liegt hier im Archiv.

Was ist so spannend am Paisley-Muster?
VERONICA: Es ist traditionell, zeitlos, aristokratisch und vor allem unisex. Es war ein Muster der Zeit, psychedelisch, rockig, hippiesk. Paisley ist dekorativ, trotzdem kann man es gut kombinieren.
KEAN: Und es war revolutionär! Welche Männer trugen schon Paisley-Hemden, außer vielleicht Jimi Hendrix? Unsere Lederwaren liefen damals gut und trafen in Europa und Japan den Geschmack. Aber als wir Mitte der achtziger Jahre mit Krawatten begannen, hatten all die traditionellen Herrengeschäfte Probleme, sie an den Mann zu bringen. Die bunten Muster waren nicht so unisex, wie wir gehofft hatten. Das entwickelte sich erst langsam. Deswegen war mein Vater ein Revolutionär. Er hat es gemacht, obwohl es niemand wollte, er hat durchgehalten, und dann funktionierte es.

Das Muster eines Blatts mit spitz zulaufendem gebogenem Ende hat eine lange Geschichte hinter sich. Es entstand wohl in Persien, gelangte nach Indien, kam mit britischen Soldaten nach Schottland und



Für Herbst und Winter: Veronica Etro mischt in ihrer Kollektion viele Stile ...



... und wie immer sind auch Paisley-Muster zu entdecken.

wurde in der Stadt Paisley verarbeitet. Heute würde man sagen: Das war eine kulturelle Übernahme.
KEAN: Die ganze Debatte um „cultural appropriation“ hat vielleicht ihre Berechtigung. Aber wir sehen es anders. Etro wollte Kultur immer teilen und weitergeben. Die Art, wie wir es verarbeiten, soll diese jahrhundertealte Kultur noch einmal überhöhen. Wir nobilitieren dieses Muster. Wir machen keine Fast Fashion, die ohnehin eine Lüge ist und nun zu Recht in die Krise gerät, weil immer mehr junge Leute merken, dass das nicht ohne schlechte Produktionsbedingungen und Umweltschäden gehen kann.

Was soll das heißen: Sie erheben diesen Stil?
VERONICA: Natürlich lassen wir uns anregen. Aber wir sind offen und mischen sehr viel. Wir arbeiten monatelang daran, da kommen automatisch viele Einflüsse zusammen. Es ist wie eine Autobiographie. Man lässt die Dinge laufen, und am Ende fließt alles ineinander. Vielleicht gab es irgendwann einen Beginn, aber das merkt man am Ende nicht, weil etwas anderes dabei herausgekommen ist.

Könnten Sie zum Beispiel über Ihre aktuelle Kollektion sagen: Da stecken 20 Prozent Indisches und 30 Prozent Afrikanisches drin?
KEAN: Dazu empfehle ich das wunderbare Buch „Patterns That Connect“ des amerikanischen Kunsthistorikers Carl Schuster. Er war ein Genie. Er hat alte Muster verglichen und über die Kontinente hinweg viele Gemeinsamkeiten gefunden. Das Paisley-Muster gab es auch in Usbekistan und Neuseeland. Man muss sich das vermutlich so vorstellen: In vielen Gegenden mochten die Menschen die Form des Palmblasses so sehr, dass sie es abzeichneten. Da stand nicht einer unter der Palme und hat über seinen Nachbarn gesagt: Der hat mich kopiert! Design ist nichts Künstliches, sondern eigentlich tribalistisch.

Sind Sie selbst mal nach Indien gefahren, in die Heimat dieser Muster?
VERONICA: Ja, Ende der Neunziger war ich dort mit meinem Vater, um nach Stoffen und Mustern zu suchen. Woran ich mich noch erinnere: dass wegen der

hohen Luftfeuchtigkeit aus übereinandergelegten bedruckten Stoffen ganz neue Mustern entstanden. Solche Ideen trägt man immer in sich. Eines Tages kommen sie plötzlich hoch, und man benutzt sie.

Es hat sich also noch niemand aus Indien oder Iran beschwert, dass Sie ihre Muster übernommen haben?
KEAN: Noch niemand.
VERONICA: Das Paisley-Muster ist indisch, französisch, schottisch und so weiter. Es wird oft benutzt und ist so vielfältig.
KEAN: Ein anderes Beispiel: „wax design“, das vermeintlich aus Afrika stammt. In Wahrheit haben es die Holländer aus Indonesien mitgebracht. Afrikanische Drucke sind also niederländisches Design.

Aber kaum jemand weiß es.
VERONICA: Deshalb finde ich es gut, wenn man die Symbolik transparent macht. Ich könnte mir zum Beispiel auch vorstellen, dass man, wenn man sich ein rotes Kleid kauft, Informationen zur Symbolik der Farbe mitgeliefert bekommt.

Die Italiener sind Meister der Muster und Farben, zum Beispiel auch Pucci oder Missoni. Warum eigentlich?
VERONICA: An erster Stelle ist es die Sonne, die Farben besser leuchten lässt als zum Beispiel im Norden Europas.
KEAN: Farben sind am Mittelmeer überall. Denken Sie an die italienische Kunst, an die große Artenvielfalt in unserem Land, an Wein, Käse, Früchte, Gemüse.

Für viele Ihrer Muster lassen Sie sich in den alten Büchern mit Stoffmustern aus Ihrer Bibliothek anregen. Wie muss man sich diesen Prozess vorstellen?
VERONICA: Wir können die Stoffe scannen, so dass das Muster elektronisch vorliegt. Wir haben aber auch Leute, die solche Muster von Hand zeichnen, was unendlich lange dauert. Digital können wir es dann verändern für den Druck. Webmuster lassen wir in Como fertigen, dann schauen wir, ob es vielleicht heller, aufgeräumter, grafischer oder wie auch immer aussehen soll. Das ist Work in progress. Beim Weben muss man nur aufpassen, dass der Stoff nicht zu dick und zu schwer wird.

In Como herzustellen heißt, dass Sie es nicht selbst produzieren.
KEAN: Genau. Wir haben nie eine Produktionsstätte besessen. So sind wir freier. Wenn wir zum Beispiel schöne Spitze wollen, bestellen wir sie in St. Gallen, weil da die Spezialisten sitzen.

Noch vor 20 Jahren hatte Ihre Firma nur 200 Angestellte, heute sind es schon mehr als 1400. Sie haben 200 eigene Geschäfte in aller Welt und beliefern viele Handelspartner. Kann man da noch gut schlafen?
KEAN: Ich weiß, ich weiß, das ist viel Verantwortung. Aber wir sind noch immer gut gelaunt dabei. Für Veronica dürfte es eher schwierig sein, mit einem Vater und drei Brüdern zurechtzukommen ...
VERONICA: ... und mit zwei Söhnen!
KEAN: Aber sie lächelt noch in den schwierigsten Augenblicken. Vielleicht sollte sie öfter mal so richtig wütend werden.
VERONICA: Ja, das sollte ich vielleicht mal. Aber wenn ich das täte, dann würde es richtig schlimm!

Geschäftlich gibt es keinen Grund für Wutausbrüche. Sie haben vergangenes Jahr einen Umsatz von rund 320 Millionen Euro gemacht. Wie läuft es in diesem Jahr?
KEAN: Wir bleiben etwa auf Vorjahresniveau. Und das ist in solch schwierigen Zeiten gar nicht so schlecht.

Die Familie Missoni, die ebenfalls seit Jahrzehnten ihre Modemarke hier in der Nähe aufbaut, hat im Juni 41,2 Prozent der Anteile an einen Investor verkauft. Wäre das für Sie eine Option?
KEAN: Ich will es anders beantworten. In der gesamten Industrie rund um die Landwirtschaft haben vor 20 Jahren noch 3000 Unternehmen das Meiste kontrolliert. Heute sind es vier Unternehmen, zuletzt hat Bayer Monsanto geschluckt. Das zeigt doch, in welche Richtung es geht. Man muss dem widerstehen, wie damals in der Achtundsechziger-Bewegung.

Auch die Mode ist vom Konzentrationsprozess betroffen, wenn zum Beispiel Amazon jetzt auch Kleidung verkauft.
KEAN: Die italienische Regierung spricht davon, dass wir eine „Amazon Economy“ werden. Was für ein Quatsch! Wir sollen so werden wie Amazon? Che cazzo!

Dürfen wir das so schreiben?
KEAN: Ja, gerne auch auf Deutsch: Scheiß! So wird doch alles nur flacher! Was ist denn mit dem Handwerk, dem Erbe, dem Geschmack und der Herstellung?
VERONICA: Ich glaube auch nicht daran. Es wird immer Leute geben, die es menschlicher, kleiner, persönlicher haben wollen. Unsere Kundinnen wollen die Kleidung berühren, wollen eine Beziehung aufbauen, wollen wissen, woher es kommt und wie es gemacht wird.

Sie essen jeden Tag mit der ganzen Familie zu Mittag. Was, wenn der Vater über die aktuelle Kollektion schimpft?
KEAN: Ach, nach all den Jahren ... Auch wir werden älter, weiser und gelassener.

Ihr Vater ist 77 Jahre alt. Kommt er denn noch immer ins Büro?
VERONICA: Jeden Tag. Er hat viel Energie.

Die Etro-Ausstellung „Generation Paisley“ im Mudec, dem Museo delle Culture di Milano, läuft vom 23. September bis zum 14. Oktober.



Wer Slush-Eis mag, der wird das japanische Kakigōri – Eisraspeln mit Sirup – lieben. Der erste Laden in Deutschland (Tenzan Lab) hat gerade in Berlin eröffnet.

MARIE KONDO

Erst schrieb sie einen Bestseller über das Aufräumen, jetzt hat Marie Kondo einen Online-Shop eröffnet. Bislang liefert sie zwar nur in die Vereinigten Staaten, und außer schlichten Kisten verkauft sie nichts. Aber wenn es nach ihr geht, soll ja eh nicht viel mehr in der Wohnung stehen.



Eine Barbour-Jacke aus Denim, gibt's jetzt echt. Der Wachsacken-Spezialist hat mit den Leuten von Denham zusammengearbeitet.



Hier ist etwas im Busch: Wer nach Gärtnern und anderen Fachleuten fürs eigene Heim sucht, findet sie bei First Living.



Ein Spiegelei kann auch rot-pink sein, jedenfalls wenn es um den Fried-Egg-Chair geht (Warm Nordic). Das Original stammt von Hans Olsen aus den Fünfzigern.



Der Begriff Haarschmuck wird seinem Namen gerecht, wenn eine Designerin wie Saskia Diez eine Linie mit Bändern entwirft.



Olafur Eliasson hat sich zum ersten Mal eines Gebäudes angenommen. Fjordenshus ist natürlich ein Gesamtkunstwerk.

LIEBESFRAGEN

Prinz Charles' Scheidung liegt schon ein paar Jahre zurück, aber seine Anwältin gibt es noch, und die hat sich nun hinter eine Studie der Universität von Exeter gestellt. Demnach soll es um zehn essentielle Fragen gehen, mit denen man testen kann, ob es sich beim Partner um den Richtigen handelt.

1. Passen wir zusammen?
2. Gibt es eine Basis für Freundschaft?
3. Erwarten wir Ähnliches vom Leben?
4. Sind unsere Erwartungen realistisch?
5. Sehen wir grundsätzlich das Beste im Anderen?
6. Arbeiten wir beide daran, dass unsere Beziehung lebendig bleibt?
7. Können wir Dinge offen ansprechen und diskutieren?
8. Sind wir beide bestrebt, schwere Zeiten zu meistern?
9. Würden wir in schweren Zeiten zusammenhalten?
10. Haben wir die Unterstützung unseres Umfelds?



Nach diesem warmen Sommer könnte Wehmur im Herbst zur Volkskrankheit werden. Vielleicht hilft dann ein Regenbogenpullover. (Iris von Arnim)



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



Da die Kommunikation heute meistens über soziale Medien läuft, sind Kettenbriefe und Kettenmails hinfällig. Der Kettenohrring (Jukserci) dreht das Thema aber weiter.



Vertikale Gärten sind ganz großartig für Stadtbewohner, die keinen Wald vor der Tür haben. Leider sind sie in Anschaffung und Pflege denkbar unrealistisch. Craftwand hält mit einer Nummer kleiner dagegen: einer Wand aus Holz.

SCHWARZ WEISS DENKEN

In Nordamerika gelten Weiße als rassistisch, die Burritos verkaufen oder Romanfiguren mit schwarzer Haut erfinden. Ist es bei uns auch bald so weit?

Von Leonie Feuerbach

schwarze oder indigene Hauptfiguren erfinden. Er schrieb: „Meiner Meinung nach sollten alle Menschen überall dazu ermutigt werden, sich in andere Menschen, andere Kulturen und andere Identitäten hineinzuversetzen.“ Es brach eine Welle der Empörung über ihn herein. Weil der Vorsitzende der Autoren-Organisation ihn nicht gegen die Anfeindungen verteidigte, trat Niedzwiecki als Herausgeber zurück. Auch heute, ein Jahr später, wird er von vielen im kanadischen Kulturbetrieb gemieden. „Alles, was heute in Kanada nötig ist, um eines abscheulichen Verbrechens schuldig gesprochen zu werden“, sagt Niedzwiecki, „ist eine Anschuldigung auf Twitter.“ Seine Geschichte erzählt er auf der nächsten Seite dieses Magazins.

Warum werden diese Leute an den digitalen Pranger gestellt? Woher nehmen Social-Media-Nutzer die Überzeugung, mit ihren Wut-Tweets im Recht zu sein?

Dazu muss man sich den akademischen Überbau der Empörungsmaschine anschauen. Er nennt sich Critical Whiteness, auf Deutsch heißt das etwas ungeläufig „kritische Weißseinsforschung“ – und jetzt wird es kurz theoretisch. Während Schwarze ständig mit ihrer Hautfarbe konfrontiert werden, so die postkoloniale sozialwissenschaftliche Theorieströmung, gilt weiß zu sein oft als die Norm und wird nicht hinterfragt. Gleichzeitig ist Weiß mehr als eine Hautfarbe: So wie mit



Dieses Kleid war zuviel: Für ihr „Prom-Dress“ musste sich Keziah Daum rechtfertigen.

schwarzer Hautfarbe Diskriminierung einhergeht, bedeutet weiß zu sein, gewisse Privilegien zu haben, derer sich weiße Menschen oft nicht bewusst sind. Dabei betrachtet die Critical Whiteness auch die Privilegien von Männern gegenüber Frauen und von Heterosexuellen gegenüber Schwulen, Lesben und Transsexuellen.

So weit, so nachvollziehbar. Beim „Triggern“ allerdings wird es extrem. Frauen können sich „getriggert“ fühlen durch männliches Dominanzgehabe, Schwarze durch Literatur aus der Kolonialzeit. Als Trigger wird alles verstanden, was Menschen, die einer nicht dominanten Gruppe angehören, verstören könnte. An amerikanischen Universitäten wird klassische Literatur mit Trigger-Warnungen versehen. Überhaupt ist man leicht „getriggert“ oder „offended“.

Ein weiterer beliebter Vorwurf: die kulturelle Aneignung, also die Ausbeutung unterdrückter Kulturen zum eigenen Vorteil. Wurde unter diesem Schlagwort ursprünglich zum Beispiel Raubkunst angeprangert, die in Museen in der westlichen Welt ausgestellt ist, trifft der Vorwurf inzwischen Menschen wie die Highschool-Absolventin aus Utah. Das ist nicht nur traurig für das Mädchen, dem die Abschlussfeier verdorben wurde. Sondern es hilft auch keiner Chinesin oder sonst irgendjemandem auf der Welt.

Denn vor allem auf vermeintliches individuelles Fehlverhalten und kaum noch auf gesellschaftliche Strukturen zu schauen ist auf kuriose Art unpolitisch. Ein Kimono, den eine Weiße trägt, erhitzt die Gemüter im Netz wie Polizeigewalt gegen Schwarze. Der Hinweis auf den Unterschied wird als rassistisch verunglimpft.

Die Debatte dreht sich im Kreis, und die Erregungszyklen werden immer kürzer. So gering die Toleranz gegenüber Weißen mit der falschen Kleidung ist, so groß ist sie bei Anhängern der Critical Whiteness teils gegenüber der Hamas oder anderen gewalttätigen Gruppen, die tatsächlich oder vermeintlich unterdrückt sind. Und aus Angst davor, politisch inkorrekt zu sein, werden Kinderarbeit oder weibliche

Genitalverstümmelung nicht kritisiert. Wer es dennoch tut, wird als überheblich oder gleich als rassistisch attackiert.

All das wäre schon Grund genug zu fürchten, dass die Ideen der Critical Whiteness auch in Deutschland immer mehr Anhänger finden. Es gibt aber noch weitere Gründe. So führt etwa die Angst vor Triggern dazu, dass einzelne Wörter immer öfter als an sich so böse betrachtet werden, dass sie nicht einmal mehr in historischem oder kritischem Kontext verwendet werden können. In einem anti-rassistischen Vortrag wird dann im Zitat vom „N-Wort“ gesprochen. So wird der Rassismus, über den man sprechen will, unsichtbar gemacht. Und es wird unmöglich, Sachverhalte genau darzustellen und zum Beispiel zwischen dem früher korrekten N-Wort „Neger“ oder „Negro“ (das auch Martin Luther King in seiner berühmten „I have a dream“-Rede benutzte) und dem schon immer herabsetzenden N-Wort „Nigger“ zu unterscheiden.

Können es Menschen, die tagtäglich mit Rassismus konfrontiert sind, nicht ertragen, in einem kritischen Kontext eine bestimmte Aneinanderreihung von Buchstaben zu hören? Zumal Trigger laut Traumaforschung bestimmte Gerüche oder Geräusche sein können, nicht aber quasi mechanisch vorhergesagt werden kann, was eine Retraumatisierung verursacht. Mehr noch: Studien in Amerika haben gezeigt, dass Trigger-Warnungen in Büchern wie eine sich selbst erfüllende Prophezeiung wirken – und sich Studenten eher von Gewalt, Rassismus oder Frauenfeindlichkeit verletzt fühlen, wenn sie zuvor auf diese Möglichkeit hingewiesen wurden.

Was im Antirassismus eigentlich überwunden werden soll, die Bedeutung der Hautfarbe, wird überbetont. Diskussionen sind nicht mehr möglich, wenn Menschen aufgrund ihrer Hautfarbe der Mund verboten wird. So wird auch die Möglichkeit verneint, dass sich Menschen gemeinsam gegen Rassismus engagieren.

Nicht zuletzt erinnert die Vorstellung klar voneinander abgrenzbarer Kulturen, die ihren vermeintlich natürlichen Besitzern nicht gestohlen werden dürfen, an die Argumentation der Neuen Rechten und Identitären, die vorgeben, gar nichts gegen andere Nationen und Kulturen zu haben, wenn sie sich bitte nur nicht durchmischen. Wie so oft zeigt sich auch bei der Critical Whiteness: Wer zu weit nach links gräbt, kommt am Ende rechts heraus.

Man kann also erleichtert sein, dass es in Deutschland noch lange nicht so weit ist wie in Nordamerika. Doch es gibt eine Tendenz in diese Richtung, findet zum Beispiel Matthias Politycki. „Ich habe mich mit 16 in die Sprache verliebt. Seit einigen Jahren ist es aber eine unglückliche Liebe“, sagt der Schriftsteller, „weil mir Vokabeln entzogen werden, die plötzlich als politisch inkorrekt gelten.“ Politycki reist viel durch die Welt und merkt jedes Mal, wenn er nach Deutschland zurückkehrt, dass sich wieder etwas verändert hat. Zum Beispiel im Fall Eugen Gomringer, dessen Gedicht wegen Sexismus-Vorwurfs von der Wand eines Uni-Gebäudes in Berlin entfernt wurde. „Ich habe mich wahnsinnig gestritten mit Leuten, die für die Entfernung dieses Gedichts waren, nur weil da steht ‚und ein Bewunderer‘. Wenn das diskriminierend ist, ich nicht mehr bewundernd auf die Welt schauen darf, dann kann ich die Hälfte meiner Bücher vernichten. Die Bewunderung, die Liebe und damit auch den Verstand treiben wir uns aus mit diesem Moralrigorismus.“

FOTOS: TWITTER/SEBASTIEN FAZ.

So sei ihm etwa das Wort Heimat entzogen worden. Eines von 46 Kapiteln aus seinem Reisebuch „Schrecklich schön und weit und wild“ heißt: „Wo ist heute Heimat?“ Es zielt auf einen weltoffenen europäischen Heimat-Begriff. Im Netz lautete die Reaktion gleichwohl reflexhaft: „Wer Heimat sagt, ist Nazi.“ Ein anderes Wort war Flüchtling. Plötzlich sollte das abwertend sein, die vermeintlich bessere Bezeichnung: „refugee“, dasselbe Wort in einer anderen Sprache – eine traurige Alternative für einen Schriftsteller.

Und es gibt auch in Deutschland kuriose Vorkommnisse, die an amerikanische Verhältnisse erinnern. So wurde ein Konzert der Punkband Feine Sahne Fischfilet in einem linken Zentrum in Bielefeld unterbrochen, weil eine Frau sich getriggert fühlte, als der Drummer sein Shirt auszog und seinen männlich-dominanten nackten Oberkörper zeigte. Ein Mann rief bei einer Lesung von Sarah Kuttner die Polizei, weil sie von einer „Negerpuppe“ aus ihrer Kindheit erzählt hatte – und diese als „30 Zentimeter reinen Rassismus“ bezeichnet.

Und immer wieder protestieren Studenten gegen das Zitieren bestimmter Wörter. So beklagte eine Frau bei einem Vortrag des Ethnologen Felix Riedel an der Uni Leipzig über Sklaverei, Kolonialismus und Rassismus, dass er das Wort „Neger“ so oft verwende, das verletze sie. Riedel hatte zu Beginn des Vortrags erklärt, er werde „im Zitat gewaltförmige Sprache nicht glossieren“, also nicht N-Wort sagen, wo in historischen Quellen „Neger“ steht. Die Frau und mehrere andere verliehen aus Protest den Raum. Riedel sagt im Nachhinein, er hätte ihr die Gegenfrage stellen sollen, „warum ihr die Verwendung des Wortes ‚Neger‘ im Zitat mehr Schmerzen bereitet als die davor erfolgte Darstellung der Ermordung und Versklavung von Millionen Menschen aus Afrika im Zuge der Sklaverei“.

Der Ethnologe findet die Debatte da richtig, wo Gewalt verschleiert wird, etwa wenn mit stilisierten Bildern amerikanischer Ureinwohner für amerikanische Produkte geworben wird, nachdem man diese Leute über Jahrhunderte enteignet und verfolgt habe. „Wo es aber um den globalen Austausch von Ästhetik geht, bei Dreadlocks oder Blues, da wird es kulturalistisch und oft auch wirklich absurd.“ Riedel beobachtet, dass die Theorie besonders Eifrigen teils als eine Art Ermächtigung dient. So wurde er in einem Online-Diskussionsforum von einer Italienerin blockiert, die sich selbst als „Person of Colour“ definiert – die für viele einzig akzeptable Bezeichnung für Menschen mit dunkler Hautfarbe. Als weißer Mann habe er kein Recht, in der Diskussion einen anderen Standpunkt einzunehmen als jenen, den die von Rassismus Betroffenen vertreten. Das „Silencing“ von Leuten, die aufgrund ihrer „Sprecherposition“ (weiß, männlich, heterosexuell, privilegiert) besser schweigen sollten, wird in linken Foren regelmäßig als Befreiungsakt gefeiert.

Das klingt jetzt schon nach Proseminar Politikwissenschaften. Mit dem Alltag meisten Menschen hat es nichts zu tun.

Es gibt aber Anzeichen dafür, dass die Empörung von Hörsälen, linken Veranstaltungen und Twitter aus in den Alltag schwappt. Zum einen sind postkoloniale Theorien – wie die von der Critical Whiteness – in den Sozialwissenschaften heute Standard. Die im Studium erworbenen Überzeugungen werden künftig immer mehr Menschen in ihre Jobs in Schulen,

Universitäten, Stiftungen, Verlagen, Redaktionen, Antidiskriminierungsprojekten und Fortbildungsinstituten mitbringen. Zum anderen wird Menschen in Debatten schon jetzt immer öfter ihre Hautfarbe und ihr Geschlecht vorgehalten.

Etwa Harald Martenstein. Der politisch liberale, aber nicht linke Kolumnist von „Zeit-Magazin“ und „Tagesspiegel“, der gerne linke Moralisten und politisch korrekte Sprache verspottet, wird dafür von vielen leidenschaftlich als „alter weißer Mann“ gehasst. Immer wieder bekommt er Leserbriefe, dass er sich aufgrund seines Geschlechts oder seiner Hautfarbe nicht zu einem bestimmten Thema äußern solle. Das findet er falsch. „Die Fragen, die eine Gruppe bewegen, bewegen natürlich immer auch die andere“, sagt Martenstein. „Wir leben ja in einer Gemeinschaft. Darum darf natürlich auch jeder was zu den Themen der anderen sagen. Es wird zurecht viel Kritisches über die Männer und die Weißen gesagt. Aber ein Angeklagter muss sich immer auch verteidigen können.“

Im Gespräch ist Martenstein abwägender als in seinen Kolumnen. Einmal beschrieb er das Verhalten der SPD als autistisch. Daraufhin protestierten Autisten, und Martenstein strich das Wort in der Online-Version. „Man sollte Menschen nicht kränken, wenn es sich vermeiden lässt“, sagt er. „Aber wenn wir jegliche mögliche Verletzung unseres Gegenübers ausschließen wollen, können wir gar nicht mehr offen miteinander reden. Wenn man missglückte Kommunikation ausschließen will, gibt es keine mehr.“

So aufgeheizt die Debatte im Westen ist, so entspannt wirkt sie anderswo. Vermeintliche kulturelle Aneignung wird jenseits der westlichen (Twitter-)Welt ganz anders wahrgenommen. Als die israelische Sängerin Netta es beim Eurovision Song Contest 2018 wagte, im Kimono aufzutreten, lief Twitter (im Westen) Sturm. Japanische Kommentare lauteten: „Kultur ist dafür da, gestohlen zu werden. Wenn sie das nicht wert ist, ist es keine Kultur.“ Und: „Wenn Leuten kulturelle Aneignung vorgeworfen wird, werden sie sich von unserer Kultur fernhalten, sie nicht verstehen und so leichter unsere Feinde sein.“ Ein Kommentar lautete einfach nur: „Westerners care too much about silly things.“

So auch im Fall der jungen Amerikanerin im chinesischen Kleid. Auf Weibo, dem chinesischen Twitter, klangen die Kommentare zum Thema ganz anders. „Das ist nicht kulturelle Aneignung, sondern kulturelle Anerkennung“, schrieb eine Chinesin. Und: „Kann jemand, der in Amerika lebt, dieses Mädchen wissen lassen, dass viele Chinesen denken, dass sie toll aussieht in diesem Kleid?“ Ein anderer Kommentar: „So lange es nicht verächtlich gemeint ist, gibt es kein Problem. Kultur kennt keine Grenzen. Und chinesische Kulturschätze verdienen es, in die Welt getragen zu werden.“

Natürlich: Nicht zuletzt an der AfD ist zu sehen, dass in Deutschland immer noch ziemlich viel gesagt werden kann, was nicht politisch korrekt ist und teils sogar antisemitisch, rassistisch, menschenverachtend. Und dass von rechts eine größere Gefahr für die freie Gesellschaft droht als von links. So sieht es auch Politycki, der für das Ideal einer diskriminierungsfreien Sprache durchaus Sympathie hat. Gleichzeitig sieht er seine schriftstellerische Freiheit eingeschränkt. Das kann man ernstnehmen, obwohl er ein Mann ist und obwohl er weiß ist. ◀

Jeremy Lam @jere_bare Folgen

My culture is NOT your goddamn prom dress.

14:34 · 27. Apr. 2018 aus Salt Lake City, UT

40.795 Retweets 176.456 „Gefällt mir“-Angaben

20 Tsd. 41 Tsd. 176 Tsd.

Niali @Yousanialli · 28. Apr. Antwort an @jere_bare

This is literally not offensive. It's not being used mockingly. People need to stop choosing to be offended by everything 😊 get over yourself.

43 322 10 Tsd.

Karlee @omfgkarlee · 28. Apr. Stop telling POC what they can and cannot be offended by.

307 90 1,7 Tsd.

Niali @Yousanialli · 28. Apr.

You don't have to be a poc to have a culture. Race and culture aren't really connected at all. I'm Irish. On our national day people go around in fake red beards and exaggerated clothing of what they think traditional clothing is here.

19 125 6,5 Tsd.

Karlee @omfgkarlee · 28. Apr. But you don't get to tell Jeremy what he's allowed to be upset about.

174 434

1 weitere Antwort

John Jacobs @itsJohnjacob · 28. Apr. Antwort an @jere_bare

I know it's becoming harder to believe, but I swear all liberals are not like this

49 84 3,2 Tsd.

„arby?“ wtf! @ikardarby · 28. Apr. etc it doesn't effect you you're not a POC

71 6 479

@sydcor · 28. Apr. Antwort an @jere_bare

omg how is this offensive. she's wearing it to a formal event

if this bitch wore a traditional African dress or Muslim attire y'all would be losing your fucking minds. this is no different.

and i guess we're just ignoring the third picture where they're all bowing, right?

118 31 698

LD @KingDaddyMello · 28. Apr.

That's a thing everyone does tbh. I've seen it hundreds of times. it's a pose but because she's wearing a Asian dress it's now racist 😊

5 666

emilie @gorrissey · 28. Apr.

Are you asian? Don't tell us what is and isn't offensive to us k thanks

68 1 164

Gabe @gabetugade · 28. Apr.

White ppl can't do or wear anything these days 🙄🙄

1 1 78

a @70sHarrie · 28. Apr.

white people have done enough, they'll be fine sweetie

2 24

Mick @MickLariviere · 1. Mai Antwort an @daumkeziiah

IDK. The fashion industry draws inspiration from all cultures and walks of life as do musicians, artists, architects, you name it - is that cultural appropriation? Are all the "offended" people here suggesting a person can't listen to traditional Chinese wedding music either?

4 53

DER TAG, DER MEIN LEBEN ÄNDERTE

Er schrieb einen Artikel über kulturelle Aneignung. Danach verlor der kanadische Autor seinen Job, wurde beleidigt, verurteilt und angefeindet. Hier fasst er das Drama zusammen.

Von Hal Niedzviecki



Verfemt: Hal Niedzviecki

Ich machte den Haushalt, ohne zu wissen, dass unversehens ein entscheidender Augenblick in meinem Leben gekommen war. Am Morgen war mein Schicksal besiegelt. In einem Telefongespräch mit dem Geschäftsführer des Schriftstellerverbandes, der meinen Artikel gelesen und redigiert hatte, verwies ich darauf, dass ich nichts Falsches und erst recht nichts Rassistisches geschrieben hatte. Er sagte, das sehe er auch so. Aber aus seinem Ton ging hervor, dass er mich am liebsten los würde. Er deutete an, dass es das Beste wäre, wenn ich zurücktrat.

Um eines Gedankenverbrechens für schuldig befunden zu werden, bedarf es in Kanada heute nur eines Tweets, in dem diese Anschuldigung erhoben wird. Kontext und Intention brauchen gar nicht erst erörtert zu werden. Vergangene Leistungen sind irrelevant. Die Ankläger brauchen nur eine Klageschrift vorzulegen. Man ist schuldig, sobald man angeklagt ist. Schnell folgen Verdammungsurteile in Gestalt von Likes, Retweets und Emojis, die Empörung signalisieren. Wer da nicht mitmachen will, muss den Mund halten, sonst ist er der nächste. Alles, was ich in diesem Augenblick zu meiner Verteidigung vorgebracht hätte, wäre irrelevant gewesen. Und tatsächlich war alles irrelevant, was ich vortrahe. Erstaunlicherweise ignorierte man auch meine Arbeit als Gründer und Herausgeber des Magazins „Broken Pencil“, das sich der För-

derung neuer und randständiger Stimmen widmet. In den vergangenen 20 Jahren habe ich dazu beigetragen, Tausende von Magazinen, Comics und Büchern schwarzer und indigener Autoren einem breiteren Publikum bekannt zu machen – ein Detail, auf das man nicht einging.

Ich wurde unversehens geächtet, und zwar in einem Prozess, der zu zwei Dritteln Kulturrevolution und zu einem Drittel Kafka war. Ohne einen Blick auf mein Lebenswerk oder auch nur den fraglichen Artikel zu werfen, distanzierte sich das literarische Establishment von mir.

Aber letztlich ist die allgemeinere Bedeutung des Vorgangs besorgniserregender als meine persönlichen Unannehmlichkeiten. Ich habe das letzte Jahr so verbracht, wie ich es immer getan habe: Ich schreibe an einem Roman und arbeite mit wunderbaren Menschen zusammen, um eine Literaturzeitschrift herauszugeben. Weiter halte ich an meiner Überzeugung fest, dass Schriftsteller die Freiheit haben müssen, aus jeder Perspektive zu schreiben – und dass die Früchte ihrer Erkundungsarbeit zu einem besseren Verständnis und zu größerer Empathie in der Gesellschaft führen werden.

Dafür stehe ich. Ich bin mir nicht sicher, wofür die kulturellen Institutionen stehen, die mich eilends über Bord geworfen haben. Ein Schriftstellerverband, der wegen unausgeglichener Tweets einen Artikel tilgt und dessen Autor feuert? Ein solcher Verband steht für gar nichts außer für sein sinnloses Überleben. Presse, Radio und Fernsehen druckten mein Fahndungsfoto auf Titelseiten und holten meine Ankläger in Sendungen.

Den Kulturverbänden Kanadas fehlt offenbar jegliches Rückgrat. Das zu erkennen war erschreckender, als mit ansehen zu müssen, wie Menschen, die einst behaupteten, meine Kollegen zu sein, meine Karriere zu zerstören versuchten. Ebenso erschreckend, dass all dies echten Rassen und Hasspredigern in die Hände spielt. Heute noch nutzen Einzelne die überzogene Reaktion auf den Artikel als Beispiel für die angebliche Verfehlung der weißen Rasse. Ich empfinde nur Verachtung für diese Leute, die sich nicht entblödeten, mich nach dem Aufruf in Radiosendungen einzuladen und um Gastbeiträge für Blogs zu bitten.

Ich bin Kanadier in der ersten Generation und ein Jude, dessen Großeltern im Holocaust alle und alles verloren. Mein Vater wurde in einem sowjetischen Arbeitslager geboren. Ich empfinde großes Mitgefühl für die indigenen Völker in Kanada, die – wie meine Familie – einen Völkermord erlitten haben. Aber ich hörte und sah bei meinen Großeltern und Eltern aus erster Hand, was aus Gruppendenken, aus reflexartiger Suche nach einem Sündenbock und aus Zensur entstehen kann – ganz gleich, woher sie kommen und auf welcher Seite des politischen Spektrums sie sich selbst verorten. Was ich als stummer Beobachter im Zentrum eines Tornados erlebte, ähnelte eher den Denunziationen in Maos China als einem vernünftigen Gespräch.

Die Folgen dieses Geschehens sind tragisch. Mehrere nichtindigene Autoren haben mir gesagt, dass sie Projekte aufgegeben hätten, in denen indigene Figuren vorkamen. Ein Schriftsteller, dessen Buch nach dem Skandal herauskam und indigene Figuren enthält, wurde gnadenlos kritisiert. Auch andere Autoren, die in Kanada leben, haben finanzielle und emotionale Folgen zu spüren bekommen, weil sie es wagten, eine vernünftige Meinung zu äußern. Auch in diesen Fällen unterließen es die kulturellen Organisationen Kanadas, für Künstler jeglicher Glaubensrichtung und Kultur einzutreten, die von ihrem Recht auf freie Meinungsäußerung Gebrauch machten. Das führte zu Schweigen, Angst und Polarisierung.

Ich werde es nicht akzeptieren, dass wir der Meinungsfreiheit Grenzen setzen, weil es die fordern, die am lautes-ten schreien. Ich vermag auch nicht zu erkennen, wie die Beschränkung der Meinungsfreiheit den indigenen Völkern Kanadas helfen könnte, in ihrem Kampf für Selbstbestimmung und ökonomische Chancen ohne Zerstörung der Umwelt und bei ihren drängenden Bedürfnissen wie Gesundheitsversorgung und sauberem Wasser. Tatsächlich dürfte eher das Gegenteil der Fall sein.

Aus dem Englischen von Michael Bischoff.

FOTO: FRED LUMPHREY/GLOBE AND PUNK



SITZSYSTEM LAWRENCE | DESIGN RODOLFO DORDONI

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

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

AUCH BEI ANDEREN AUTORISIERTE HÄNDLERN UND IN ANDEREN STÄDTEN.

PLZ 01121/3/4/5 HANDELSAGENTUR STOLLENWERK - T. 0221 2828259 - TIM.STOLLENWERK@WEB.DE

PLZ 6778/9 HANDELSAGENTUR RIEXINGER - T. 07121 325953 - INFO@HANDELSAGENTUR-RIEXINGER.DE

Minotti
70 YEARS



Frisch gewaschen: Ariane Golpira fördert Gold aus dem Fluss.

Ariane Golpira liebt das Geräusch des Hubschraubers. Der Propeller macht Chick-Chick-Chick, und für sie ist es der Klang von Spannung und Rettung zugleich. „Zuerst freust du dich, wenn der Hubschrauber dich aussetzt“, sagt sie. In Papua-Neuguinea, im Dschungel. Dort, wo man Tage braucht, um sich 100 Meter durch den Urwald zu kämpfen. Wenn der Hubschrauber Ariane Golpira absetzt, ist sie sechs Monate lang weg. Wirklich weg, fernab der Zivilisation. Manchmal sind es acht oder neun Monate. Wenn sie sich im Dschungel von Papua-Neuguinea einen Tee machen will, muss sie erst zum Fluss, Wasser holen. Sie muss es zurücktragen, Feuer machen und das Wasser erhitzen. Für eine Tasse Tee. Sie hat im Urwald natürlich kein Handy, sondern nur ein Satellitentelefon, von dem sie sich hin und wieder melden kann. „Und plötzlich kommt der Hubschrauber wieder und holt dich ab. Das ist so toll. Dann hast du eine heiße Dusche, ein Bett, eine Cola, Licht zum Anknippen statt einer Petroleumlampe, Altöl oder Kerzen.“

Seit knapp 30 Jahren ist das ihr Leben. Ariane Golpira und ihr Partner Michael sind Goldgräber oder genauer: Goldwäscher. Sie fördern Gold aus dem Fluss, statt es aus Bergen herauszusprennen, was für Mensch und Natur ein nicht unerheblicher Unterschied ist und später noch wichtig werden wird. Das Paar hat in den vergangenen Jahren im südamerikanischen Regenwald in Peru gearbeitet und im Urwald von Papua-Neuguinea. 27 Expeditionen waren es. Bei der ersten war Golpira 31 Jahre alt, seither gab es kein Jahr ohne. „Für mich geht das Jahr mit der Expedition los, im März, April, und es endet im September, Oktober.“

Jetzt ist Ariane Golpira, die ursprünglich aus Süddeutschland kommt, in einem Alter, in dem andere Menschen in Deutschland so langsam an den Ruhestand denken. Hat sie sich auch mal durch den Kopf gehen lassen, im vergangenen

Die Goldgräberin

Seit fast 30 Jahren wäscht Ariane Golpira am anderen Ende der Welt Gold aus den Flüssen. Zwischenbilanz eines Dschungellebens.

Von Jennifer Wiebking



Der Ruf der Rothhaarigen: Ariane Golpira wird häufig als Heilerin gesehen.

Jahr. Wenn sie nicht im fernen Dschungel arbeitet, ist sie vor allem in Düsseldorf verwurzelt, und so sitzt sie nun an einem warmen Tag in der Düsseldorfer Küche ihrer 34 Jahre alten Tochter Gisa – ist aber schon wieder so gut wie auf dem Sprung.

Es ist nicht so, dass Ariane Golpira dann einen Rucksack schultert und loszieht. Allein 45 Kilogramm Medikamente nimmt sie mit. „Wenn ich für eine Expedition einkaufen gehe, folgt mir ein Lastwagen, wir müssen ja alles für Monate am Ort haben.“ Eine Tonne Reis, 400 Kilogramm Zucker. Es ist so gesehen noch nicht mal ein gewöhnlicher Hubschrauber, der Ariane Golpira im Dschungel absetzt. Es ist ein Lasten-Hubschrauber, bepackt mit allem, was man für mindestens ein halbes Jahr allein im Wald braucht: Einrichtung, Mehl, Öl, Benzin. Denn am Ende einer Expedition wollen Ariane Golpira und ihr Partner Michael ja mit Gold zurückkommen. Es ist ihre Existenzgrundlage.

Das Gold, das die beiden fördern, liegt im Naturhistorischen Museum in Wien. Es geht an Sammler, die ihre Nuggets dann wie Trophäen in einem begehbaren Safe aufstellen. Ariane Golpira sagt, sie habe ganz reiche und ganz bescheidene Kunden. Solche, die zwei Jahre auf ein Armband warten, weil es nicht die Nuggets gibt, die sie sich wünschen, und solche, die zwei Jahre lang darauf sparen, weil sie es sich erst dann leisten können. Die wichtigste Abnehmerin des Goldes aber ist ihre Tochter, Gisa Golpira, die seit fünf Jahren aus Nuggets Schmuck fertigt.

Auch ihre Vergangenheit ist der Dschungel. Sie war dabei, als die Mutter sich gerade an das Goldwäscher-Dasein herantastete. „Ich konnte kein Spanisch, nicht fischen, nicht jagen, nicht Gold waschen“, sagt Ariane Golpira. „Du weißt in einer solchen Situation nur, dass im Wald überall Schlangen sind, Moskitos, Kakerlaken. Du gehst unter einem Baum hinweg, plötzlich fällt etwas runter, und das ist dann eine drei Meter lange Schlange.“

FOTOS: PRIVAT (D. HERSTELLER)



Starke Nerven: Bei der Goldsuche fällt Ariane Golpira auch mal eine Schlange in die Hand.

Drei Sekunden früher, und das Ding wäre eine neue Halskette gewesen.“ Wie das für sie war? „Furchtbar.“ Ariane Golpira lacht trotzdem. „Darum geht es ja, sich zurechtfinden im Urwald.“ Wenn man einen Eingeborenen aus dem Dschungel hier ans Steuer eines Mercedes setzen und auf die Autobahn schicken würde, wäre der innerhalb von wenigen Minuten tot.“

Ariane Golpira und ihre Tochter Gisa mussten vieles neu lernen. Und sie mussten Spanisch sprechen. Für Gisa war das einfacher, als Kind verstand sie den Urwald intuitiv. Anders als ihre Mutter. Als die Tochter ins Grundschulalter kam, begann die Mutter, sie im Urwald zu unterrichten. Sie brachte ihr Lesen und Schreiben bei, Addieren und Subtrahieren. „Wenn wir hier zum Schultest gingen, war Gisa immer weiter.“ Die Tochter erinnert sich daran, wie sie im Kanu das Alphabet geübt haben. Der Urwald sei ein guter Ort für Kinder, sagen beide. Werte und Moral würden stimmen, und man bekomme ein Gefühl für die Natur.

Der Urwald sei zugleich aber ein sichtsloser Ort für Kinder. „Was macht man mit 20 Jahren, wenn man dann zwar mit Tieren sprechen, aber nicht studieren

meldete ihre Tochter vom Kindergarten ab und zog mit ihr nach Peru. „Wir haben dann zusammen den Urwaldführerschein gemacht.“ Darum geht es ja, sich zurechtfinden im Urwald. „Wenn man einen Eingeborenen aus dem Dschungel hier ans Steuer eines Mercedes setzen und auf die Autobahn schicken würde, wäre der innerhalb von wenigen Minuten tot.“

Ariane Golpira und ihre Tochter Gisa mussten vieles neu lernen. Und sie mussten Spanisch sprechen. Für Gisa war das einfacher, als Kind verstand sie den Urwald intuitiv. Anders als ihre Mutter. Als die Tochter ins Grundschulalter kam, begann die Mutter, sie im Urwald zu unterrichten. Sie brachte ihr Lesen und Schreiben bei, Addieren und Subtrahieren. „Wenn wir hier zum Schultest gingen, war Gisa immer weiter.“ Die Tochter erinnert sich daran, wie sie im Kanu das Alphabet geübt haben. Der Urwald sei ein guter Ort für Kinder, sagen beide. Werte und Moral würden stimmen, und man bekomme ein Gefühl für die Natur.

Der Urwald sei zugleich aber ein sichtsloser Ort für Kinder. „Was macht man mit 20 Jahren, wenn man dann zwar mit Tieren sprechen, aber nicht studieren

gehen kann“, sagt Gisa Golpira. In der zweiten Klasse zog das Mädchen deshalb zu ihrem Vater, nach Meerbusch, in einen beschaulichen Vorort von Düsseldorf.

Der Moment, an dem sich die Mutter von der Tochter trennte, war so schwer, dass die Mutter noch heute nicht darüber sprechen möchte. Immerhin, nach jeder Expedition kehrte sie nach Deutschland zurück.

Bevor es losgeht, bevor Ariane Golpira mit den 45 Kilogramm Medikamenten im Urwald ankommt, mit den 400 Kilogramm Zucker und der Tonne Reis, bevor ein Team aus Goldgräbern zusammengestellt ist, mit dem sie und ihr Partner arbeiten, geht es nur für sie beide los. „Mit Spitzhacke, Schaufel, Pfanne und Zelt, so wie man sich das vorstellt.“ Auch dafür lassen sie sich mit einem Flugzeug absetzen, mit einer Cessna, und vereinbaren einen Treffpunkt ein paar Wochen später. Bis dahin gibt es keine Kommunikation. So konnte die Cessna auch nicht früher kommen, als Ariane Golpira Ende der neunziger Jahre bei einer Tour mal eine drei Meter steile Felsklippe heruntergestürzt war. Wenn sie davon erzählt, klingt das gar nicht wie ein schwerer Unfall. „Ich

konnte die Knie nicht mehr nach vorne beugen und habe mir überlegt, wie ich es jetzt bis zum Treffpunkt schaffe. Wir mussten ja raus, also geht es darum, eine Lösung zu finden. Sonst kannst du dich hinlegen und sterben.“ Golpiras Idee: „Ich bin rückwärts gegangen.“ Das konnte sie noch. Den ganzen Weg raus aus dem Dschungel von Papua-Neuguinea bis in das Dorf, in dem sie mit dem Piloten verabredet waren. „Dort haben sie geschaut, als wären wir vom Himmel gefallen.“

Es wird nicht nur daran gelegen haben, dass Ariane Golpira sich ausschließlich rückwärts fortbewegen konnte, sondern auch daran, dass die Cessna nicht angekommen war. „Der Pastor im Dorf konnte ein bisschen Englisch und bot uns an, im Haus zu übernachten. Aber wir hatten ja das Zelt dabei.“ Sie kamen ins Gespräch. „Ich fragte, woran er glaube. Da guckte er mich an und sagte: Jetzt weiß ich es, du bist die Prüfung.“ Daraufhin hat er mir die gesamte Schöpfungsgeschichte erzählt.“ Über Stunden. Es wurde Nacht. „Ich habe immer gesagt, es sei okay, aber er sagte, nein, er würde mir das jetzt alles erzählen.“ Ein Missionar hatte ihm mal gesagt, eines Tages würde jemand kommen und ihn danach fragen. Als die Cessna am nächsten Mittag kam, erzählte der Pastor noch immer.

Werden sie und ihr Partner in einem Gebiet fündig, planen sie den Einsatz. Die teuerste Expedition kostete einmal 160.000 Mark, gut 25 Personen waren daran beteiligt. „Dann muss man mit den Menschen dort sprechen: Wollt ihr uns überhaupt?“ Man benötigt eine Genehmigung des Bergbauministeriums und den Schutz des Klans. Was man nicht gebrauchen kann: Angst. „Angst führt zu Fehlverhalten“, sagt Ariane Golpira. „In Peru zum Beispiel regieren noch Machos. Das gefällt mir in Papua-Neuguinea besser. Alles ist im Familienklan organisiert, und wenn man darin aufgenommen wird, ist man ein Wantok. Das bedeutet: Du sprichst unsere Sprache.“ Es ist wörtlich



Selbsthilfe: Im Camp der Goldwäscher wird aus einem leeren Benzinfass ein Backofen.

Die Goldgräberin

gemeint, denn in keinem Land der Welt gibt es mehr Sprachen. Auf 8,3 Millionen Einwohner kommen fast 850 Stammesprachen. Alle 30 Kilometer gebe es bisweilen eine andere.

Ariane Golpira und ihr Partner sind oft die ersten Goldgräber, die die Einheimischen bei sich sehen. Bei der Expedition arbeiten sie gewöhnlich mit Männern des entsprechenden Klans zusammen. Ein bis zwei Männer nehmen sie immer mit aus der Hauptstadt, am Ort arbeiten sie mit den Dorfbewohnern, denen das Stück Land gehört, auf dem sie nach Gold suchen. Etwa 15 Menschen sind dann im Camp damit beschäftigt, das Gold zu fördern. Monatelang haben sie nur sich.

„Wir versuchen immer, oberhalb der Moskito-Grenze zu sein. Bis 1200 Meter Höhe gibt es Malariamücken.“ Zum Goldwaschen sind Maschinen nötig, vor allem die Dredge. „Im Grunde genommen ist das wie bei einem Staubsauger: Die Dredge steht im Fluss, filtert das Gestein. Gold ist schwer und bleibt hängen, die Steine fließen zurück in den Fluss.“ Und man braucht Benzin. „Sobald der erste Tank leer ist, machen wir daraus einen Backofen. Einmal die Woche backe ich dann. Immer samstags.“

Zu jeder Expedition baut sich Ariane Golpira einen neuen Backofen. Und sie zieht Radieschen. „Die brauchen sechs Wochen, deshalb muss man sie schon in den ersten Tagen pflanzen.“ Sie nehmen auch lebende Hühner mit ins Camp, manchmal Ferkel. Es gibt genug Fisch zu fangen. Aber man muss ihn gleich dort räuchern, damit er sich hält. „Wenn man



Partnerschaft: Ariane Golpira mit Michael

etwas essen möchte, muss man sich selbst darum kümmern.“

Was sie erarbeiten, teilen sie, nach Abzug der Unkosten, durch zwei. Die eine Hälfte geht an den Klan, die andere an die Initiatoren, an Ariane Golpira und Michael. Es ist auch ein Gegenmodell zur Goldgewinnung durch Quecksilber, die es ebenfalls in Papua-Neuguinea gibt. Dabei wird oft für eine Tonne Gold eine Tonne Quecksilber verbraucht. Darunter leiden Mensch und Natur. Kinder müssen mit Missbildungen leben, denn das Quecksilber schädigt das Erbgut der Mütter. „Schwänze statt Füße“, sagt Ariane Golpira. Besonders in Peru hat sie Schlimmes gesehen. Die Förderung von Gold ist nicht umsonst so umstritten. Das Gold, das die Natur ohnehin frei gibt, das von den Bergen die Flüsse hinabtreibt und von Ariane Golpira und ihrem Partner herausgewaschen wird, heißt deshalb auch Grünes Gold.

„Man lässt sich total fallen in diese Welt, und dann kommt man hierher, und es ist wie ein Horror“, sagt Golpira. „Die Autos fahren für mich dann so schnell, dass ich noch nicht mal die Automarken erkennen kann.“ Als in Düsseldorf am Hauptbahnhof irgendwann Fahrkartenautomaten standen, verstand sie die nicht. „Aber dafür weiß ich, wie ich ein Huhn mit bloßen Händen töte.“

Ariane Golpira ist verantwortlich für die Menschen in ihrem Camp und längst



Kassensturz: Nuggets aus dem Dschungel

auch für die Menschen drumherum. Wegen ihrer langen roten Haare ist sie dort schnell die Heilerin. „Ich operiere auch im Urwald“, sagt sie, die nie Medizin studiert hat. Aber sie hat Lahmen geholfen, Würmer entfernt und einer Frau sogar das Leben gerettet. Damals waren sie in Peru, bei den Huambisa-Indianern. „Da kam ein Kanu mit einem Mann und seiner Frau. Sie hatte gerade ein Baby bekommen, verdrehte die Augen, war kaum noch ansprechbar. Der Mann sagte, sie habe etwas zwischen den Beinen, und sie wüssten nicht, was es ist. Jetzt seien sie hier, denn sie hätten von mir gehört, von der Rothaarigen.“ Ariane Golpira untersuchte die Frau. „Die Schamlippen waren kaum noch zu sehen, stattdessen war da eine Blase so groß wie ein Ball.“ Ein Bluterguss in Folge der Geburt. Ein Lokalanästhetikum hat sie immer dabei. „Allein wenn die Stelle berührt hat, musste die Frau schon schreien.“

Was in jenem Jahr allerdings fehlte, war ein Skalpell. Also nahm sie eine Rasierklinge und umwickelte sie mit Tesa-Film. In dem Moment fragte ihr Partner, was genau sie da vorhabe. „Ich sagte, ich sei dabei, eine Operation vorzubereiten, wir müssten hier einschreiten, sonst stirbt die Frau. Und er entgegnete, ob ich wüsste, wo wir seien, nämlich bei den Huambisa-Indianern. Sie würden uns den Kopf abschneiden, wenn das schiefgeht. Wir würden als Schrumpfköpfe enden.“ Ariane

Golpira überredete ihn, trotzdem zu handeln. „Und dann verließ mich der Mut.“ Golpira instruierte ihren Partner, was er tun sollte. Es ging gut. „Die Frau stieß einen Seufzer der Erleichterung aus, und da wussten wir, dass wir auf dem richtigen Weg sind.“ Golpira desinfizierte und tamponierte die Wunde. „Und wissen Sie, was der Mann dann als erstes gefragt hat? ‚Wann darf ich die wieder benutzen?‘“

Golpira sagte, erst einmal gar nicht, und sechs Wochen später auch nicht und nur dann, wenn die Frau das auch wünsche. Ein paar Tage später war die Familie, die bis dahin im Camp geblieben war, einfach weg. „Die Frau war weg, das Baby, der Mann, das Kanu waren weg. Ein bisschen gewirrt hat es mich schon, dass sie noch nicht mal Danke gesagt haben.“ Dann, die Expedition war fast vorüber, kam zwei Wochen vor Aufbruch wieder das Kanu an. „Sie haben gefragt, ob sie ihr Baby Miguel nennen dürften. So haben sie sich schließlich bedankt.“

In ihren knapp 30 Expeditionsjahren hat Ariane Golpira auch lange eine Schusswaffe bei sich getragen. Die braucht sie heute nicht mehr. „Ich bin so ausgebildet, dass meine Hände töten können“, sagt sie. Sie hat einen festen Blick. Selbstbewusstsein ist auch ein Selbstschutz. Trotzdem, ist bald mal Schluss mit Urwald, nach knapp drei Jahrzehnten?

„Vergangenes Jahr habe ich gesagt: *never ever*.“ Dann sollte die Expedition, vor der sie jetzt steht, ihre letzte sein. Die Gesundheit hat nicht mehr mitgemacht, die Füße. Ariane Golpira war in diesem Frühsommer auch in Deutschland, um sich operieren zu lassen. Ist alles gut gegangen. „Wenn meine Gesundheit wieder hergestellt ist, wenn ich keine aufwendigen Erkundungstouren mehr machen muss, sondern mir einen kleinen Hub-schrauber nehme – wer weiß, was der da oben meint. Vielleicht mache ich das bis zum letzten Atemzug. Ich habe Gottvertrauen.“

„Ich bin ein kleiner Öko“

Die Tochter Gisa Golpira dreht ihre Familiengeschichte mit einem Schmucklabel weiter

Gisa Golpira erinnert sich noch an den Tag, an dem sie mit ihrer Mutter in Lima landete. Sie war damals vier Jahre alt, und Ariane Golpiras Partner Michael war nicht allein, als er sie empfing. Er hatte einen Affen auf dem Arm, Isauro. „Das war mein erster Freund“, sagt Gisa Golpira. „Er hat mich begleitet.“

Der Dschungel lehrte sie, mit Tieren zu kommunizieren, Geräusche zu deuten, Schatten zu lesen. Und über den Dschungel kam sie 25 Jahre später auch auf die Idee für ein eigenes Label, das ihre Familiengeschichte weiterführt. Mit Goldnuggets zeitgemäßen Schmuck zu fertigen – diese Idee trieb Gisa Golpira nach dem Studium und einem ersten Job in der Einkaufsabteilung des Kaufhauses Galeries Lafayette recht bald, vor fünf Jahren, in die Selbständigkeit. Seitdem verarbeitet sie die Nuggets, die sie vornehmlich von ihrer Mutter bezieht, zu Ketten und Armbändern, zu Ringen und Ohrringen.

Die Nuggets der 34 Jahre alten Schmuckdesignerin werden zum Beispiel bei Andreas Murkudis in Berlin verkauft, und modebewusste Frauen tragen sie. „In den Neunzigern hat man Nuggets wiederentdeckt“, sagt Golpira. „Bis dahin wurden sie meistens eingeschmolzen, was Quatsch war.“ Denn kein Nugget gleicht dem anderen, dank der Natur. Und vor allem ist es kein schmutziges Gold.



Gold, aber fair: Gisa Golpira

Bei den Nuggets handelt es sich um Waschgold, das sei immer umweltfreundlicher. „Man braucht kein Quecksilber. Bei meinen Eltern kann ich mir sicher sein, dass ich ihnen vertrauen kann.“ Nur hat sie das Problem, dass sich die Mutter irgendwann zur Ruhe setzt. Nachweise und Zertifizierungen helfen da nur bedingt weiter. „Ich möchte mir das selbst anschauen.“ Gisa Golpira ist jetzt auf Feingold aus Finnland gestoßen, dem einzigen Land in Europa, in dem Goldgräber immer noch mit der traditionellen Waschmethode Gold finden. „Wenn mein Kunde mich fragt, woher meine Nuggets kommen, ist es mir wichtig, den ganzen Produktionsweg aufzeigen zu können.“

Die Goldförderung gilt als eine der kriminellsten Industrien der Welt. Gold aus Minen kann Landstriche und Men-

schenleben zerstören. „Es gibt eine Mine in Papua-Neuguinea, die so groß ist, dass Astronauten aus dem Weltraum einen riesigen Krater sehen können.“ Chemische Giftstoffe werden in Flüsse geleitet. Gisa Golpira ist nicht die einzige Designerin, die es besser machen will. Chopard verarbeitet seit Juli ausschließlich verantwortungsvoll gewonnenes Gold. Golpira sieht das nicht als Konkurrenz. „Wenn die Konsumenten hinterfragen, was im Urwald passiert, wenn sie dafür ein Bewusstsein entwickeln, kann das nicht verkehrt sein.“

Fair gehandeltes Gold ist ein erster Schritt. Das Siegel, das es hierzulande erst seit wenigen Jahren gibt, zeigt an, dass Arbeiter Schutzkleidung tragen, dass sie eine Versicherung und ein Einkommen haben, auch wenn sie nichts finden, und dass Kinderarbeit verboten ist. „Aber“, sagt Gisa Golpira, „das ist noch nicht *fair mined*. Da hat man noch die Chemie. Für einen einzigen Ring werden bis zu 18 Tonnen davon in den Fluss gepumpt. Wenn meine Eltern auf Expedition gehen, reisen sie mit insgesamt 15 Tonnen Gewicht.“

Trotzdem: Gisa Golpira sagt auch, jeder kleine Schritt in die richtige Richtung sei wertvoll. „Ich interessiere mich für Mode, ziehe Lederschuhe an, aber ich treffe zugleich jeden Tag bewusste Entscheidungen. Ich bin auch ein kleiner Öko.“



Kein Nugget gleicht dem anderen: Ringe und Ohrringe von Golpira



NATURAL FUR

THE RESPONSIBLE CHOICE

WEAREFUR.COM



SOPHIA LUCIE SMITH
WRITER AND BLOGGER

#FURNOW





Banjooli: Der Stuhl, Teil der M'Afrique-Kollektion von Moroso, erinnert mit seinen ausladenden Lehnen an einen afrikanischen Strauß bei der Balz. Er wird in Dakar in Senegal produziert.

Herr Herkner, Sie haben Industriedesign an der Hochschule für Gestaltung in Offenbach studiert, setzen aber besonders auf traditionelles Handwerk. Woher kommt Ihre Faszination dafür?
Wir sind als Kinder viel mit unseren Eltern durch Europa gereist, haben mal die Handschuhstadt Millau, mal die Nougatstadt Montélimar in Frankreich besucht – Städte, die bekannt für altes Handwerk sind. So fing es an.

Gibt es in Ihrer Familie Handwerker?
Mein Großvater war eigentlich Schuster, hat aber nach dem Krieg als Briefträger gearbeitet.

Welchen Einfluss hatte die Hochschule hier in Offenbach?
Zunächst einmal ist Offenbach ja die deutsche Lederstadt. Davon ist aber fast nichts mehr übrig außer dem Ledermuseum. So habe ich mich schon als Student gefragt: Wie kann es sein, dass so ein altes Handwerk keine Wertschätzung mehr genießt und ausstirbt?

Und die Hochschule selbst?
Nach dem Grundstudium hatte ich mich auf Möbel spezialisiert. Als ich dann 2009 zur Plattform für Nachwuchsdesigner in Mailand, dem Salone Satellite, eingeladen wurde, stellte sich die Frage: Was zeige ich? Ich entschied mich für den Tisch Bell, auch weil ich einen perfekten Prototypen präsentieren wollte, ohne große Kosten zu haben. Das funktioniert nur übers Handwerk.

Der Tisch besteht aus mundeblasenem Glas.
Genau. Und er hat ein Oberteil aus gedrücktem Metall. Zwei alte Handwerke, bei denen die Werkzeugkosten für mich überschaubar waren. Außerdem hat der Metall-drücker Jürgen Cloos seine Werkstatt ganz in der Nähe, in Bad Vilbel. Bis ich eine Glasbläse gefunden hatte, die den Glasfuß des Tisches herstellen kann, dauerte es ein paar Wochen. Schließlich fand ich die Glasmanufaktur von Poschinger in Frauenua im Bayerischen Wald, die älteste der Welt, die noch in Familienbesitz ist. Sie wurde 1568 gegründet, sprich vor 450 Jahren.

Handwerk scheint auch bei anderen Industriedesignern wieder mehr Wertschätzung zu finden.



Circo: Dieser Stuhl aus Stahlrohr, das mit Pulver beschichtet ist, und buntem Kunststoffgeflecht wird für Ames in Santa Marta hergestellt. Auch Pflanzgefäße gehören zur Kollektion.



Was auch mit den Kosten zu tun hat.
Ich denke, der Hauptgrund für die Produktion in Asien ist das einzigartige Know-how des Flechtens und Arbeitens mit Fasern. Das ist kulturgeschichtlich dort sehr verankert, stärker als in Europa.

Andererseits fördern Sie Handwerksbetriebe im Ausland. Sie suchen inzwischen bewusst nach kleinen Manufakturen und lassen sich bei Ihrer Arbeit inspirieren. Wie kam es dazu?
Das fing mit Patrizia Moroso und ihrer M'Afrique-Kollektion an. Sie hatte die Idee, Designer zu bitten, Produkte zu entwerfen, die von Handwerkern in Dakar in Senegal hergestellt werden. Ich wurde wohl auch wegen meiner Leidenschaft fürs Handwerk gefragt. So entstand 2013 der Stuhl Banjooli aus geflochtenem Fischernetz und zuletzt die Seku-Kollektion.

Wie sind Sie nach Kolumbien gekommen?
Über die Marke Ames, die von Ana María Calderón Kayser 2006 gegründet wurde. Sie ist in Kolumbien aufgewachsen und lud mich ein, Kolumbien zu erkunden. Wir fuhren mit dem Bus durchs Land und suchten nach kleinen Betrieben. Ich arbeitete mit den Handwerkern für einige Tage, verbrachte Zeit mit ihnen, beschäftigte mich mit ihren Traditionen. Überall lernte ich neue Herstellungstechniken kennen. Zuletzt war ich mit Ana María in einem Dorf, in dem Teppiche aus Fique, der Faser einer Agavenart, geflochten werden. Die ersten Entwürfe sind gerade fertig und werden im Januar präsentiert.

In Kolumbien lässt sich preiswerter produzieren als hier.
Ich muss natürlich schauen, ob ein Produkt von den Kosten her Sinn macht. Ein handgeknüpfter Fique-Teppich kann nicht 8000 Euro kosten, dann kauft ihn keiner. Mehr als 2000 Euro dürfen es nicht werden. Ich will zeigen, dass von Hand gefertigte Produkte erschwinglich sein können, wie zum Beispiel unsere Barro-Gefäße aus schwarzer Keramik.

Das funktioniert auch in großen Stückzahlen?
Ja, denn es sind Familienbetriebe. Bei einer größeren Bestellung werden einfach Tanten und Onkel zusammengesammelt oder auch andere Dorfbewohner. So wachsen die Betriebe übrigens auch.



FOTOS SEBASTIAN HERKNER © HERSTELLER



Barro: Die Serie aus schwarzer Keramik für Ames, zu der Schüsseln, Schalen, Teller und Vasen mit besonderen Prägungen am Rand gehören, wird von Hand in Tolima in Kolumbien gefertigt.

Es entstehen neue Arbeitsplätze.
Genau. Viele junge Leute haben die Dörfer verlassen und sind in Großstädte wie Bogotá gezogen. Dort haben sie kaum Chancen, weil ihnen die Bildung fehlt. Sie haben aber das Handwerk ihrer Eltern erlernt und arbeiten eben jetzt für uns am Rand von Bogotá. Dabei stellen sie fest, dass ihre Arbeit wertgeschätzt wird und sie respektiert werden. Die Nachfrage an den von ihnen gegründeten Manufakturen wächst. Der Vorteil: Sie haben ein gutes Auskommen und können in der Großstadt leben.

Wer legt die Preise für die Arbeit fest?
Die Handwerker. Wir müssen nur schauen, dass es ein Preis ist, der zu unserer Kalkulation passt. Ana María



In Hongkong: Sebastian Herkner mit Schaukelstuhl Mbrace

achtet sehr darauf, dass Arbeitsbedingungen und Löhne fair sind. Zudem investiert sie auch, zum Beispiel in neue Webstühle. Man darf das nicht unterschätzen, die Lebenshaltungskosten in Kolumbien sind schon höher als in den Philippinen und in Indonesien.

Dort produziert der Outdoor-Möbelhersteller Dedon, für den Sie die Mbrace-Kollektion entworfen haben.
Dedon hat auf der Insel Cebu in den Philippinen ein Werk mit mehr als 1000 Mitarbeitern, vor allem Flechter, die auch in eigenen Werkstätten arbeiten.



Mbrace: Aus zertifiziertem Teakholz besteht das Gestell dieser Outdoor-Möbelserie. Die Sitzflächen aus der Dedon-Faser werden auf der Insel Cebu in den Philippinen von Hand geflochten.



Caribe: In Santa Marta an der kolumbianischen Karibikküste entdeckte Herkner Stühle aus Stahlrohr und Kunststoffäden. Daraus entstand eine neue Kollektion für Ames. Die Webtechnik nennt sich Mompolino und ist typisch für die Region.



Dedon fördert ihre Ausbildung. Das Ganze ist sozial aufgebaut, es gibt eine Kantine mit freiem Essen, die Angestellten werden mit Bussen zur Arbeit gebracht und wieder nach Hause.

Gibt es Gemeinsamkeiten bei Ihren Produkten?
Sie sind alle sehr unterschiedlich, da ich mich stark nach der jeweiligen Marke richte und nicht versuche, ihnen etwas unterzujubeln. Das Produkt muss meine Handschrift tragen und zur Firma passen.

Wie würden Sie Ihre Handschrift beschreiben?
Ich verwende bei allen Produkten nachwachsende Materialien – mit der Ausnahme Marmor. Glas, Metall, Holz sind wiederverwertbar, genauso wie übrigens die Faser aus Polypropylen, die bei meinen Outdoor-Kollektionen für Dedon eingesetzt wird, weil sie den Wetterbedingungen standhält. Die Fique-Teppiche sind sogar kompostierbar. Selbst in einem vermeintlich industriell gefertigten Produkt wie dem Thonet-Stuhl 118 steckt viel Handwerk. Der Sitzrahmen besteht aus Bugholz, das Holz wird von Hand in Form gebogen.

Ihre von Hand gefertigten Produkte sind alle massentauglich.
Ja, was auch wichtig für mich als Designer ist. Ich werde pro Stück bezahlt. Man darf nicht den Fehler machen und Handwerk mit Kunsthandwerk gleichsetzen. In vielen Industrieprodukten steckt Handwerk, selbst wenn Teile von Robotern gefertigt wurden.

Legen Sie selbst auch Hand an?
Ich probiere jedes Handwerk aus, das ich für eine meiner Arbeiten einsetze. Die Handwerker finden es amüsant, wenn ich versuche zu flechten oder Teppiche zu knüpfen. Doch als Annäherung an Land und Leute und ans Produkt ist das entscheidend. Ich will auf einer Ebene mit den Menschen kommunizieren, auch wenn ich kein Spanisch spreche. So versteht man sich ohne Worte, baut eine Beziehung auf, die dazu führt, dass die Menschen bereit sind, Neues auszuprobieren.

Glas haben Sie auch schon geblasen?
Eine Kugel, die liegt zu Hause. Nichts Besonderes. Das Glasbläser-Handwerk will erlernt sein. Mindestens sechs,

sieben Jahre Berufserfahrung braucht man, um einen Tisch wie den Bell in Form blasen zu können. Anfangs wollte ihn auch keiner herstellen, drei Jahre hat es gedauert, bis Classicon ihn ins Programm aufnahm. Heute ist der Tisch einer meiner Bestseller und der Entwurf, der am meisten mit meinem Namen verbunden wird.

Was unterscheidet Ihre Produkte wie etwa die Keramikware oder die Teppiche aus Kolumbien von Souvenirs?
Es soll nicht nach Ethno aussehen. Wir haben einen anderen Ansatz, kombinieren Handwerk mit meiner internationalen Designsprache, entwickeln so neue Farben und Formen. Bei den neuen Teppichen etwa habe ich unterschiedlich geknüpfte Stücke Blau eingefärbt und wie bei Patchwork zusammenzusetzen lassen. Das sieht man so in Kolumbien nicht.

Sie verwenden gerne kräftige Farben. Hat das auch mit Ihrem Jahr bei Stella McCartney zu tun?
Meine Vorliebe für Farben hat sicher mit Stella zu tun, aber auch, dass ich Materialien kombiniere. Stella entwickelte zudem früh die Haltung: kein Pelz, kein Leder. Das wurde damals belächelt, heute ist ihre Marke damit erfolgreich. Auch ich fand es wichtig, früh eine eigene Haltung zu entwickeln.

Sie gingen schon während des Studiums zu Stella McCartney. Warum?
Das war nach meinem Vordiplom 2003/2004. Ich wollte mich nicht nur auf eine Disziplin beschränken, nur aufs Produktdesign. Darum ging ich ein Jahr nach London.

Haben Sie auch Mode entworfen?
Das wäre zu viel gesagt. Ich habe zugearbeitet, ein paar Muster entworfen, Ladeneinrichtungen mitgestaltet. Und einmal habe ich an einem Kleid mitgenäht, am Oscar-Kleid für Annie Lennox. Sie gewann 2004 für „Into The West“ aus dem dritten Teil von „Herr der Ringe“. Ich saß vorm Fernseher und habe gezittert, weil ich fürchtete, die Nächte meiner Schulterpartie könnten den Abend nicht überstehen.

Die Fragen stellte Peter-Philipp Schmitt.



Nobsa: Das Muster der handgewebten Teppiche erinnert an Säcke, in denen die Bauern in Kolumbien ihre Kartoffeln transportieren. Die Teppiche, die im Mittelstück verlängert sind und somit wie übereinander gelegt wirken, werden in einem kleinen Familienbetrieb in der Stadt Nobsa nordöstlich von Bogotá gefertigt.

MAE

Sie ist Halb-Chinesin und Halb-Kanadierin,
sie hat blaue Haare und vier Kakadus:
Die Mode, die in diesem Herbst keine Grenzen
kennt, kann Mae Lapres gut tragen.

*Fotos Amira Fritz
Styling Stephanie Brissay*

Sweatshirt und „Pantashoes“
-Einteiler aus Hose und Schuhen
von Balenciaga



Jacke und Schal von
Manish Arora, Hose
von Akris, Kappe
von Maison Michel,
Tasche von Adidas Y-3,
Schuhe von Adidas x
Alexander Wang



Rock und Hose
von Michael Kors
Collection, Tuch und
Tasche von Hermès,
Schuhe von Versace



Die meisten würden mit einer Plastiktasche auf dem Kopf vermutlich keine so gute Figur machen. Mae Lapres trägt dazu eine Kombination aus schwarzen Trainingsshorts, Tennissocken bis zum Knie, weißen Plateau-Turnschuhen und einer goldenen Tweed-Jacke – und schafft es, darin nicht nur elegant, sondern auch glaubhaft auszusehen. Vermutlich liegt es daran, dass ihr persönlicher Stil gar nicht so weit von diesem wilden Look entfernt ist, den sie heute im Studio trägt, für das Shooting dieser Modestrecke.

Das 26 Jahre alte Model ist eine unverbesserliche Exzentrikerin. Die kobaltblauen Haare, ihr Markenzeichen, färbt sie sich selbst, ihre poppigen Casteljacob-Blazer und bunten Hippie-Tuniken kauft sie in Second-Hand-Läden. Auch vor hellgrauen Kontaktlinsen würde sie keinen Halt machen, wenn ihre Agentin sie ihr nicht verboten hätte. „Ich liebe die Dinger“, sagt sie und lacht. „Früher hatte ich so große Ohrlöcher, dass ich mir Zigaretten durchstecken konnte, aber auch das fänden die nicht so gut.“



Lederjacke von Dior, Hemd von Figaret Paris, Jeans von Levi's, Tiara von Burma, Ohrringe von Thomas Sabo, Schleife von Cinabre, Poncho von El Paso Booty, Armband von Galerie Argiles, Ringe von Cartier, Strümpfe von Falke, Sandalen von Birkenstock

Jacke von Tomboy by Filles A Papa, Rock und Hose von Michael Kors Collection, Tuch und Tasche von Hermès, Schuhe von Versace



Mae Lapres' extravagantes Aussehen ist nicht ihr einziger Spleen. Zum Shooting ins Studio Rouchon im Pariser Vorort Saint-Denis ist sie in Begleitung ihrer beiden weißen Kakadus gekommen. Kiki und Cesar sitzen ihr beim Shooting auf der Schulter und zupfen mit dem Schnabel an der Kleidung. In ihrem Apartment in Asnières-sur-Seine lebt sie außerdem mit dem Cavalier-King-Charles-Spaniel namens Oliver zusammen sowie mit zwei weiteren Kakadus, Nelson und Katyuska. Tiere sind ihre Leidenschaft, ihnen zuliebe verzichtet sie sogar auf Urlaub. „Meine Eltern übernehmen sie schon jedes Mal, wenn ich beruflich unterwegs bin, mehr kann ich ihnen nicht zumuten.“

Die gebürtige Pariserin, die im sechsten Arrondissement in Saint-Germain-des-Près aufwuchs, ist ein Paradiesvogel, seit sie denken kann. Daran konnte auch ihr bourgeois Umfeld nichts ändern. Im Gegenteil. „In meiner Klasse trugen sie alle Balenciaga-Taschen und die neuesten Designer-Klamotten. Ich komme nicht aus einer armen Familie, mein Vater ist Anwalt, trotzdem konnte ich mir so etwas nicht leisten. Also habe ich angefangen, Vintage zu tragen.“

Um ihren Kleiderschrank aufzumetzen, mussten die Blusen ihrer Mutter mit

MAE



Jacke und Gürtel von Versace, Top und Hose von Bottega Veneta, Sonnenbrille von McQ Eyewear, Schal von Galerie Argiles



Ringe aus Silber mit großen Steinen von Burma

Obere Reihe, links: Jacke von Tomboy by Filles A Papa, Tuch und Tasche von Hermès, Brosche von Shourouk

Obere Reihe, rechts: Jacke und Leggings von Junya Watanabe, Mütze Vintage, Ringe von Burma, Tasche von Jacquemus

Mittlere Reihe, links: Tweedjacke und Tasche von Chanel, Seidenhemd von Paule Ka, Shorts von Adidas x Alexander Wang, Turban aus einer Tasche von Tati, Ohrringe von Chanel Vintage, Ringe von Giorgio Armani, Taschen von Tati, Strümpfe in Blau von Falke und Strümpfe in Weiß von Adidas, Turnschuhe von Junya Watanabe

Mittlere Reihe, rechts: Pullover und Rock von Calvin Klein, Baskenmütze (unter den Tüchern getragen) von Maison Michel, Tücher von Eric Bompard, Brosche von Shourouk, Ohrringe und Halskette von Burma

Untere Reihe, links: Fußballtrikot von Adidas, Ärmel aus einer Netzstrumpfhose zurechtgeschnitten von Woford, Hose von Desigual Couture, Ketten von Harpo und Césarée, Ringe von Cartier

Untere Reihe, rechts: Weste von Prada, Hemd von Polo Ralph Lauren, Ring aus Weißgold mit Turmalin, Topas und Diamanten sowie Ring aus Weißgold mit Smaragden und Diamanten von Chopard



breiten Schulterpolstern erhalten. Die Sonnenbrille ihrer Großmutter aus den achtziger Jahren funktionierte sie zur Lesebrille um. Darüber machten sich die blasierten Klassenkameraden ihrer katholischen Privatschule lustig. Bis der Look auf einmal modern wurde und jeder sie fragte, woher sie ihre Sachen habe.

Mae Lapres ist es gewohnt, anders zu sein. Ihr Vater ist Kanadier, ihre Mutter Chinesin. Zu Hause wurde vor allem Chinesisch gesprochen, gegessen wurde mit Stäbchen. Salat aß sie am liebsten genussvoll mit den Händen. „Ich erinnere mich, dass ich in der Grundschule einmal

MAE

Jacke aus Baumwolle, Hemd aus Spitze und Hose aus technischem Jersey von Gucci, Ohrring von Shourouk, Kette von Césarée, Rucksack von Eastpak, Ringe von Cartier, Strümpfe von Happy Socks

Pullover und Top von Louis Vuitton, Hut von El Paso Booty, Halskette (auf dem Hut getragen) von Harpo, Turban aus Strumpfhosen (unter dem Hut) von Wolford, Schal von Essentiel Antwerp, Stiefel von Paule Ka

MAE

Fotografie Amira Fritz
 Styling Stephanie Brissay
 Model Mae Lapres (Public Image)
 mit den Vögeln Kiki und Cesar
 Haare Olivier Lebrun (Call My Agent)
 Make-up Arzu Küçük (Call My Agent)
 Foto-Assistenz Corinna Schulte und James Fonteneau
 Styling-Assistenz Margaux Pelleray und Pierre Bourgeois
 Text Estelle Marandon
 Fotografiert am 16. Mai im Studio Rouchon in Paris.

von einer Freundin in ihr Landhaus eingeladen wurde und nicht wusste, wie man ein Steak richtig schneidet. Ihr Vater musste mir das erst einmal beibringen.“

Auch sprachlich hatte sie Nachholbedarf. Ihr Französisch war schlechter als das der anderen Kinder, als sie in die Grundschule kam. Vor allem das Zählen fiel ihr schwer. Heute spricht sie drei Sprachen fließend und ist stolz auf ihre Multikulti-Herkunft. So sei sie weltoffen und nicht so borniert. Für ihre Modelkarriere aber sei ihr exotisches Aussehen zunächst ein Hindernis gewesen. „Asiatische Models waren zu dieser Zeit nicht besonders gefragt, ganz anders als heute.“

Bei der Schau von Gucci in Arles im Mai war sie auch dabei. Dass sie ihren Weg gemacht hat, schreibt sie ihrer unkomplizierten Persönlichkeit zu. Viele Französinnen können in der Hinsicht von ihr lernen. „Aber in China sehen die Leute mich wahrscheinlich ganz anders. Wenn man dort angerempelt wird, ist es einem vollkommen egal. Wenn mir das passiert, kann ich nicht anders, als zu fluchen. In der Hinsicht bin ich eine typische Pariserin.“ *Estelle Marandon*



Mantel von Max Mara, Pullover von Fendi, Rock von Stella Jean, Kappe von New Era



SONNTAGS MEHR
 IDEEN BEKOMMEN
 ALS E-MAILS.

IHR KOPF KANN WAS ERLEBEN.

Frankfurter Allgemeine
 SONNTAGSZEITUNG



HAH

Penélope Cruz über den Film „Offenes Geheimnis“, ihren Zusammenbruch am Set, unterbezahlte Frauen und ihre Liebe zu Komödien

Von Bettina Aust

Kommt sie, oder kommt sie nicht? Ein Interviewtermin mit Penélope Cruz kann so nervenaufreibend sein wie ihre Filme. Sie gehört zu den Schauspielerinnen, die nicht oft mit Journalisten sprechen. Auf den Filmfestspielen in Cannes wird dann doch ein Interview mit ihr bestätigt. Anlass ist Asghar Farhadis Regiearbeit „Offenes Geheimnis“, der Eröffnungsfilm des Festivals. In den Hauptrollen: Penélope Cruz und ihr Ehemann Javier Bardem.

Eine halbe Stunde noch, dann soll es losgehen. Treffpunkt: die Dachterrasse eines Hotels mit Blick auf die Croisette. Unten tragen die Damen Tüten aus Luxus-Boutiquen wie Trophäen, das Wasser an der Côte d'Azur glitzert so blau wie auf nachkolorierten Postkarten. Langsam beginnt das Bängen. Man erinnert sich an Anekdoten von Interviews, die in letzter Minute abgesagt wurden. Aber mit mehr als einer Stunde Verspätung ist sie plötzlich da – ein Presse-Lunch mit einem Werbepartner war etwas außer Kontrolle geraten. Sie trägt ein schulterfreies weißes Cocktailkleid und abenteuerlich hohe High-Heels. Neun Jahre klassisches Ballett-Training am spanischen Nationalkonservatorium zahlen sich bei diesem Balanceakt aus. Ein grandioser Auftritt, aber sie zieht sich für die Interviews noch einmal um. Soll man einer so lustigen, spontanen, herzlichen Frau böse sein?

„Hola!“ Dann wechselt sie ins Englische mit dem typisch harten spanischen Akzent. Den hat sie sich nie abtrainiert, auch nicht nach zahlreichen Filmprojekten in Amerika. Inzwischen ist er eine Art Markenzeichen.

Erst einmal will sie über ihren neuen Film reden, sie schwärmt von der Zusammenarbeit mit dem iranischen Regisseur. „Offenes Geheimnis“ ist sein erster spanischsprachiger Film. „Vor fünf Jahren hat Asghar Javier und mich angerufen und uns in groben Zügen die Geschichte umrissen“, sagt Cruz. „Ein Jahr später schickte er ein kurzes Treatment, im Jahr darauf die erste Drehbuchfassung. Er ist dann tatsächlich eine Zeitlang nach Spanien gezogen, um die Sprache zu lernen.“ Auch gedreht wurde in Spanien. Penélope Cruz spielt eine Frau, die zur Hochzeit ihrer Schwester in ihr Heimatdorf zurückkehrt. Die Feiern enden abrupt, als ihre Tochter entführt wird. Emotionalen Halt und praktische Hilfe gibt ihr die Jugendliebe Paco, gespielt von Javier Bardem.

Penélope Cruz und Javier Bardem – ein besonderes Paar, auf der Leinwand und im wahren Leben. Anfang der Neunziger lernten sie sich kennen, dann kamen sie zusammen, 2010 heirateten sie. In „Jamón, Jamón“ standen sie zum ersten Mal gemeinsam vor der Kamera, als Liebespaar. In Deutschland kam der Film 1992 unter dem plakativen Titel „Lust auf Fleisch“ in die Kinos. Bardem erinnert sich, dass die junge Penélope ihren Eltern damals sicherheitshalber das Drehbuch nicht zeigte, weil sie befürchtete, sie würden ihr wegen der vielen freizügigen Szenen verbieten mitzuspielen. „Der Film hat eine besondere Bedeutung für Javier und mich“, sagt sie. „Damit begannen unsere Karrieren, das war unser Durchbruch.“

In Woody Allens Liebeskomödie „Vicky Cristina Barcelona“ soll es zwischen Cruz und Bardem nicht nur im Film geknistert haben. Doch darüber verlieren die beiden öffentlich kein Wort. Ihr Privatleben ist tabu. Penélope Cruz zündet ein paar verbale Nebelkerzen, spricht über die schöne Rolle – mehr nicht. Sie warte immer auf Komödien-Angebote, doch gute Drehbücher seien leider nicht so leicht zu finden. „Noch einmal eine Rolle wie in ‚Vicky Cristina Barcelona‘ zu spielen würde ich mir sehr wünschen“, sagt sie. „Ich bin oft in Dramen zu sehen und möchte unbedingt mehr Komödien drehen.“

Mit ihrem Mann hat sie zwar schon neun Filme gedreht, aber nur in vier davon hatten die beiden auch gemeinsame Szenen. Neben „Jamón, Jamón“ und „Vicky Cristina Barcelona“ sind das „Loving Pablo“ und „Offenes Geheimnis“. Für diesen Film hat sie wieder einmal alles gegeben. Und das bedeutet buchstäblich: Spielen, bis der Arzt kommt. Als sie in einem Auto eine Panikattacke mit Nervenzusammenbruch darstellen sollte, wurde die Kunst schnell zur Realität. „Wir haben die Szene mehrmals wiederholt“, sagt sie. „Und ich wollte das so authentisch wie möglich spielen. Bei einer Panikattacke atmet man ja anders als gewöhnlich. Vermutlich habe ich deshalb einfach zu wenig Luft bekommen. Als ich dann aus dem Auto aussteigen wollte, bin ich in Ohnmacht gefallen. Ein Rettungswagen kam, und die Sanitäter stellten fest, dass mein Blutzucker extrem hoch und mein Blutdruck extrem niedrig waren. Deswegen hat mein Körper schlapp gemacht.“



„Offenes Geheimnis“: Penélope Cruz spielt wieder mit ihrem Mann Javier Bardem; der Film kommt am 27. September ins Kino.

Die Hauptdarstellerin wurde zur Beobachtung in ein Krankenhaus gebracht, aus dem sie recht schnell wieder entlassen wurde. „Ich möchte den Vorfall nicht überbewerten, nach dem Motto: Schaut mal, wie viel ich mir zugemutet habe“, stellt sie klar. „Natürlich war es anstrengend. Aber ich will hier auch nicht wie ein Jammerlappen klingen. Als ich aus dem Krankenhaus kam, stand Asghar da, nahm mich in den Arm und war sehr besorgt. Wir sahen uns an, und als er mich fragte, ob wir die Szene noch einmal drehen wollen, antwortete ich: ‚Nichts lieber als das!‘ Was sagt das über mich aus? Dass ich diese manchmal verrückte Energie in mir trage, die ich beim Drehen auslebe. So eigenartig es klingt: Diese Momente machen mich wirklich glücklich.“

Wenn sie solche Geschichten erzählt, erahnt man in der Begeisterung den jugendlichen Enthusiasmus der immerhin schon 44 Jahre alten Schauspielerin. Selbst in der künstlichen Festival-Atmosphäre wirkt sie authentisch. Auf dem roten Teppich sieht Penélope Cruz unnahbar glamourös aus – im Gespräch ist sie plötzlich wieder von dieser Welt.

Seit #MeToo sind rote Teppiche als Projektionsflächen für weibliche Stereotype etwas in Verruf geraten. Doch dass Mode und Emanzipation nicht zusammenpassen, will Cruz so nicht gelten lassen. „Es gibt bestimmt Leute,

die Frauen danach beurteilen, was sie auf dem roten Teppich tragen“, sagt sie. „Doch diese Sichtweise ist auf dem Rückzug. Man muss nicht auf Mode verzichten, und respektiert zu werden. Die wunderbare Zusammenarbeit von Mode und Kino gab es schon zu Zeiten Fellinis. Die Welt der Mode und des Kinos befruchten sich gegenseitig. Aber der Maßstab für die Beurteilung einer Schauspielerin sollte ihre Leistung sein, nichts anderes.“

Dabei weiß sie: Männliche und weibliche Stars werden auf dem roten Teppich unterschiedlich behandelt. „Die Fotografen werden einem George Clooney niemals zuzurufen, er möge sich für ihre Fotos doch einmal um die eigene Achse drehen.“ Sie selbst ist nicht nur als Testimonial für Beauty- und Modemarken aktiv, sondern entwirft auch eigene Kollektionen. „Es wäre aber etwas vermessen, mich als Designerin zu bezeichnen“, sagt sie. „Ich bin eine Schauspielerin, die auch ein bisschen Mode entwirft.“

Für ihre Rollen in „Offenes Geheimnis“ haben Cruz und Bardem eine Gage in derselben Höhe bekommen, versichert sie. Doch sie hat das auch anders erlebt. „Mir geht es nicht nur um meine eigenen Erfahrungen. Diese Ungerechtigkeit hat eine viel größere Dimension. Was ist etwa mit Friseurinnen oder Putzfrauen? Ungleiche Bezahlung und Missbrauch von Macht betrifft Frauen auf der ganzen Welt. Das Thema hat viele Facetten. Warum bei-

spielsweise gibt es so wenige Regisseurinnen? In einigen Ländern beträgt der Anteil von Frauen in diesem Beruf nur sieben Prozent. Das ist lächerlich niedrig. Je mehr ich über diese Ungerechtigkeit erfahre, desto wütender macht es mich. Und Wut ist ein Wort, das ich nicht oft benutze.“

Sie hat sich in Rage geredet – und wirkt für einen Moment wie eine der Heldinnen aus den Filmen ihres Regie-Idols Pedro Almodóvar. Gerade steht sie wieder für ihn vor der Kamera, ihr Filmpartner ist Antonio Banderas. Und natürlich wird es ein Drama: „Dolor y gloria“ soll 2019 in die Kinos kommen. Auch das Drehbuch stammt von Almodóvar, er hat die Rolle seiner Muse auf den Leib geschrieben. „Ich habe mich schon beim Lesen des Scripts in diese Rolle verliebt.“ Es muss schon Liebe sein, bevor sie sich für ein neues Projekt entscheidet.

Das weiß auch Asghar Farhadi. Er gewann ihr Herz auch dadurch, dass er in „Offenes Geheimnis“ die Kultur ihrer Heimat zelebriert. „Ich finde es erstaunlich, dass ein iranischer Regisseur einen durch und durch spanischen Film gemacht hat, ohne Klischees zu benutzen.“ Der Film spielt im Winzer-Milieu – aber das Thema passt dann doch nicht so ganz zu ihr. „Ich trinke nicht viel“, sagt Cruz. „Höchstens ein Glas Wein im Monat. Ich werde davon immer so schläfrig. Und es schmeckt mir nicht besonders.“ Sie berauscht sich lieber an der Arbeit. ◀

Und Schmuck macht sie noch nebenbei

Kommt sie, oder kommt sie nicht? Keine Frage. Sie sitzt schon in der Bar des Restaurants „Apicius“ in Paris – und isst einen Salat mit Meeresfrüchten. Dürfen wir da überhaupt stören für ein kleines Interview? „Ja, klar. Und sorry, aber ich hätte sonst heute keine Zeit mehr zum Essen.“

Denn Penélope Cruz ist nicht nur als Schauspielerin gut beschäftigt, sondern auch als Designerin. Mit ihrer Schwester hat sie schon einmal eine Kleiderkollektion entworfen. Und nun bringt sie mit Atelier Swarovski eine Echtschmuck-Fairtrade-Schmuckkollektion heraus. Deshalb ist sie zur Couture-Woche nach Paris gekommen, deshalb hat sie heute kaum Zeit zum Essen – und deshalb stochert sie beim Interview im Salat herum.

Die Kollektion besteht aus synthetisch hergestellten Edelsteinen und fair gehandeltem Gold; die Marke möchte für den gesamten Echtschmuck in Zukunft nur noch Gold mit Herkunftszertifikat nutzen. Als Nadja Swarovski, Gründerin und Kreativchefin von Atelier Swarovski, der Designerlinie des Tiroler Schmuckherstellers, der Schauspielerin diese Idee erklärte, war sie sofort dabei.

„Nadja ist so smart und stark und charmant“, sagt Penélope Cruz. „Ich fand es toll, dass es eine nachhaltige Kollektion ist. Und ich sehe es als Ehre, dass ich bei einer *fine-jewellery*-Linie mitmachen darf. Design ist mein zweites großes Interesse. Aber in die Meetings gehe ich bescheiden, denn die Fachleute können das natürlich besser.“

Schönheit war schon in ihrer Kindheit ein Thema. „Jeden Tag nach der Schule ging ich in den Friseursalon meiner Mutter“, sagt Cruz, die 1974 geboren wurde und in bescheidenen Verhältnissen in einem Vorort von Madrid aufwuchs. „Die Kundinnen haben meiner Mutter wirklich alles erzählt. Und ich habe zugehört wie ein Spion.“

Auch in ihren Rollen interessiert sie sich für die Ausstattung – die zuletzt in ihrer Rolle im Escobar-Film „Loving Pablo“ (2017) und als Donatella in „Versace“ (2018) üppig ausfiel. In welcher Rolle war Schmuck außerdem wichtig, vielleicht in „Fluch der Karibik“? Falsch geraten. „Da trug ich gar nicht so viel Schmuck. Johnny hat da mehr Schmuck getragen als ich, viel mehr!“

Ihre Schmuck-Vorbilder waren Schauspielerinnen: „Audrey Hepburn, Ava Gardner und besonders Marilyn habe ich immer bewundert. Ich konnte aber nur träumen von alledem, weil es keine Möglichkeit gab, so etwas zu bekommen.“

Jetzt hat sie sich selbst ihren Schmuck gemacht, mit „Vintage-Appeal“. Ihr Ring zum Beispiel ähnelt den Ringen, die ihre Großmutter ihr und ihrer Schwester geschenkt hat. Zu ihrem Stil gehört es auch, es nicht zu dogmatisch zu sehen. „Ich trage auch gern teuren Schmuck zu Jeans und T-Shirt. Na ja, im Alltag dann doch nicht, mit zwei Kindern gibt es kein ‚Hair & Make-up‘.“

Zu Ende gegessen hat sie natürlich nicht. „Wollen Sie vielleicht den Rest?“ Nein, danke. Es ist zwar von ihr. Aber diese Meeresfrüchte ... (kai.)



Premiere: In Cannes hat Penélope Cruz den Schmuck aus ihrer neuen Linie schon einmal probierhalber getragen.

In aller Welt zu Hause

Designer müssen sich gut auskennen, um im richtigen Moment auf das richtige Muster zu kommen. Wir haben zehn Modemacher um einen Reisebericht gebeten.

Von Jennifer Wiebking



New York/Norwegen Andreas Melbostad (Diesel Black Gold)



Ich komme aus Norwegen, lebe aber in New York und bin dort für Diesel Black Gold tätig. Für die aktuelle Herbstkollektion habe ich mit einem Norwegermuster gearbeitet. Das ist das erste Mal, dass ich ein Element meiner eigenen kulturellen Herkunft direkt verwende. Es geht dabei natürlich nicht um mich persönlich oder um etwas typisch Norwegisches, sondern darum zu zeigen, wie vielseitig unsere Welt ist. Deshalb war es mir wichtig, möglichst viele verschiedene Muster aus unterschiedlichen Teilen der Welt in der Kollektion unterzubringen. In diesem kulturellen Mix stecken Einflüsse aus Südamerika, Indien, Osteuropa und eben Skandinavien. In einer Zeit der Abschottung, da Menschen wieder Grenzen hochziehen, war mir das wichtig. Ich sehe mich als Weltbürger.



München/Mallorca Johnny Talbot und Adrian Runhof (Talbot Runhof)

Vor einigen Jahren haben wir mal einen mallorquinischen Kaufmannspalast besichtigt. Anfang des 20. Jahrhunderts war das ein wichtiger Ort, denn von dort wurden Orangen exportiert. Das Geschäft boomte, das sieht man auch am Fliesenboden in dem Palast, der heute ein Kunstmuseum ist. Aber ganz besonders ist dort eben die Fliesenkunst. Umwerfend! Wir haben Fotos gemacht und die Idee dann erst einmal im Herzen getragen. Zwei, drei Jahre später fügte sich dieses Muster sehr gut in unsere Pre-Fall-Kollektion 2015. Man denkt ja immer, Mode sei so eine schnelllebige Geschichte, aber manchmal müssen Ideen auch lange reifen. So war es mit diesem Fliesenmuster. Florales ist typisch Talbot Runhof, deswegen hat das Muster sehr gut gepasst. Wir haben verschiedene Techniken angewendet, Strickereien und Drucke, und wir haben es auch auf Strick gesetzt.



Berlin/Griechenland Rianna Kounou und Nina Knautd (Rianna and Nina)

Rianna hat vergangenes Jahr eine Tischdecke aus den fünfziger Jahren auf einem Markt in Athen entdeckt. Sie war ganz bunt bestickt, in Rot, Grün, Blau, Gelb. Dieses Material haben wir verwendet, um daraus ein Kleid zu nähen. Für Rianna und Nina fertigen wir aus Vintage-Stoffen neue Kleider, und das bestickte Modell kam so gut an, dass wir weiter mit diesem Muster arbeiten wollten. Mit der griechischen Tischdecke entstand die Idee, dieses Muster als Druck zu verwenden. Die Farben mussten wir anpassen; unsere Grafikerin sitzt auch in Griechenland, Riannas Heimatland. Mit diesen Entwürfen sind wir dann nach Como gefahren und haben die ersten Teststoffe produzieren lassen. So kamen wir zu unserer ersten eigenen Print-Kollektion. Sie heißt *It's all greek to me*.



Berlin/Tadschikistan Jeanne de Kroon (Zazi)

Schon meine Mutter hat Suzani-Mäntel geliebt. Eine ihrer Freundinnen kommt aus Tadschikistan, so lernte auch ich diese Muster schätzen, besonders die Suzanis mit Granatäpfeln. Irgendwann habe ich aufgehört, Kleidung aus dem Westen zu tragen, denn in anderen Regionen der Welt geht es noch wirklich ums Handwerk, und das wollte ich unterstützen. So fing ich auch mit meinem Label an. Eine Familie, mit der ich in Afghanistan arbeite, vermittelte mich an eine Familie in Usbekistan, und die kannte wiederum eine Familie in Tadschikistan. Der bestickte Stoff diente dort ursprünglich als Teppich, das dicke Innenfutter war mal eine mongolische Schlafunterlage. Natürlich ist das nicht meine Kultur, ich komme aus den Niederlanden, lebe mit einem weißen Körper. Bevor ich angefangen habe, mit diesen Stücken zu arbeiten und sie zu kommerzialisieren, habe ich deshalb viel mit Menschen aus diesen Regionen geredet. Ich arbeite eng mit den Familien dort zusammen. Der Verkauf eines einzigen Mantels ermöglicht einem Mädchen in Bhikamkor in Indien den Schulbesuch für ein Jahr. Denn das ist ihre Kultur, nicht meine. Es geht mir auch nicht darum zu sagen: Ich bin Designerin, und das ist mein Entwurf. Ich möchte vielmehr, dass dieses Handwerk im Westen ankommt.



Mailand/Haiti Stella Jean

Ich lebe in Mailand, aber Haiti ist das Land meiner Mutter. Deshalb bin ich oft da und mit der Kultur und den Traditionen vertraut. Wenn die Menschen an Haiti denken, fällt ihnen oft nur Schlimmes ein, Armut und Naturkatastrophen wie das schwere Erdbeben 2010. Mit Mustern aus solchen Regionen zu arbeiten ist keine so große Herausforderung. Es ist eher schwierig, Menschen bei uns davon zu überzeugen, dass ihr Eindruck der grauen Bilder von dort nicht ganz stimmt. Dass Haiti eine fröhliche Seite hat, dass das Land so viel Kultur bietet, besonders Kunst, konkret: Naive Kunst. Viele Menschen gehen mit westlicher Denkweise an so etwas heran und schätzen diese Kunst nicht so, wie sie es verdient hätte. Sie denken, das wären Souvenirs. Aber dahinter steckt eine ganze Lehre. Diese Kunst ist nicht einfach. Das wollte ich in meiner Kollektion fürs Frühjahr 2017 zeigen. Ich schätze die Arbeiten des Künstlers Préfète Duffaut sehr. Weil er leider schon 2012 verstorben ist, habe ich seinen Sohn um Erlaubnis gebeten. Es wird sicher nicht das letzte Mal gewesen sein, dass ich Naive Kunst verwendet habe.



London/Wien/Iran Peter Pilotto

Reisen sind wichtig für unsere Arbeit, so finden wir meistens unsere Inspiration. Dabei sind wir nun auf historische persische Motive gestoßen, die sich gut in unserer Kollektion für diesen Herbst verarbeiten ließen. Wir haben sie Anfang vergangenen Jahres im Museum für Angewandte Kunst in Wien entdeckt, auf Teppichen für Böden und Wände. Das hat uns überrascht, denn eigentlich wollten wir uns eine Ausstellung über Glaskunst in der Biedermeierzeit anschauen. Wenn wir mit Anregungen aus anderen Ecken der Welt arbeiten, ist es wichtig, dass die Farben dann in unserer Kollektion trotzdem modern wirken. Das war auch die größte Veränderung an den persischen Motiven. Und sie mussten am Körper richtig sitzen, dazu mussten wir am Layout arbeiten.



Mailand/Südostasien Angela Missoni (Missoni)

Dieses Muster habe ich aufgetan, als ich gerade nach stilisierten Tierbildern suchte. So etwas passiert, wenn ich einmal am Suchen bin: Statt Tieren fand ich das. Es ist von dem inspiriert, was Frauen in Südostasien auf dünnem Baumwollstoff tragen. Hier habe ich es in die Herrenmode für den kommenden Herbst übersetzt, auf dicke Wollstoffe, zusammen mit vielen anderen ethnischen Einflüssen. Ich wünsche mir, dass wir wieder etwas offener werden und freier werden, insofern waren die siebziger Jahre für mich wichtig. Damals gab es Missoni schon lange, unser Haus feiert in diesem Jahr 65. Jubiläum. Wenn mein Vater früher gefragt wurde, ob es ihn störte, dass sich jemand an seinem Markenzeichen orientiert, dem Zick-Zack-Muster, entgegnete er, das Missoni-Muster sei schon vor 1500 Jahren kopiert worden. Von den Menschen, die zu der Zeit in den Anden lebten. Und als meine Mutter vor 15 Jahren mal von einer Ägyptenreise zurückkam, sagte sie, man habe schon vor 2000 Jahren unsere Familie kopiert. Die Sache ist die: Alles kommt von irgendwoher. Auch mein Vater hat sich von folkloristischen Motiven inspirieren lassen, sie aber geometrischer umgesetzt. Ich würde schon sagen, dass meine Eltern damit ihre eigene Sprache erfunden haben, eine Sprache, die multikulturell ist.



FOTOS: HELMUT FRÖCKE (2), ANDREAS PEIN, BETTY HERSTELLER (3), STEFAN DOTTER (2), STUDIO ANNA BARDELEBEN, VIRGINIA ARCARDO, DAN & CORINA LECCA

PETER PILOTTO (LINKS), CHRISTOPHER DE VOS



Max Hollein, 1969 in Wien als Sohn des Architekten Hans Hollein geboren, war lange Direktor von Schirn, Stadel und Liebieghaus in Frankfurt – unser Bild zeigt ihn mit Dürers „Adam und Eva“ im Stadel. Nach zwei Jahren in San Francisco leitet er nun das Metropolitan Museum in New York.

Herr Hollein, Sie haben gerade Ihre Stelle als Direktor des Metropolitan Museum of Art in New York angetreten. Haben Sie den Umzug gut überstanden?

Ja. Es war nicht ganz leicht, San Francisco zu verlassen, eine der schönsten Städte der Welt. Auch unsere Kinder waren nicht unbedingt begeistert davon, nach nur zwei Jahren schon wieder umzuziehen. Aber New York ist eine Stadt, die alle begeistert. Es ist großartig, hier zu sein, nicht nur wegen meiner neuen Arbeit – auch, weil wir noch viele Leute von früher kennen.

Was sind Ihre ersten Eindrücke vom neuen Arbeitsplatz? Das Metropolitan Museum ist eine einzigartige Institution, wegen seiner Bedeutung, Größe und Verortung, auch angesichts der großen Identifikation mit diesem Weltmuseum. Als meine Ernennung öffentlich wurde, bekam ich zahlreiche Reaktionen aus aller Welt. Viele sprachen davon, dass das Met ihr Lieblingsmuseum ist, obwohl sie weit entfernt leben und wahrscheinlich nicht oft zu Besuch sind. Es steht wie kaum ein anderer Ort für die Idee des enzyklopädischen Museums, für die Idee eines Museums über und für die Welt.

Und schon müssen Sie wieder zurück nach San Francisco. Denn am de Young Museum, einem der beiden Museen der Fine Arts Museums of San Francisco, die Sie bisher geleitet haben, wird am 22. September die Ausstellung „Contemporary Muslim Fashions“ eröffnet, die Sie sich ausgedacht haben. Das ist ein recht kompliziertes Thema. Wie sind Sie darauf gekommen?

Ich bin kein Modefachmann. Aber als ich in Teheran war wegen der Verhandlungen um die Farah-Diba-Sammlung, die dann leider nicht erfolgreich waren, fand ich es faszinierend zu sehen, welche Macht die Mode hat. In dem Land, das so stark religiös bestimmt ist, gehen die Frauen mit dem Verschleierungsgebot extrem modisch um – während es zum Beispiel im asiatischen Teil von Istanbul relativ orthodox zugeht. Ich begann, mich für den enorm boomenden Bereich der muslimischen Mode zu interessieren, und war beeindruckt. Es wurde mir auch klar, dass es Leute gibt, die fälschlicherweise glauben, in islamischen Ländern gebe es gar keine Mode. Insofern ist es für mich wichtig, Ausstellungen über Mode zu machen, die nicht nur einen Designer feiern, sondern komplexe kulturelle Themen bearbeiten. Mode ist eine außerordentliche Ausdrucksform.

„ALTE FORMEN WERDEN ZU NEUEN ZEICHEN“

Max Hollein über seine Ausstellung zu muslimischer Mode in San Francisco, die aufgeheizte politische Debatte in Amerika und seine Arbeit am Metropolitan Museum

Interview Alfons Kaiser und Stephan Finsterbusch

Foto Rainer Wohlfahrt

Als Sie 2016 an das Museum in San Francisco kamen, war Donald Trump noch nicht gewählt.

Und als ich Anfang 2017 diese Ausstellung ankündigte, kam er gerade ins Amt. Sofort hatte das Thema eine politische Dimension. Die Ausstellung war keine Reaktion auf den „muslim ban“, wurde aber sofort auch in diesem Kontext gesehen. Am selben Tag erschien über unsere Ausstellungs-Ankündigung ein wohlwollender kleiner Artikel in der „New York Times“ und ein sehr kritischer auf der rechtspopulistischen Website „Breitbart News“. Das zeigte gleich die Spannweite der Reaktionen.

Wundern dürften Sie sich darüber nicht.

Natürlich nicht. Das ist einer der Gründe, eine solche Ausstellung zu machen. Aber die muslimische Mode ist ein weites Feld mit unterschiedlichen Ausprägungen, das kann man nicht vereinheitlichen. Deshalb steht der Titel „Contemporary Muslim Fashions“ im Plural. Diese Mode ist ein riesiges Business geworden und spielt gesellschaftlich eine bedeutende Rolle. Denken Sie nur daran, dass Prinzessin Deena, die uns beraten hat, die Gründungs-Chefredakteurin der neuen arabischen „Vogue“ war. Es gibt eine extrem dynamische Instagram-Szene, die modisch, sozial und politisch aufgeladen ist.

Trotzdem müssen Sie mit Kritik rechnen. Denn für viele ist muslimische Mode ein Zeichen der Unterdrückung.

Für manche ist sie das, für andere ist sie Zeichen dafür, wie man kulturelle Verbundenheit auf moderne Weise ausdrückt. Viele junge muslimische Frauen widmen ganz bewusst die tradierten Formen zu modernen Zeichen ihrer Kultur um. Das trifft dann auf japanische Marken wie Uniqlo, amerikanische wie Nike oder italienische wie Dolce & Gabbana, die besondere Linien für muslimische Mode herausgebracht haben. Für mich wäre schon viel gewonnen, wenn man nicht einfach auf die Kleider schaut, sondern das gängige Narrativ hinterfragt. Wir wollen die Komplexität des Themas aufblättern.

Sie als Mann der Schönen Künste werden sich ungeahnten Diskussionen gegenübersehen, wenn man die kritische Haltung vieler Amerikaner zu Muslimen bedenkt.

Ich sehe auch das positiv. In der Kunst machen wir oft einen großen Spagat, um politische Bedeutung in die Kunst zu bekommen. Das Problem haben wir hier nicht.

Überhaupt ist religiös bestimmte Mode ein sensibles Thema. Unter umgekehrten Vorzeichen sieht man es bei Ihrem neuen Arbeitgeber, dem Metropolitan Museum in New York. Die Ausstellung „Heavenly Bodies: Fashion and the Catholic Imagination“ über christliche Mode, die im Mai begann und noch bis Oktober läuft, hat viel Kritik hervorgerufen. Ja, aber vor allem gab es Begeisterung. Es ist eine der am besten besuchten Ausstellungen in der Geschichte des Met, die das gesamte Spektrum zeigt. Mode lebt von Adaption. Einige Besucher wittern eine unzulässige Verweltlichung. Andererseits hat der Vatikan selbst zahlreiche Ausstellungsstücke zur Verfügung gestellt. Die Ausstellung darf man aber auch nicht mit der Met Gala gleichsetzen – Rihanna als falsche Päpstin bei der Eröffnung, das war natürlich ein Auftritt.

Was den Islam angeht, radikalisieren sich heute auch halbwegs liberale Gesellschaften wie in Indonesien. Der Trend geht also dahin, dass es mehr Einschränkungen gibt. Das steht im Gegensatz zu Ihrer Annahme, dass es unterm Schleier gewissermaßen freierheitlich zugeht. Der Trend geht vor allem dahin, die eigene Kultur stärker zu manifestieren. Das kann orthodoxe Züge haben, kann aber auch ein Zeichen sein für modische Modernisierung. Beides läuft parallel. Das ist nicht so, wie wenn man in Österreich im Sommer ein Dirndl trägt. Hier geht es nicht um touristische Folklore, sondern um eine eminente persönliche, kulturelle, soziale und bisweilen auch politische Aussage. Wenn Scheicha Mosa von Qatar in Valentino auftritt, ist das auch ein Zeichen.

Befürchten Sie Proteste bei der Vernissage?

San Francisco ist zwar der liberalste Ort der Vereinigten Staaten, aber es wird gerade darum auch Diskussionen geben. Wichtig ist es, die Argumente auszutauschen. Mir wurde von manchen nahegelegt, dass man heute in den Vereinigten Staaten nicht die islamische Kultur feiern sollte. Aber das wäre doch Wahnsinn, gerade auch für ein enzyklopädisches Museum! Fast jeder vierte Mensch auf der Welt ist ein Muslim, und deren Kleidersitten sollen wir nicht darzustellen versuchen? Ich halte es für extrem wichtig, das zu zeigen. Denken Sie auch daran, dass Frauen in Teheran für ihre Rechte auf die Straße gehen, dass arabische Frauen immer mehr Rechte erkämpfen, dass sie jetzt zum Beispiel auch Auto fahren dürfen und sogar schon die Abaya, das Übergewand, in Frage stellen.

Wie sieht es mit dem Einfluss der muslimischen Mode auf den Westen aus? Viele Frauen tragen verhüllende Kleidung, und sogar Influencerinnen sieht man mit Kopftuch. „Modest fashion“ ist hier in Amerika ein boomender Markt, deutlich sichtbar in der Öffentlichkeit und direkt beeinflusst von der Mode in muslimischen Ländern. Neue Idole wenden sich gegen die sexualisierte Mode. Das hat wiederum Berührungspunkte mit der #MeToo-Debatte. Diese Bewegung wird also noch stärker werden.

Von 1995 bis 2001 haben Sie schon einmal in Amerika gearbeitet, am Guggenheim-Museum in New York. Wie nehmen Sie den gesellschaftlichen Wandel wahr? Ein solches muslimisches Thema wäre natürlich damals weniger brisant gewesen. Die Gesellschaft ist heute stärker gespalten, es wird viel vehementer debattiert, teilweise auch schrill. Mittlerweile werden Dinge politisch gesehen, die es vorher nicht waren. Meine erste Ausstellung in San Francisco im de Young handelte 2017 zum 50. Jahrestag von der „Summer of Love Experience“. Sie begann drei Monate, nachdem Trump sein Amt angetreten hatte. Prompt wurde die Ausstellung, weil es um die Hippies ging, als politischer Aufruf verstanden, den Community-Gedanken wieder aufleben zu lassen und die Gesellschaft per „Summer of Love Healing“ zu vereinen. Viele sahen es als politisches Signal.

Wird es auch schwieriger, offen zu diskutieren?

Ja. In einem polarisierten Umfeld kann man einen Diskurs kaum noch unaufgeregt auf dem nötigen Niveau führen. Das Museum ist einer der wenigen öffentlichen Orte, an denen es noch möglich ist, sich mit einem komplexen Thema auseinanderzusetzen. In Talkshows und Internetforen reden die Leute oft aneinander vorbei – wenn sie sich nicht gerade anschreien.

Hat damals in Ihrer Zeit am Guggenheim Donald Trump als ortsansässiger Milliardär das Museum gefördert?

Nein, das ist mir nicht aufgefallen. Und die Trump-Wahl hatte auch keinen direkten Einfluss auf die kulturellen Institutionen. Die Kultur in Amerika ist stark in privater Hand, staatliche Kulturpolitik ist fast inexistent. Zum Vergleich: Wäre in Frankreich Marine Le Pen Präsidentin geworden, dann hätte das auch Auswirkungen auf die Besetzung der Louvre-Leitung gehabt. Eine solche politische Einflussnahme gibt es hier gar nicht.

Woher haben Sie die Objekte für die Ausstellung bekommen?

Von Modemarken, Sammlern, Bloggern. Dadurch werden viele Ansätze abgebildet. Wir arbeiten zum Beispiel mit VSCO zusammen, einer innovativen Bild-Sharing-Community. Die Ausstellung lebt von Objekten, Fotos und vielen anderen Ausdrucksformen.

San Francisco selbst ist eigentlich keine modische Stadt.

Das stimmt. Am Tag sind die Leute sportlich und praktisch angezogen, gehen auch mal in Leggings oder Jogginghose auf die Straße, und am Abend hauen sie sich dann in die Ballkleider. Dazwischen gibt es wenig.

Warum hat das de Young Museum dann eine so große Kostümsammlung?

Der Goldrausch im 19. Jahrhundert führte auch zu einem kulturellen Aufschwung. Die Stärke des de Young ist daher das späte 19. Jahrhundert bis heute, unter anderem mit Sammlungen aus Afghanistan und Indonesien. Was die Mode angeht: Denken Sie nur an die Stilikone und Förderin Dodie Rosekrans; das Museum hat nach ihrem Tod ihre Sammlung übernommen, wie so viele zuvor. Unter anderem besitzt das de Young einen der berühmtesten Dior-Entwürfe, das Juno-Kleid von 1949.

Und wer fördert die aktuelle Ausstellung?

Es wäre möglich gewesen, diese Ausstellung nur mit Geldern von staatlichen Ölkonzernen oder Fluggesellschaften aus dem Mittleren Osten zu finanzieren. Das haben wir bewusst nicht gemacht.

Das wäre eine schöne Vorlage gewesen für „Breitbart News“.

So ist es. Der Ausstellung würde etwas unterstellt werden, was einfach nicht der Fall ist. Deshalb haben wir das mit den Bewohnern von San Francisco gemacht. Zum größten Teil sind die Förderer Leute aus der Stadt, die weder mit der muslimischen Kultur etwas zu tun haben noch mit irgendwelchen Modemarken.



Auch Versace ist verhüllt. Die Ausstellung „Contemporary Muslim Fashions“ im de Young Museum in San Francisco zeigt vom 22. September an muslimische Mode-Einflüsse.

Sie sind aber selbst nicht der Kurator?

Nein, das haben unsere Mode-Kuratorinnen Jill D'Alessandro und Laura Camerlengo gemacht in Zusammenarbeit mit vielen Fachleuten.

Die Ausstellung wird vom Frühjahr 2019 an im Museum Angewandte Kunst in Frankfurt zu sehen sein. Haben auch andere Museen Interesse?

Ja, besonders im arabischen Raum, und es wäre wichtig, dass sie auch dort zu sehen ist. Jeder Kulturkreis wird mit einer anderen Perspektive darauf schauen.

Generell sind Modeausstellungen in Museen, auch in Kunstmuseen, populär geworden. Wie kommt's?

Dafür gibt es vor allem zwei Gründe. Erstens sind solche Ausstellungen kostengünstig zu realisieren, weil zum Beispiel eine Armani-Ausstellung im Guggenheim von der Marke unterstützt wird. Zweitens kann man leicht eine Beziehung zwischen dem Betrachter und dem Gegenstand herstellen. Das Met zeigt schon heute: Modeausstellungen können mehr, nämlich auf mehreren Ebenen komplexe Themen behandeln.

Modeausstellungen locken auch viele Besucher ins Museum, die man da sonst nicht sieht.

Das stimmt. Aber: Unsere Ausstellung im de Young wird kein Blockbuster werden. Es wäre viel einfacher, über Dior eine populäre Ausstellung zu machen. Für mich ist es aber wichtig, nicht zu erwartbar zu sein, so wie Kunstmuseen nicht nur französische Impressionisten zeigen sollten. Man muss versuchen, über verschiedene Themen ein ganzheitliches Bild zu schaffen und eine wichtige Stimme in der kulturellen Diskussion zu sein.

Mit Mode-Ausstellungen werden Sie nun auch in New York viel zu tun haben, das Costume Institute des Met ist legendär. Das könnte viel Arbeit bedeuten.

Ja. Mode im Museum ist aufwendig. Kostümabteilungen gehören zu den teuersten Abteilungen in Museen. Zum Beispiel muss ein Kleid, das man ausgestellt hat, in die Kühlkammer, bevor es wieder ins Depot kommt, um möglicher Schädlinge entledigt zu werden. Man muss es aufbügeln und bei 18 Grad lagern. Große Museen haben auch eigene Dresser, also Ankleider, um die Kleider ordentlich auf die Puppen zu hängen. Wenn man eine Leihgabe von Dior bekommt, reisen zwei Restauratoren und ein Ankleider für zwei Wochen nach Paris, um das zu organisieren. Das ist viel aufwendiger als bei einem Gemälde, das Sie einfach aufhängen können.

Ist das der Grund dafür, dass man im Metropolitan Museum zwar tolle Modeausstellungen sieht, aber nicht die eigentliche große Sammlung, weil sie im Archiv lagert?

Ja, aus konservatorischen Gründen geht man damit sehr vorsichtig um, insbesondere wegen der Lichtempfindlichkeit der Textilien.

Werden Sie das ändern? Man könnte sich mehr Modeausstellungen im Met vorstellen.

Vom Met wird man noch viel im Bereich Mode hören und sehen. Ich freue mich besonders auf die Arbeit mit dieser Abteilung und ihrem Chefkurator Andrew Bolton.

Werden Sie auch an neuen Vermittlungstechniken arbeiten? Ja. Im Museum verlieren Kleider die Hälfte ihrer Wirkung, weil sie sich nicht bewegen. Bei Bodyscan-Technik und virtueller Realität könnte man es so gestalten, als ob der Besucher das Kleid wirklich trüge. Auf dem Bildschirm sieht man sich dann selbst in dem Kleid.

Da könnten einige Mode-Ausstellungen spannender werden. Allerdings. Diese Technik, die es in Kaufhäusern teils schon gibt, werden wir weiterentwickeln. Das Museum wird nicht durch technische Erfahrungswelten ersetzt. Aber mit der Technik können wir eine Geschichte erzählen, ein Objekt zum Leben erwecken, die Besucher auch vor und nach dem Museumsbesuch informieren.

Und was wird Ihre erste Ausstellung im Met sein?

Das Met macht rund 60 Ausstellungen im Jahr. Ich sehe meine Aufgabe nicht darin, einzelne Projekte als „meine“ zu forcieren. Wir werden vielmehr gemeinsam die Idee des enzyklopädischen Museums im globalisierten 21. Jahrhundert vorantreiben.

DER KIMONO

Von Quynh Tran

Anziessache: Nicht mehr als das bedeutet „Kimono“. So banal die Bedeutung des Wortes, so sehr wird der Kimono zum Streitstoff, zum Teil des Diskurses über kulturelle Aneignung. Kern der Debatte ist das Machtgefälle zwischen der dominanten weißen Kultur und marginalisierten Minderheiten. Bisher ging es vor allem um Kulturgüter indigener Völker. Sie wurden von der westlichen Dominanzkultur lange als Primitivkultur bezeichnet, afroamerikanische und afrikanische Kunst wurde oft gar nicht erst als solche anerkannt. Nichtsdesto trotz nutzte man Elemente aus diesen Kulturen für Massenzwecke. Nun mag man argumentieren, dass Kultur nicht statisch ist, dass sich in einer globalisierten Welt kulturell vieles mischt. Das funktioniert aber nur, wenn Kulturen gleichwertig behandelt würden.

Gerade in der Mode ist der Aufschrei über kulturelle Aneignung groß. Dabei schaut man nun auch auf die asiatischen Einflüsse. Jahrhundertlang entliehen sich europäische Künstler und Modeschöpfer Elemente aus China, Japan, Indien und dem Nahen Osten. Man denke an die Chinoiserie des 18. Jahrhunderts, Gemälde europäischer Aristokraten in osmanischen Gewändern und chinesische, japanische und indische Einflüsse auf den Laufstegen seit dem frühen 20. Jahrhundert. Kaum ein großer Modeschöpfer hat sich nicht von Japan oder China inspirieren lassen, ob Paul Poiret, Christian Dior, Cristobal Balenciaga, Hubert de Givenchy oder Yves Saint Laurent.

Einer der großen Aneigner heute ist Alessandro Michele, der sich überall bedient, die Einflüsse kreuz und quer durch die Nähmaschine zieht und ein eklektisches Durcheinander produziert. Und trotzdem wurde der Gucci-Designer auf Instagram von „Diet Prada“ der kulturellen Aneignung von Sikh-Turbanen bezichtigt – so wie die Highschool-Absolventin Keziah Daum in den sozialen Medien angegriffen wurde, weil sie ein chinesisches Qipao trug (siehe Seite 52), und die israelische Eurovision-Song-Contest-Gewinnerin Netta Barzilai, weil sie in einem Kimono auftrat.

Der Unterschied zu indigenen Völkern und Afroamerikanern: Chinesische und japanische Kulturen waren bis zum Beginn der Migration nicht originärer Teil der europäischen, amerikanischen oder australischen Kultur, sondern sind in ihren Herkunftsländern die Dominanzkultur. Was auch die dortige Reaktion auf „Weiße“ in Kimonos und Qipaos erklärt – die gibt es nämlich gar nicht. Diese Kulturen wurden nie als Primitivkulturen marginalisiert. Und sie waren bis auf die vorübergehende Kolonialisierung nicht mit einer weißen Dominanzkultur konfrontiert. Zudem sind asiatische Kleidungsstücke wie Kimonos heute von kommerziellen Anbietern wie H&M bis hin zu den großen Couture-Häusern so allgegenwärtig, dass man mit den Vorwürfen gar nicht mehr hinterherkäme.

Punktuell regt man sich dennoch über Kimonos und Qipaos auf. 2015 rief das Boston Museum of Fine Arts zum „Kimono Wednesday“ auf, bei dem Besucher einen reich verzierten Kimono anlegen und sich vor Claude Monets Bild „La Japonaise“ (1876), das seine Frau Camille im Kimono zeigt, fotografieren lassen konnten. Schnell wurde der Aktion Rassismus und unzulässige Aneignung vorgeworfen.

Meist treten Amerikaner mit asiatischem Hintergrund die Debatte los. Sie verstehen eine solche Abgrenzung als Mittel zur Emanzipation. In den Vereinigten Staaten wurden Asiaten lange diskriminiert. Seit den sechziger Jahren allerdings gelten asiatische Amerikaner als *model minority*, als Vorzeigeminorität, die durch ihren Erfolg vermeintlich vor Rassismus gefeit ist. Andererseits werden Stereotypen „exotischer“ asiatischer Frauen immer wieder als sexuelle Wunschbilder objektiviert, von Giacomo Puccinis „Madame Butterfly“ bis zu heutigen Imitationen von Popstars wie Katy Perry.

Rassismus, Stereotype, Emanzipationsstreben – das sind recht neue Themen, die sich auch der Debatte um kulturelle Aneignung bedienen, in der Kimonos und Qipaos als Symbolträger genutzt werden. Der Umgang damit ist auch bei Amerikanern, die mit ihrer Migrationsgeschichte weiter sind als die Deutschen, unbeholfen. Daher gleiten die Diskussionen teils ins Absurde ab. Das zeigt, dass das Verständnis von Rassismus noch ganz am Anfang steht.

KLAU SCHAU WEM

Die westliche Mode nimmt
östliche Einflüsse auf.
Soll man das locker tragen?



Nur Gucci-Designer Alessandro Michele schafft es, einen Kimono und ein Kopftuch in einem einzigen Look unterzubringen. Und das alles krönt er in seiner aktuellen Cruise-Kollektion auch noch mit einem Hut. Ist das nun böse kulturelle Aneignung? Oder einfach nur ein großer Spaß?

DAS KOPFTUCH

Von Meltem Toprak

Ausgerechnet Versace, könnte man jetzt sagen, die Modemarke, die sich auf alles andere als gemäßigte Mode versteht. Zur Schau der aktuellen Herbst-Winter-Kollektion schickte Donatella Versace im Februar ein paar ihrer Models mit Kopftüchern über den Laufsteg. Damit war die Designerin in Mailand nicht allein, Gucci zum Beispiel zeigte ebenfalls Kopftücher. Auch unter den Hüten und Kappen bei Dior und Marc Jacobs – Kopftücher. Bei Max Mara war das Kopftuch auf dem Laufsteg noch nicht einmal Premiere. Da kennt man sich damit schon aus. Die Requisiten des Islams scheinen generell ein Thema für westliche Mode zu werden.

Aber gehören sie da auch hin? Der im vergangenen Jahr verstorbene Pierre Bergé war anderer Meinung. Der Geschäftsmann, einst Lebensgefährte von Yves Saint Laurent und Geschäftsführer von dessen Marke, machte seinem Ärger im Jahr vor seinem Tod noch Luft. Damals brachte Dolce & Gabbana als erstes High-Fashion-Label eine Abaya-Kollektion heraus. Bergé empörte sich, Mode stehe für Freiheit, nicht dafür, Frauen zu versklaven und unsichtbar zu machen.

Nicht zu Unrecht wird das Kopftuch mit diesen Eigenschaften in Verbindung gebracht. Zunächst einmal ist das Kopftuch in vielen Ländern Pflicht und bringt meist auch weitere Einschränkungen, Verbote und Zwänge mit sich. Es gibt natürlich Frauen, die es aus eigener Entscheidung tragen. Aber in der Realität sieht es so aus, dass mindestens genauso viele Frauen das Kopftuch tragen müssen, ohne es zu wollen. Sie bekommen es auferlegt, haben keinerlei Entscheidungsmacht und werden somit fremdbestimmt, von Staat, Religion, Familie, Gesellschaft. Das Kopftuch abzulegen kann schwerwiegende Konsequenzen haben.

Was ist also davon zu halten, wenn Modemacher jetzt Kopftücher auf den Laufstegen zeigen? Ist die Mode im Ernst dabei, sich das Kopftuch anzuzeigen? Das wirtschaftliche Interesse jedenfalls ist nicht unerheblich. Ein Kopftuch von Gucci wird besonders bei der kaufkräftigen arabischen Klientel einen Nerv treffen. Außerdem muss es heute in der Mode vielfältig zugehen, so wie in der Gesellschaft auch. Wenn niemand ausgegrenzt werden soll, dann muss man auf Mailänder und Pariser Laufstegen auch Kopftücher sehen. Man sieht es auch an den Models: Über die Catwalks geht inzwischen Vielfalt.

Heute kann das Kopftuch durchaus Status suggerieren. Das zeigt niemand Geringeres als Beyoncé, die nicht einmal muslimischen Glaubens ist. Im Video zu ihrem Lied „Apshehit“ sitzt sie da, die Haare unterm Tuch, und das Tuch ist von Versace. Im Hintergrund ist der Louvre zu sehen. Mehr Vielfalt geht kaum. Sie lehnt an der Schulter von Jay-Z, ihrem Ehemann, aber um auf das Klischee der Frau mit Kopftuch zurückzukommen: Bedürftig sieht sie nicht aus. Eher stolz, unabhängig, erfolgreich. Die amerikanische Musikerin versteht es, das Tuch so zu nutzen, dass es eine Botschaft hat.

Und wie ist das im wirklichen Leben? Gespräch mit zwei jungen Frauen in Offenbach, beide tragen ein Kopftuch. Natürlich könne ein Hidschab auch Mode sein, meinen die beiden. „Die Deutschen“ seien da allerdings anderer Meinung. Eine typische Frage sei: Ist es darunter nicht heiß? Die ältere der beiden Schwestern sagt, sie trage es, weil es der Prophet predige und ihre Kleidung sie vor den Blicken der Männer schütze. In Kabul, woher sie vor drei Jahren gekommen sind, schaue man leicht bekleideten Mädchen hinterher. Das empfinden sie als störend. Ihnen sei es wichtig, „sauber“ zu sein, ein reines Herz zu haben und so auszusehen. Aber braucht es dafür ein Kopftuch?

Die Erwartung an die Frauen ist hier das Problem. Ob mit oder ohne Kopftuch: In dieser Kultur sind Zwangsheirat, Unterdrückung, Abhängigkeit und Gewalt verwurzelt, mit strengen Ausgehzeiten, arrangierten Ehen, Kleiderordnungen. Würden sie das Kopftuch ausziehen, wenn sie könnten? Die Jüngere antwortet: „Nein. Wegen meiner Religion.“ Bei der Frage, wie sie einen Jungen kennenlernen, kichern sie, drehen sich weg und halten die Hand vor den Mund. Die Ältere, die gerade eine Ausbildung zur Zahnarzthelferin macht, sagt, sie habe noch nicht darüber nachgedacht. In Deutschland müsse man, so heiße es oft, den Jungen anlächeln. Und das können sie – sie tragen ja keine Burka.



FOTO: REUTERS

DOROTHEE SCHUMACHER

BY VIVIANE SASSEN



Ein politischer Künstler: Victor Ehikhamenor, hier in seinem Atelier in Lagos, hat eine Debatte hervorgerufen.

Alles begann im vergangenen Jahr mit einem Instagram-Post in Venedig. „Es war das erste Mal, dass Nigeria zur Biennale eingeladen wurde, und ich war einer der Künstler, die im Pavillon ausstellen durften“, erinnert sich Victor Ehikhamenor. „Als ich meine Installationen vorbereitet hatte, war noch etwas Zeit bis zur Eröffnung des Pavillons. Also erkundete ich die Stadt.“ Damien Hirsts Ausstellung „Treasures from the Wreck of the Unbelievable“ war zuvor groß beworben worden, also ging er hin. Die Geschichte, die dann begann, beschäftigt die Kunstszene bis heute. Und Victor Ehikhamenor ist seitdem nicht nur in seinem Heimatland bekannt.

Der Künstler aus Nigeria stößt gerne in Museumshops. Das sieht man auch in seinem Atelier: Im ersten Stock seines Büros in Lagos stapeln sich Kunstbände und Ausstellungskataloge aus New York, London, Paris. Auch in Venedig ging er zuerst in den Shop zur Damien-Hirst-Ausstellung. Da fand er eine Postkarte mit einem Motiv, das er kannte: den Bronze-guss eines Frauenkopfes. „Ich dachte: Hier wird auch Ife-Kunst ausgestellt.“

Die Bronzeskulptur hatte die charakteristischen Längsstreifen. Sie durchfurchen das Gesicht vom Scheitel bis zum Kinn und konturieren Nase, Wangen und Lippen – ein typisches Merkmal der Ife-Kunst. „Doch dann sah ich, dass es als ein Werk von Damien Hirst ausgezeichnet war, und da klingelten bei mir die Alarmglocken.“ Besonders traf es Ehikhamenor, dass auf der Karte kein Hinweis auf die Referenz gegeben wurde, die Hirst hier eindeutig bemüht hatte. Auf der Rückseite der Postkarte stand nur: „Damien Hirst, Golden Head (Female)“. Gab es vielleicht in der Ausstellung noch mehr Informationen zu dem Kunstwerk?

Es sollte Hirsts Comeback werden. 2008 hatte er unter dem Titel „Beautiful Inside

DIE KUNST DER KOPIE

Wo endet die Inspiration? Und wo beginnt das Plagiat? Ein nigerianischer Künstler hat die Debatte belebt – und Damien Hirst angegriffen. *Von Maria Wiesner*

My Head Forever“ seine neuen Kunstwerke direkt bei Sotheby's in London verkauft, ohne Galerie oder Kunsthändler dazwischenschalten. Das hatte es auf dem Kunstmarkt noch nicht gegeben. Für die 218 Stücke erzielte er die Rekordsumme von 111 Millionen Pfund. Danach wurde es ruhig um ihn.

Die Mega-Ausstellung in Venedig, die sich gleich über zwei Privatmuseen zog, sollte das ändern. Die Konzeptidee dazu

war simpel: Vor 2000 Jahren sank das Schiff eines antiken Kunstsammlers im Indischen Ozean. Die Ausstellungsstücke seien nun aus dem Wrack geborgen worden. Hirst durchmischte teils alte Objekte mit neuen Gesichtern. So trug die ägyptische Gottheit Aton bei ihm das Gesicht der Sängerin Rihanna, ein „Unbekannter Pharaon“ war Pharrell Williams nachempfunden, eine Skulptur der ägyptischen Gottheit Hathor erinnerte an Kate

Moss. Manche Skulpturen waren mit bunten Korallen aus Gips überzogen, um ihnen einen Hauch von versunkenem Schatz zu geben. Und dann war da noch der Bronzekopf, der in einer Glasvitrine stand.

„Es gab natürlich den Begleittext, Hirsts Referenz beziehe sich auf verschiedene Kulturen unterschiedlicher Orte“, sagt Ehikhamenor. Die Referenz auf das Original sei jedoch eingebettet gewesen in die fiktionale Geschichte um das Schiffswrack, die Hirst sich als Überbau für die Ausstellung erdacht hatte. Ehikhamenor ärgerte sich, machte ein Foto der Skulptur, postete es auf Instagram und schrieb dazu: „Nach 1897 sind die Briten nun 2017 zurück und wollen mehr. Das müsste der König der Ife hören. Golden heads (Female)“ von Damien Hirst, derzeit in seiner Ausstellung „Treasures from the Wreck of the Unbelievable“ im Palazzo Grassi in Venedig. Tausende Besucher, die ihn das erste Mal sehen, werden nicht an die Ife oder an Nigeria denken. Ihre Kinder werden damit aufwachsen, dass dies eine Arbeit von Damien Hirst ist. Mit der Zeit wird dieses Werk als eines von Damien Hirst gelten, egal ob es einen kleinen Hinweis dazu gibt. Das Narrativ wird sich ändern, und junge Ife-Künstler müssen sich eines Tages von einem langnasigen Kritiker anhören: „Ihre Arbeit erinnert mich an Damien Hirsts Golden Head.“ Wir brauchen mehr Biografen für die Vergessenen.“

Der Beitrag verbreitete sich, schnell gab es Hunderte Likes und Dutzende Kommentare: „Das ist ungeheuerlich!“ – „Danke, dass Sie darauf aufmerksam machen.“ Einige ziehen auch den Vergleich, dass ein Kunstwerk von Damien Hirst, das so offensichtlich afrikanische Kunst kopiert, locker für mehrere Millionen verkauft werde. Hingegen käme es einem Wunder gleich, wenn ein afrikanischer

Künstler solch einen Preis auf dem Kunstmarkt erzielen könnte.

Bei der Eröffnung des nigerianischen Biennale-Pavillons am Abend, als seine eigenen Werke dem Publikum vorgestellt wurden, klingelte sein Telefon. Ein Reporter der „New York Times“ wollte eine Stellungnahme. Er gab sie ihm: Damien Hirst habe den berühmten Ife-Kopf einfach imitiert und werde damit nun als Künstler gefeiert. „Ich finde das unehrlich.“ Hirst selbst äußerte sich zu der Debatte nicht. Sein Büro gab eine Mitteilung heraus, in der darauf verwiesen wurde, dass man im Begleittext zur Skulptur die Ife nenne.

Zum Glück hatte Victor Ehikhamenor nicht obendrein den Katalog zur Ausstellung in die Hand genommen. Auf Seite 23 steht dort zwar der Hinweis auf die Ife-Kultur, eingebettet in die Schiffswrack-Geschichte. Hirst bringt an dieser Stelle aber auch den deutschen Ethnologen Leo Frobenius ins Spiel, „der so überrascht vom Fund der Ife-Köpfe war, dass er annahm, die untergegangene Insel Atlantis müsse sich vor der Küste Nigerias befunden haben, sodass die überlebenden Griechen diese kunstvollen Arbeiten ausführen konnten“. Es war um die Wende zum 20. Jahrhundert in Europa üblich, Handwerkskunst aus Afrika nicht als ein Produkt afrikanischen Ursprungs anzuerkennen. Stattdessen gab es die wildesten Theorien, wo „die Wilden“ die Kunstfertigkeiten erlernt haben könnten. Der Untergang von Atlantis erschien einem westlichen Ethnologen da wahrscheinlicher als eine hochentwickelte afrikanische Zivilisation.

Wenn also schafft ein Künstler mit einer Referenz etwas Neues, und wann hat er sich eine andere Idee einfach nur angeeignet? Damien Hirst musste sich den Vorwurf der „Aneignung“ nicht zum ersten Mal gefallen lassen. Im Jahr 2000 verklagte ihn der Hersteller eines Kinder-spielzeugs wegen Nachahmung der Skulptur „Hymn“, einer rund sechs Meter hohen Vergrößerung eines Anatomie-Torsos. Es kam zu einer außergerichtlichen Einigung. Auch andere Künstler haben Hirst immer wieder vorgeworfen, sich bei ihren Werken freizügig bedient zu haben. Hirst selbst wiederum verklagte einen 16 Jahre alten Graffiti-Künstler, weil dieser seinen diamantenbesetzten Schädel „For the Love

of God“ in seinen Bildern kopierte und sie in einem Internetshop verkaufte.

Wo hört Inspiration auf, und wo beginnt das Kopieren? Die Frage beschäftigt viele Juristen. Hirst bewegt sich oft an dieser Grenze, denn seine Haupttechnik ist eben die „Appropriation“, also die Aneignung eines Objekts oder Bildes, das dann im Kunstwerk in einen anderen Zusammenhang gesetzt wird. Die bedeutendsten Künstler des 20. Jahrhunderts wendeten diese moderne Technik an. In den achtziger Jahren belebten Künstler wie Elaine Sturtevant und Sherrie Levine die „Appropriation Art“. Sie kopierten unter anderem Bilder männlicher Maler, um damit die Macho-Idee vom „männlichen Genie“ ad absurdum zu führen.

Auch der Begriff „Cultural Appropriation“ (kulturelle Aneignung) wurde erstmals in den Achtzigern erwähnt. In den vergangenen fünf Jahren fasste das Stichwort die Frage zusammen, ob und wie man sich Bilder, Symbole und Ikonen fremder Kulturen ohne Berücksichtigung ihres Hintergrunds aneignen darf. Auch die Debatte über Hirsts Skulptur lief unter diesem Stichwort – mit ganz unterschiedlichen Tonlagen in Nigeria, Großbritannien und den Vereinigten Staaten.

Victor Ehikhamenor ist es wichtig, dass er den Ausdruck der „Cultural Appropriation“ nie verwendet hat. Für ihn symbolisiert der Ausdruck einen Trend: „Es ist ein sehr schwieriges Wort und wird völlig inflationär verwendet“, sagt er. „Für mich ist es in Ordnung, wenn Künstler sich inspirieren lassen, auch wenn sie etwas kopieren. Aber wenn es eine Replik mit minimalen Änderungen ist, dann geht das weit über eine Inspiration hinaus.“ Zudem müsse man sehen, vor welchem geschichtlichen Hintergrund all das geschehen sei. „Mein Volk wurde von den Briten ausgeplündert und kolonialisiert. Unsere Kunstwerke wurden uns genommen. Und dann kommt ein Brit und kopiert unsere Kunst, ohne richtige Hinweise.“

Victor Ehikhamenor wuchs in dem Dorf Udomi-Uwessan im heutigen Bundesstaat Edo, dem einstigen Benin, im Süden des Landes auf. Früher war es eines der mächtigsten Königreiche in Zentralafrika. Man trieb über Jahrhunderte Handel mit den Portugiesen. Dann kamen die Briten



Nigerianisch: „I am Ogiso, the King from Heaven“ von Victor Ehikhamenor, 2017

und wollten das Reich ihrem Empire hinzufügen. Zwischen dem Oba von Benin, dem König des Volkes, und den britischen Unterhändlern gab es Unstimmigkeiten um ein Handelsabkommen. Bei einem Zwischenfall wurden zwei britische Soldaten getötet. Daraufhin schickte das Empire 1897 mit einem Schiff von Liverpool aus eine Kampfeinheit. Innerhalb weniger Tage wurde die Königsstadt Benin-Stadt verwüstet. Tausende Skulpturen und Platten wurden zur Refinanzierung des Kriegszugs nach Liverpool verschifft. Von dort gingen die Kunstwerke in Sammlungen, Museen und Galerien in Europa



Ägyptisch: Damien Hirsts „Unbekannter Pharaon“ mit Zügen von Pharrell Williams, 2017

und Amerika. Bis heute stellt das Königshaus in Benin Rückgabeforderungen.

„Ich bin der Nachkomme eines Volkes, dem gesagt wurde: Wir können euch eure Kunst nehmen, und nichts geschieht, ihr könnt nichts dagegen machen“, sagt Ehikhamenor aufgebracht. „Nur sehr wenige dieser Kunstwerke wurden uns zurückgegeben – bis heute kämpfen wir darum.“ Er selbst wurde 1970 geboren, nach der Unabhängigkeit seines Landes von Großbritannien. Doch die Auseinandersetzung mit dem postkolonialen Erbe macht einen großen Teil seiner Kunst aus. Dafür nutzt er die Techniken seines Volkes. Für eine Bilder-Serie etwa kloppte er mit einem kleinen Meißel Symbole und Zeichen in dickfaseriges Papier. Auf großen Kartons entstanden Gesichter und Figuren, die Geschichten erzählten, so wie er es von den Dorfhütten seiner Kindheit kannte.

Er setzt sich auch mit dem Zusammenhang von Christentum und Animismus auseinander, dem Glauben, dass die Dinge der Natur beseelt oder Wohnsitze von Geistern sind, wie er ihn in seiner Jugend erlebt hat. Und er kritisiert mit seiner Kunst gesellschaftliche Missstände. Zum Beispiel mit seinem Werk „Beatification of Black Angel“, das Teil seiner Ausstellung auf der Biennale war. Die meterlange Leinwand ist mit weißer, roter und schwarzer Farbe bearbeitet, sodass abstrakte Gesichtskonturen den Betrachter anzuschauen scheinen. Darüber faltet ein weißer Engel seine aus Plastik-Rosenkränzen geformten Schwingen.

Eine ähnliche Technik wendete er für seine „Rosenkranz“-Serie an, die in diesem Jahr in der Londoner Tyburn-Galerie ausgestellt wurde. Da formen die Rosenkränze Figuren des Königreichs Benin nach: Könige, Hofbedienstete, Priester.

Die Rosenkränze sind nicht nur Symbol des Christentums, sondern auch der europäischen Kultur, die dem Königreich durch die Briten übergestülpt wurde. Unter den Wunden der Kolonialzeit leidet Nigeria bis heute. Diese Wunde riss Damien Hirst mit seiner Kopie wieder auf. Der britische Künstler selbst hat nie mit Ehikhamenor gesprochen. Eine Zeitlang sprachen ihn aber die Medien immer wieder auf den Zwischenfall an. Sein Kommentar: „Für mich ist das Thema durch.“

In zwei Größen
und in drei
verschiedenen
Hölzern
erhältlich.

Frankfurter Allgemeine
SELECTION
AUSGESUCHTES FÜR
KLUGE KÖPFE



TISCH MATCHBOX
FÜR F.A.Z.-LESER IN DEN HÖLZERN
EICHE, NUSSBAUM UND OLIVE

Der Couchtisch findet seine Idee in der Streichholzschatel – hier vereint sich Design und Funktionalität. Ein Synchronauszug ermöglicht eine schnelle Öffnung von der Kopfseite des Tisches.

130 Jahre nach Gründung der Tischlerei Daniel Schulte ist nun der Urenkel Franz-Josef Schulte als Möbeldesigner mit einem Faible für Funktionalität tätig.

Sichern Sie sich einen Tisch in 90x60 cm oder 90x90 cm ab 1.990 Euro zzgl. Verpackungs- und Versandkosten.

BURGER

Amerikanisches Selbstbewusstsein

Von Majid Sattar

Die Amerikaner sind gemeinhin recht gelassen, wenn es um den Burger geht. Auch in Zeiten, in denen Nationalismus und Protektionismus eine Renaissance erleben, werden Erscheinungen, die aus Europa zurück nach Amerika schwappen, wie etwa der Veggie-Burger, duldsam ertragen, wenn sie denn überhaupt zur Kenntnis genommen werden. Das hat mehrere Gründe.

Zum einen hängt es mit dem Ursprung des Nationalgerichts zusammen. Er ist umstritten, die Liste der angeblichen Erfinder ist lang. Dass sowohl der Name als auch die Kombination von *bun* (Brötchen) und *patty* (Hackfleischscheibe) deutscher Herkunft sind und auf das Frikadellenbrötchen zurückgehen, darf aber als gesichert gelten. Zum anderen ist die inneramerikanische Vielfalt immer schon beachtlich gewesen. Neben den Klassikern Ham- und Cheeseburger, die meist aus Rindfleisch bestehen, gibt es je nach Region Crabcake-Burger, berühmt etwa in Maryland, oder Lobster-Burger in Boston und Cape Cod. In Neuengland werden Hummerburger sogar bei McDonald's angeboten – leider mit der gleichen Mayonnaise, die auch zu anderen Produkten serviert wird. Nicht zuletzt die religiöse Vielfalt im Land führte zu Marktanpassungen: So gibt es den koscheren Burger schon lange in vielen Großstädten und inzwischen auch den Halal-Burger.

Dass die Europäer, die in Amerika nicht nur kulinarisch oft für Weicheier gehalten werden, in den achtziger Jahren eine vegetarische (und später gar eine vegane) Variante auf den Markt brachten, mal bestehend aus Grünkernen, mal aus Tofu – das bestätigte nur das Klischee. Die Ökobewegung fasste freilich zeitversetzt als Health Movement auch in den Vereinigten Staaten Fuß, so dass heute etwa am Washington Square in New York auch fleischlose Burger zu haben sind.

Dass all das keine Aufregung hervorruft, muss man auch als Ausdruck amerikanischen Selbstbewusstseins verstehen. Denn was will fast jeder Europäer während seines Amerika-Urlaubs auf jeden Fall mindestens einmal machen? Genau. Dafür geht man am besten in eine richtige Bar, in der man anstelle eines Tellers einen mit Pergamentpapier belegten Blechuntersetzer bekommt, auf dem ein saftiger Burger mit einem Durchmesser von nicht weniger als 30 Zentimetern liegt. Dazu Cheddar-Käse, Tomate, Zwiebel und Salatblatt, an der Seite noch zwei Scheiben saure Gurken. Nur für das erste Date ist der Burger nicht so geeignet – jedenfalls dann nicht, wenn man zumindest anfänglich noch seine animalischen Gelüste verstecken möchte.

EAT OUT

Pizza, Burger und Sushi gibt es heute immer und überall – aber in welcher Form? Sieben Geschichten zu kulinarischen Übernahmen traditioneller Gerichte.

Illustrationen Jan-Hendrik Holst



PIZZA

Italienisches Kunstwerk

Von Matthias Rüb

Die Pizza hat für ihren beispiellosen globalen Triumphzug einen hohen Preis bezahlt: Es gibt sie überall auf der Welt, aber auch in allen möglichen und unmöglichen Formen. Es gibt sie mit dünnem und mit dickem Boden, es gibt sie mit und ohne Tomatensoße, es gibt sie im Selbstbackpack im Kühlregal und gefroren als Fertigprodukt. Es gibt sie im Edelrestaurant, bei der Dutzendkette mit Lieferservice und als Fastfood-Happen am Kiosk. Es gibt sie als klassische Margherita und als ultimativ verfremdete Hawaii.

Wahrscheinlich hat es kein anderes Gericht in so kurzer Zeit so weit gebracht. Zwar gilt die Behauptung als übertrieben, Raffaele Esposito, der Chef-Pizzaiole von „Brandi“ in Neapel, habe 1889 die Pizza Margherita erfunden: mit Tomaten, Mozzarella und Basilikum so rot-weiß-grün wie die Flagge des frisch vereinten Italiens und als Hommage an Königin Margherita von Italien (1851 bis 1926), die schöne Mutter der jungen Nation. Denn eine Tomaten-Mozzarella-Basilikum-Pizza gab es schon ein paar Jahrzehnte früher – sie hieß nur nicht Pizza Margherita. Diese Bezeichnung wurde tatsächlich erst dank Esposito und der Pizzeria „Brandi“ nach 1889 gebräuchlich.

Unstrittig ist, dass es neapolitanische Auswanderer waren, die Anfang des 20. Jahrhunderts das Arme-Leute-Essen aus ihrer Heimat zunächst nach Manhattan, dann nach ganz Amerika und schließlich in den Rest der Welt brachten. Was dabei aus ihrer Pizza geworden ist (dem

Inbegriff der italienischen Küche neben der Pasta), das macht viele Neapolitaner stolz. Es verdrießt aber auch manchen stolzen Pizzaiole in Neapel: Was sie schaffen, im Holzofen bei sehr hohen Temperaturen in gut einer Minute, ist schließlich ein Kunstwerk und keine Massenware, an der jeder nach Herzenslust und nationaler Vorliebe herumfuschen kann.

Vielleicht ist es da eine Genugtuung für die Pizzabäcker aus der Stadt am Vesuv, dass die Unesco Ende 2017 die neapolitanische Pizza zum „immateriellen Weltkulturerbe“ erklärt hat. Dieser Erfolg war nicht von heute auf morgen möglich. Acht Jahre vergingen zwischen Antrag und Verleihung. Es brauchte viele Petitionen und noch mehr Unterschriften. Der Kulturminister Dario Franceschini jubelte seinerzeit: „Die Kunst des italienischen Pizzabackens wird anerkannt. Da geht es um Können, um Handwerk, das von Generation zu Generation weitergegeben wird. Ein Stück italienischer Kultur in der Welt.“ Die Vereinigung der Pizzaiole, von denen es allein in Neapel einige tausend gibt, bezeichnete die neapolitanische Pizza gar als ein „Grundrecht für alle“, weshalb die Pizzabäcker aus Neapel auch in der ganzen Welt anerkannt werden müssten.

Italien verfügt über die meisten (materiellen) Kultur- und Naturerbestätten der Welt mit Unesco-Siegel – von der Ewigen Stadt mit ihren antiken Ruinen und dem Vatikan mit dem Petersdom über Venedig und seine Lagune, die Altstädte von Florenz, Siena und Verona bis zum Ätna und den archäologischen Stätten von Pompeji. Auch die Altstadt von Neapel ist seit 1995 Unesco-Kulturerbe. Was aber die ganze Welt Neapel verdankt, hat die Unesco erst jetzt anerkannt.

SUSHI

Japanische Sonderrolle

Von Patrick Welter

Es war eine einfache Frage an den japanischen Diplomaten, der die amerikanische Hauptstadt gut kannte. Wo gibt es in Washington ein gutes japanisches Restaurant? Die Antwort war erschreckend. „Es gibt keines“, sagte er. „Das beginnt schon damit, dass alle japanischen Restaurants in Washington von Koreanern betrieben werden.“ Doch die Antwort erwies sich als veraltet. Es gibt mittlerweile auch in Washington, D.C., einige sehr gute japanische Restaurants, die von Japanern betrieben werden. „Sushi Taro“ gehört dazu, auch „Sushi Ogawa“. Der Inhaber, Minoru Ogawa, wirbt damit, dass er Fisch direkt vom Tsukiji-Fischmarkt in Tokio einführt. Das sind die Restaurants, die in Washington lebende Japaner empfehlen. Dabei wird klar: Gutes japanisches Essen ist eine rein japanische Angelegenheit.

Wirklich gutes Sushi gibt es nur in Japan. Diese Meinung haben noch alle meine weitgereisten japanischen Freunde vertreten. So sehr Sushi in Amerika und in Europa Fuß gefasst hat, so sehr lässt die Qualität der westlichen Adaption des rohen Fisches mit Reis zu wünschen übrig, von vereinzelt Ausnahmen im Hochpreissegment abgesehen. Umgekehrt gilt das nur bedingt: Die Chance, im Großraum Tokio gutes deutsches Brot, echt schmeckende italienische Pizza oder französische Köstlichkeiten zu bekommen, ist ungleich größer, als gutes Sushi im westlichen Ausland zu finden.

Woran liegt diese Sonderrolle? Ist es der japanische Gaumen, der auf andere Geschmacksnuancen trainiert ist als der westliche? Japaner mögen besonders die fetten und teuren Teile des Thunfisches (*Otoro*), während Westler meistens die mageren und billigeren Teile (*Akami*) bevorzugen. Ist es die größere Zahl der Restaurants und Sushi-Chefs, die in Japan im Wettstreit die Qualität heben? Ist es allein mangelndes Wissen um den richtigen Transport oder die Zubereitung?

Einer der wichtigsten Gründe ist die Qualität des Fisches. In Japan wird darauf unvergleichbar mehr Wert gelegt als in Amerika oder Europa. Wurde der Fisch geangelt oder im Netz gefangen? Stammt die Pferdemaikrele (*Aji*) aus Sakanoseki in der Präfektur Oita? Dort kämpfen die *Aji* gegen starke Strömungen, was kräftige Muskeln und guten Geschmack verspricht. Stammt der Thunfisch aus Oma in der Präfektur Aomori und die rote Dorade aus Akashi bei Kobe? Von solchen Feinheiten kann meist nur träumen, wer in Amerika oder Europa Sushi „beim Japaner“ genießt.

Im Gegenzug entgehen den Japanern Geschmacksverirrungen wie die Kalifornien-Rolle, in der Thunfisch durch Krabbe, Avocado und Mayonnaise ersetzt wird. Seit den sechziger Jahren ermöglichte sie den Siegeszug des Sushis in der westlichen Welt. Ihre Erfindung war eine japanische Angelegenheit: Laut allen Erzählungen hat ein Japaner erstmals Westlern Sushi ohne rohen Fisch verkauft. Viele meiner japanischen Freunde sehen die Kalifornien-Rolle als eine Art Einstiegsdroge: Die Kunden würden so ans Sushi herangeführt – und später auch etwas Echtes probieren. Echt heißt: japanisch.



CROISSANT

Französische Unsicherheiten

Von Michaela Wiegell

Der französische Kardinal de Retz hat einmal darüber sinniert, dass es nicht ohne Nachteile gelingt, Ungewissheiten zu beseitigen oder präziser: sich von Doppeldeutigkeiten zu lösen. Genau das ist der Fall mit dem Croissant, das der Kardinal aufgrund der Gnade seiner frühen Geburt nicht kennen musste. Das Croissant, so viel ist gewiss, wurde in Frankreich erst durch die aus Wien stammende Königin Marie-Antoinette populär, gut 100 Jahre nach dem Tod des Kirchenfürsten. Trotzdem trifft sein Spruch zu – denn eigentlich schmeckt das Croissant am besten, wenn ein buttriger Mantel der Ungewissheit es umgibt. Je mehr man es erforscht, umso fader mundet es. Denn dann entdeckt man, dass mit jeder Schicht Blätterteig die Gewissheiten weichen.

Als urfranzösisches Frühstückshörnchen weckt es die Sehnsucht nach bewundernswertem *art de vivre*, direkt exportiert aus dem Land, in dem man vorgeblich wie Gott leben kann. Es schmeckt nach herzlichem *Boonjour*, nach *amouuur*, nach Urlaub und Faulenzen am Morgen, selbst wenn es vom Bäcker in Bochum oder auf Borkum kommt. Der Mythos Croissant hat sich so tief in den Köpfen festgesetzt, dass sogar der einstige französische Präsident François Hollande seinen Garten im Elysée nur eines einschärfte, wenn sie ihn morgens am geheimen Liebesnest mit der Schauspielerin Julie Gayet abholten, um ihn in den Palast zurück zu eskortieren: Vergesst die Croissants nicht!

Aber vermutlich ist das Croissant so urfranzösisch wie der Pariser Bäcker Mahmoud M'seddi, der 2018 den Preis für das beste Baguette gewonnen hat und deshalb ein Jahr lang den Elysée-Palast beliefern darf.

Die Historiker streiten sich noch, aber aller Wahrscheinlichkeit nach wurden die ersten Croissants kurz nach der türkischen Belagerung Wiens im Jahr 1683 gebacken. Zur Siegesfeier wurde ein Gebäck erfunden, das die Form des türkischen Halbmonds hatte. Eine andere Version lässt die Erfindung des Croissants 1686 in Budapest stattfinden, als dort die Türken lagerten. Vorgeblich wollten sich die erfinderischen Bäcker, ob in Wien oder Budapest, mit dem Croissant (französisch: zunehmende Mondsichel) auch über das türkische Wappenzeichen mokieren. Sicher ist auch diese Absicht nicht, aber islamistische Eiferer haben ihren Anhängern schon den Verzehr vom Frühstückspan gestrichen.

Das krumme Teilchen birgt weitere politische Fallen. So wird der Preis des Croissants gern als Fangfrage an Politiker gerichtet, um im Wahlkampf ihre Bodenhaftung zu ermesen. Viele Franzosen haben genug davon, dass die Elysée-Bäcker auf Steuerzahlerkosten die Hörnchen für die Präsidenten-Gespielinnen backen. In der französischen Sprache ist auch eindeutig geklärt, dass das Gebäck den Damen nur schmecken kann, wenn es männlich ist: *le croissant*. Das sollte man bedenken, wenn die Qualität man zu wünschen übrig lässt.

DÖNER

Türkische Karriere

Von Rainer Hermann

Typisch türkisch wurde der Döner erst, als er in angepasster Form in Deutschland integriert wurde. In der Türkei selbst ist wohl eher der gegrillte Kebab am Spieß typisch Türkisch und noch viel mehr der bittere, aber stark gesüßte Tee im geschwungenen Glas in Form einer Tulpe. Für typisch Türkisch halten Türken wie Touristen auch noch den Bauchtanz.

Aber bitte doch nicht den Döner, das Fleisch vom Rind oder Huhn, das von einem Spieß abgeschabt wird, der sich um die eigene Achse dreht! Der Türke, der mal Hunger verspürt, nimmt das schnell in einem *büfe* mit, einer unauffällig kleinen Imbissstube. Über der steht in der Hierarchie das *lokanta*, in dem man, fast an jeder Ecke, eine Linsensuppe verspeisen kann oder ein Fertigericht. Darüber thront das etwas feinere *restoran* – mit richtigem Kebab, am liebsten herzhaft gewürzt in der Tradition von Adana oder Urfa.

Das Ansehen des Döners rangiert in der Türkei also eher unten. Richtig Karriere hat der Döner erst in Deutschland gemacht, und er wurde dort zum Inbegriff der türkischen Küche, was der ganz und gar nicht gerecht wird. Denn sie zeichnet sich durch eine breite Auswahl vielseitiger Vorspeisen aus, den Mezze, wie sie hierzulande noch immer kaum bekannt sind.

Wer auch in Deutschland ein echter Türke bleibt, zieht daher beim Anblick eines germanischen Döners als Zeichen der Missbilligung nur fassungslos die Augenbrauen hoch. Denn der echte Döner enthält in dem langgezogenen Weißbrot neben dünnen Fleischstückchen nur etwas Zwiebeln und auf Wunsch ein paar Pommes.

In Deutschland aber kommen allerhand Zutaten hinzu. Da der Deutsche nichts ohne Soße isst, muss das auch beim Döner so sein. Und dann noch der Salat, für den der Deutsche, isst er im Sitzen, sonst ja noch eine eigene Schüssel braucht. So mutierte, was nicht mehr originär Türkisch ist, über die Zeit zu einem deutschen Nationalgericht mit Migrationshintergrund. Schließlich ist es auch noch preiswert, und der Deutsche ist ja preisbewusst. „Döner macht schöner“, witzeln die Türken über die Liebe der Deutschen zu dem Gericht vom Spieß, der sich dreht.

Aus einem weiteren Grund hat der Döner, der ja eigentlich kein Symbol für die Türkei ist, seinen Siegeszug in Deutschland angetreten. In der ersten Generation waren die Türken Gastarbeiter, in der zweiten wurden sie selbständig, und in der dritten werden sie Akademiker. Ihre unternehmerische Selbständigkeit in Deutschland hat mit einem Döner-Stand zunächst ganz klein begonnen. Ihr Beitrag zum deutschen Bruttosozialprodukt ist nicht mehr wegzudenken. Und so wie sich der Döner an Deutschland angepasst hat, verändern sich auch die Türken: Sie werden ein Teil Deutschlands, aber etwas türkisch bleiben sie doch.



FALAFEL

Nahöstliche Moderne

Von Jochen Stahnke

Im Nahen Osten ist der Falafel-Konflikt schon seit ein paar Jahren entschieden. Professor Shaul Stampfer von der Hebräischen Universität in Jerusalem erklärte Falafel kurzerhand zu einer modernen Erfindung. Schließlich muss die in Form geknetete und gewürzte Kichererbsenpaste frittiert werden. Und billiges Öl, das in Mengen zum Frittieren genutzt werden kann, kam im Nahen Osten erst Ende des 19. Jahrhunderts auf.

Mit einem Schlag wischte Professor Stampfer damit auch die beliebte Frage beiseite, welcher Falafel-Hersteller nun wirklich zuerst da war: Araber oder Jude. Heute hat jede palästinensische und jede israelische Stadt Dutzende Falafel-Geschäfte. Der Geschmack ist meist derselbe. Und an der Decke eines jeden Geschäfts klebt eine Neonröhre, die einem sofort klar macht, dass es hier um die Nahrungsaufnahme geht, nicht ums Verweilen oder das eigene Dasein und schon gar nicht um Gourmekritik.

Weder Öl, heilige Steine noch Schriften geben dem Heiligen Land sein Lebenselixier. Es ist die Kichererbsen. Verzehrt hat man sie schon vor 6000 Jahren in Jericho. Die Völker damals waren mit heutigen Falafel-Konsumenten ähnlich eng verwandt wie Alexander der Große mit Jürgen Dollase. Jedenfalls ward im Zeitalter des präkeramischen Neolithikums weder der Tanach noch der Koran geschrieben. Land gab es genug, die Menschen wurden in Jericho sesshaft. Und sie bauten Kichererbsen an: ein Grundnahrungsmittel für Kaaniter, Juden, Araber, Muslime und Touristen.

Nun geschieht es in dieser Weltgegend oft, dass man sich kaum erinnert, was vor 200 Jahren war, aber jedes Detail genau zu begründen vermag von Dingen, die Tausende Jahre her sind. Bei Falafel muss man gar nicht so weit zurückschauen. Einwanderer nach Eretz Israel suchten im ausgehenden 19. Jahrhundert nach einem nationalen Gericht, zumal sie selbst aus aller Herren Länder kamen und sich Borscht in der Glutitze schwer verkaufen lässt.

Erst moderne Backtechniken ermöglichten die Herstellung des Pita-Brots, in das man Tomaten (aus Südamerika eingeführt) und frittierte Falafel-Bällchen steckte: alles eine Entwicklung des 20. Jahrhunderts. Geessen wurde damals wie heute meist im Stehen, auf dem Bürgersteig, mittlerweile gerne auch im Auto.

Wahrscheinlich trugen vor allem auch Juden aus den arabischen Staaten, die erst in den fünfziger Jahren nach Israel kamen, zur Verbreitung des Falafels bei. Wem gehört also der Falafel, dessen Begriff im Arabischen wie im Hebräischen auf das Wort Pfeffer zurückzuführen ist und dessen jüdische und arabische Verkäufer sich optisch ebenso wenig unterscheiden wie ihr Produkt?

Eine müßige Frage. Nach nicht allzu langer Zeit hat man von dem frittierten Zeug ohnehin genug – selbst dort, wo der Falafel zu Hause ist. Feinschmecker wenden sich dem Hummus zu, einer Paste, bei der es nicht nur auf Zutaten und Mischungsverhältnisse ankommt, sondern auch auf die Kraft des Umrührens. Auch hier geht ohne Kichererbsen nichts.



EAT OUT



POKE

Hawaiianische Herzenssache

Von Bernd Steinle

Es passiert nicht oft, dass die Welt einem Trend aus Hawaii folgt. Bisher war das wohl nur einmal so: beim Surfen. Jetzt bewegt eine neue Welle, die auf Hawaii begann, den Rest der Menschheit: Poke. Das Gericht bedeutet übersetzt „in Stücke schneiden“, es besteht aus geschnittenem rohen Fisch, gewürzt mit Zutaten wie Meersalz, Seegrass, Nüssen, Sesamöl. Auf Hawaii wird Poke zu jeder Gelegenheit serviert, vom Picknick auf dem Pick-up bis zur Hochzeitsfeier im Hotelgarten. Eigentlich ist Poke auf Hawaii kein Trend. Es ist Alltag.

Das war es, lange bevor Westler die Inseln erreichten. In den siebziger Jahren wurde Poke populär, da moderne Fischerei-Techniken den Fang von Tiefseefisch wie *abi* erleichterten, heimischem Thunfisch. Die Kombination mit Sesamöl und Sojasoße wurde zum Klassiker, dank der vielen asiatischen Immigranten. All die Varianten, Zutaten, Rezepte und Geschmacksrichtungen, die Poke seither erlebt hat, sind auch ein Spiegelbild der gemischten Bevölkerung des modernen Hawaii.

Dass Poke jetzt die Welt begeistert, nehmen die Hawaiianer entspannt – in gewissen Grenzen. Das beginnt mit dem Namen: In der Diaspora wird aus Poke oft Poké, auf dass es nicht gesprochen werde wie der *joke*, der englische Witz. Doch erst bei den bizarren Toppings, den schweren Soßen, fragwürdigen Zutaten wie Mais oder Kohl oder den veganen Varianten, die heute zuweilen angeboten werden, überkommt traditionsbewusste Hawaiianer doch die Sorge, dass in New York, Dubai

und London unter dem lebensfrohen Lust- und Liebelabel Hawaii Essen verkauft wird, das mit dem Nationalgericht nicht mal mehr den Namen gemein hat. Wie in einer Art Franchise ohne Qualitätskontrolle.

Auf die Barrikaden brachte die Hawaiianer aber vor kurzem eine Restaurantkette aus Chicago. Sie hatte sich den Namen „Aloha Poke“ schützen lassen und drohte Restaurantbesitzern nun juristische Folgen an, sollten sie nicht „Aloha“ und „Aloha Poke“ aus den Namen ihrer Betriebe streichen. Es gibt keine bessere Art, sich den Zorn von Hawaiianern zuzuziehen, als ihnen den Gebrauch von *Aloha* verbieten zu wollen – des wichtigsten Ausdrucks ihrer Kultur, ihrer Weltanschauung, ihrer Lebensweise. Es folgten Shitstorms, Petitionen, Boykottaufrufe, Protestmärsche – und ein halbherziges Zurückrudern des Unternehmens. In sozialen Medien kritisierten Hawaiianer, dass Festland-Manager sich erst ihr Essen, ihre Kultur und ihre Sprache zu eigen machten, sie danach als Marketing-Instrument missbrauchten und am Ende auch noch ihren Gebrauch verboten wollten.

Mit Poke auf Hawaii ist es wie mit Eis in Italien: Jeder Einheimische weiß, wo es das beste zu kaufen gibt. Das kann auch mal aus dem Foodland-Supermarkt („Hawaii's Home for Poke“) sein. Weil wir gutgläubige Menschen sind, haben wir es dort probiert – und es nicht bereut. In der Poke-Trendwelt aber kann selbst der Geschmack Nebensache werden. Vor kurzem freute sich ein Berliner Restaurantbesitzer in einem Interview, dass bei ihm so viele Blogger und Influencer Smartphone-Bilder von ihren Bowls machten: „Poké ist nicht nur gesundes Fast Food, sondern auch enorm instagrammable, weil der Salat so fotogen ist.“ Auch so kann man Poke sehen.



TURKISH AIRLINES

GASTFREUNDSCHAFT
MEHR ALS NUR EIN WORT

MEHR ALS NUR EIN BESUCH
VOR IHREM ANSCHLUSSFLUG GENIEßEN SIE EINEN AUFENTHALT IN DER „TURKISH AIRLINES BUSINESS CLASS LOUNGE“. MIT ERSTKLASSIGEN AUSSTATTUNGEN, WIE AUSGEZEICHNETEM CATERING, PRIVATRÄUMLICHKEITEN, DUSCHEN, EINEM PIANO, MASSAGEN UND GOLFSIMULATOR.



MEHR ALS NUR EIN ESSEN
ERLEBEN SIE KULINARISCHE HIGHLIGHTS MIT UNSEREM MEHRFACH PRÄMIERTEN CATERINGSERVICE ÜBER DEN WOLKEN.



MEHR ALS NUR EIN TRANSFER
LASSEN SIE SICH VOM PRIVATCHAUFFEUR ZU UND VOM FLUGHAFEN FAHREN. EIN LUXURIÖSES DETAIL.**



MEHR ALS NUR UNTERHALTUNG
HUNDERTE FILME UND MUSIKALBEN, LIVE-TV, KOSTENLOSES WLAN UND VIELES MEHR PER EINFACHEM TASTENDRUCK.

*AUF LANGSTRECKENFLÜGEN VERFÜGBAR
**AN AUSGEWÄHLTEN ABFLUGHÄFEN

MEHR ALS NUR EIN SITZ
EIN SPEZIELLER SITZ, DER SICH IN EIN KOMPLETT FLACHES BETT VERWANDELT*. REICHLICH BEINFREIHEIT, SITZABTRENNNUNG FÜR IHRE PRIVATSPHÄRE, LUXURIÖSE AMENITY KITS UND VIELES MEHR. ALLES FÜR IHREN KOMFORT.

TURKISHAIRLINES.COM

A STAR ALLIANCE MEMBER



Schmankerl: Schnitzel gibt es auch in Tokio. Nur heißt es hier Tonkatsu.



Außen heiß, innen frisch: So schmeckt Tempura am besten.



Essen, wie die Stadt tickt: Besonders gut geht das über einer Schale mit Ramen.



Der Koch entscheidet: Ein Omakase-Menü ist auch ein Zeichen von Respekt.



Besser als Traubenwein: Sake aus der Mikro-Brauerei.



Japanischer Kneipenabend: Es gibt Bier, Sake und Yakitori, also gegrillte Spieße.



Fertige Gerichte aus dem Supermarkt, Früchte als Statussymbol: Beides ist in Japan durchaus plausibel.



Zucker gibt es überall: Japanische Torten haben französischen Beigeschmack.

Motoko Watanabe und Shaul Margulies sind keine klassischen Gastronomen. Sie sind eher so etwas wie interkontinentale gastronomische Reiseführer. Mit dem Deli „House of Small Wonder“ legten sie zunächst in New York los, dann eröffneten sie ein Lokal in Berlin. Mit dem „Zenkichi“ unterhält das Ehepaar dort nun auch eine moderne japanische Brasserie, in der den Gästen unbekanntere japanische Spezialitäten serviert werden, fernab des Sushi-Mainstreams. „Wir sehen uns als kulturelle Botschafter“, sagt Motoko Watanabe. „In unserem Restaurant schicken wir die Gäste auf eine Reise, um Tokio und Japan auf eine unverfälschte Weise über das Essen, den Service und das Ambiente kennenzulernen.“

Die japanische Küche besteht in Wahrheit aus viel mehr als dem Superstar Sushi, so wie auch die türkische Küche nicht nur Döner zu bieten hat und die italienische nicht nur Pizza. Hierzulande ist das noch immer nicht bekannt. Außer in Düsseldorf vielleicht, dem Nippon am Rhein, mit Deutschlands größter japanischer Community, wo Restaurants mit weniger bekannten Spezialitäten längst die kulinarische Landschaft prägen.

Selbst Berlin, in Essensfragen eigentlich progressiv, war noch vor zehn Jahren, als die beiden die Stadt erstmals gemeinsam besuchten, in Sachen japanischer Küche „Wilder Westen“, wie Watanabe sagt.

Das ändert sich nun allmählich. „Die japanische Küche hat in Berlin ein exponentielles Wachstum erlebt. Die Menschen hier sind offen und interessiert“, sagt Shaul Margulies, Watanabes Lebens- und Geschäftspartner. In Zeiten bewusster Ernährung hilft es, dass die japanische Küche mit weniger Öl und Gewürzen auskommt und dass Produktfrische und Qualität besondere Bedeutung haben.

„Immer wenn wir von einer Japan-Reise zurückgekommen waren, haben wir das köstliche Essen dort vermisst“, sagt Shaul Margulies. Nach ihren Delis in New York und Berlin eröffneten sie auch deshalb das „Zenkichi“. Und weil sie sich nicht allzu viel aus Entfernungen machen, lebt das Paar heute mit den beiden gemeinsamen Töchtern zwischen Berlin und Tokio.

Katsu? Schnitzel!

„Bereit für 2000 Kalorien?“ Shaul Margulies grinst, als die beiden mich in der Nähe ihres Apartments im Galerienviertel Roppongi einsammeln und zu einem besonders

LOST IN DIGESTION

Tokio hat 160.000 Restaurants. Wo fängt man da an? Motoko Watanabe und Shaul Margulies führen uns durch die Welthauptstadt der Foodies.

Von *Celina Plag*

traditionellen Schmankerl japanischer Hausmannskost führen: Schnitzel. Kann man so in Tokios kulinarische Sphäre einsteigen? Man kann, denn japanische Küche ist nicht immer leichte Kost. Klassischerweise wird in Tokio Tonkatsu gegessen, also Schnitzel (Katsu) vom Schwein (Ton). Masaaki Naganos einfaches Restaurant „Yagen Tei“ ist eines der letzten inhabergeführten Tonkatsu-Lokale. Serviert wird es hier mit Reis und japanischem Curry, dem Kare Raisu, einem Klassiker der japanischen Küche mit einer leicht süßlichen und nur zart pikanten Curry-Variation, die ihre Wurzeln in Indien hat. „Wie die meisten Küchen ist auch die japanische das Ergebnis kulinarischer Akkumulation“, sagt Margulies, während er sein Schnitzel isst. „Chinesen brachten die Nudeln und den Tee. Tempura, also die Kunst des Frittierens, kam mit den Portugiesen im 16. Jahrhundert.“

Koch und Handwerker

„Shaul und ich essen hier seit mehr als zehn Jahren“, sagt Watanabe. Ein Satz, der so ähnlich viele Male fällt auf unseren kulinarischen Streifzügen. Er beschreibt die gleichbleibende Qualität und das besondere Verhältnis, das in Japan zwischen Gast und Gastronom herrscht und auf Demut und manchmal auch Freundschaft beruht.

„Man liebt hier einfach die Produkte und die perfekte Verarbeitung von Lebensmitteln“, sagt Watanabe. Ins Restaurant gehe man primär fürs Essen, das Ambiente sei zweitrangig. Japanische Gastronomen spezialisieren sich oft auf nur ein Produkt, ein Gericht, oder bloß einen Arbeitsschritt, den sie über Jahrzehnte durch konstante Wiederholung perfektionieren. Nicht nur der Sushi-Meister, auch ein Imbissbetreiber, der sein Handwerk versteht, genießt hohes Ansehen.

Tempura am Fischmarkt

In Tokio ist eben auch der Koch König. Tempura-Meister Kurokawa-san kann es sich leisten, grimmig zu gucken. Wer sich nicht benimmt, wird einfach vor die Tür seines winzigen Imbisses gesetzt, den er am Rande des Tokioter Fischmarktes Tsukiji betreibt. Was schade wäre: Die Japaner sind nämlich Spezialisten im Frittieren, gute Tempura-Restaurants in der Regel sündhaft teuer. Das „Tempura Kurokawa“ ist ein Geheimtipp, gelegen in einer labyrinthartigen Siedlung. Aus den vielen Imbissen hier ist dumpfes Töpfeklappern zu hören, und Duftschwaden ziehen durch die engen Gassen. „Die Einheimischen essen nicht auf dem Fischmarkt, sondern hier“, sagt Watanabe und begrüßt den Koch, der uns sogleich Schlüssel mit frittiertem Gemüse und Garnelen vorsetzt. Jeden Morgen bezieht Kurokawa-san frischen Fisch vom Markt, dreimal die Woche Biogemüse aus Kamogawa. Sein Tempura schmeckt, wie es sein sollte: außen heiß und zart knusprig, innen knackig und frisch.

Eine Runde Ramen

An einem Tag geht es in einen der zahlreichen Ramenläden, die Tokio zu bieten hat. Ramen, die deftige Nudelsuppe, ist in Deutschland das, was Sushi in den Neunzigern war: ein Trendgericht. Aber nirgendwo gibt es sie in einem derartigen Variationsreichtum und in einer solchen Qualität wie in Tokio. Eine Wissenschaft für sich sind die hausgemachten Nudeln und die Brühe auf Fisch-, Fleisch-, Soja- oder Misobasis. Ramen ist in Tokio in der Regel Fast Food. Suppenküchen finden sich deshalb oft dort, wo hungrige Menschen vorbeiziehen: in U-Bahnhöfen, vor allem an der Ramen Street am Hauptbahnhof. Für eine besonders gelungene Shoyu (die Brühe basiert dann auf Sojasofte) oder Shio (die Brühe basiert auf Salz) sind Wartezeiten von bis zu einer Stunde nichts Ungewöhnliches – Zeit gespart wird dafür beim Essen. Die

Nudeln werden schlüpfend förmlich inhiert. Eine generelle Technik: Durch den schnellen Sog berühren die heißen Nudeln kaum die Lippen und kühlen im Fahrtwind obendrein auch noch ab. Pusten und kauen kann man sich sparen, ein Paradebeispiel an Effizienz. Essen, wie die Stadt tickt, das passt natürlich zum leistungsbewussten Tokio.

Sushi Deluxe

Genug von Fast Food. Weil Watanabe und Margulies zwei kleine Töchter haben, verlagern sie edlere Sushi-Dinner in den Nachmittag, das ist sowieso verträglicher fürs Budget. Wenn es Seafood sein soll, kommt für die Gastronomen nur ein Lokal in Frage: das „Hattori“, ein mit hellem Holz vertäfeltes Tresenrestaurant, das überwiegend von Japanern frequentiert wird und etwas versteckt an einer kleinen Seitenstraße in Roppongi liegt. Sushi-Meister Hattori bezieht seinen Fisch, den er zu frischem Edo-Sushi verarbeitet, je nach Saison mal aus Hokkaido, mal aus Wakayama. Berühmt ist er für die feinen Thunfische, die er seinen Gästen in mundgerechte Sashimi-Happen schneidet. Wir bestellen das Omakase-Menü, das bedeutet, dass wir den Koch die Gerichte auswählen lassen. Auch im „Zenkichi“ kann man sich auf das Omakase-Menü einlassen: „Den Koch entscheiden zu lassen hat natürlich auch etwas mit Respekt gegenüber seinem kulinarischen Können zu tun“, sagt Watanabe. Heute gibt es eine besonders seltene und gewöhnungsbedürftige Delikatesse: Fugu Shirako – Kugelfischmilch.

Landpartie mit Sake-Tasting

Watanabe und Margulies haben einen Tagesausflug nach Tochigi geplant, um die Sawahime-Mikro-Brauerei zu besuchen. Auch hierher beziehen sie ihren Sake, den japanischen Reiswein, für das „Zenkichi“. Eine Landpartie in Tokio funktioniert so: Man fährt drei Stunden durch lärmenden Verkehr, bis man den Stadtrand erreicht, und dann ist man schon fast am Ziel. So bleibt immerhin genügend Zeit für einen Crashkurs von Watanabe, sie ist zertifizierte Sake-Sommelière. Guter Sake wird in Japan in der Regel kühl getrunken, so wie unser Weißwein aus der Traube, den es wiederum in japanischen Restaurants kaum gibt. In Deutschland ist Sake noch recht unbekannt. Im „Zenkichi“ gibt es auch deshalb keinen Wein, sondern ausschließlich reinen Sake, um die Gäste an den Reiswein heranzuführen. Angekommen bei der Sawahime-

Brauerei, begrüßt uns Hiroshi Inoue überschwänglich. Inoue-san führt das Familienunternehmen in nunmehr fünfter Generation und hat vor einiger Zeit angefangen, die Produktion auf Regionalität und Nachhaltigkeit umzustellen. Nur für das „Zenkichi“ wird es von der Sawahime-Brauerei im Winter einen eigenen Berlin-Sake geben. Bis es so weit ist, schenkt er uns erst mal großzügig ein – nämlich alle anderen Tropfen seines Sortiments. Sie schmecken cremig, fruchtig, komplex, köstlich. Will man jemals wieder Traubenwein trinken?

Abends immer Izakaya

In der Stadt kehren wir in das entspannte Izakaya „Tsugumi“ ein, das übrigens auch für seine fabelhafte Sake-Auswahl berühmt ist. Izakayas sind Japans beliebte Gastro-Pubs, wo neben Bier und Sake meist einfaches Kneipenessen serviert wird. Oft sind das Yakitori, also gegrillte Spieße. Manchmal weiß man nicht genau, was man da eigentlich gerade isst. Na ja, was soll es schon großartig sein? Wer Fleisch und Fisch isst, kommt darüber hinweg. In Izakayas geht's auch schon mal lockerer zu, nicht ganz so streng wie sonst in der japanischen Gastronomie. Im „Tsugumi“ gibt es neben ein paar Plätzen am Tresen die für Japan so berühmten privaten Separees, die man auch im „Zenkichi“ findet: intime Speisezimmer für die Besuchergruppen, in denen das ambivalente Verlangen befriedigt wird, im Lokal und gleichzeitig wie zu Hause unter sich zu sein.

Kulinarisches Shopping

„Lust auf einen Bummel in der Shoppingmall? Zum Essen natürlich!“, texten die beiden Gastro-Stadtführer am Morgen. In Tokio ist man sowieso ständig am Snacken. Beim Umsteigen, beim Warten und eben beim Shoppen. Das schnelle Treiben der Stadt zieht Energie, das muss man mit Kalorien kompensieren. Und einschlägige Kaufhäuser wie Takashimaya, Isetan oder Mitsukoshi sind für ihre kulinarischen Abteilungen berühmt. In Roppongis Einkaufszentrum Midtown geht es für uns stattdessen: in den Supermarkt. Shaul Margulies läuft zu den Kühlregalen mit den vorbereiteten Boxen, von Sushi über Bento bis zu gegrillten Spießen. „Hätten wir ein solches Take-Away in Berlin, würde ich meine Restaurants schließen“, sagt er und lacht. „Andererseits würde man ja niemals fertige Gerichte im Supermarkt kaufen. Das geht nur hier.“ Beim Verlassen des Supermarktes schlendern wir an einer

Boutique für Früchte vorbei. Mangos und Erdbeeren werden bei Sun Fruits ausgestellt wie Schmuck oder teure Uhren. „In Tokio sind die Wohnungen winzig“, sagt Watanabe. „Auf eine private Einladung als Gastgeschenk einen Gegenstand mitzubringen, wird als unhöflich empfunden – als Mitbringsel sind deshalb Früchte beliebt.“ Früchte sind in Japan ohnehin rar, insofern ein Statussymbol. Sie sind auch entsprechend teuer.

Auf ein französisches Dessert

Shaul Margulies will unbedingt noch zu Toshi Yoroizuka, der eine von französischer Patisserie geprägte Dessert-Bar betreibt. Zuckriges gibt es in Tokio an jeder Ecke. Besonders die französische Dessertkultur ist unter Japanern beliebt, wie die französische Küche im Allgemeinen. „Die Japaner sind Meister darin, sich die Techniken anderer Küchen einzuverleiben – und sie weiter zu perfektionieren“, sagt Margulies. „Alles ist hier auf extrem hohem Niveau. Kein Wunder, dass einige Gastroteure sagen: Die besten französischen Desserts? Die gibt es in Tokio!“ Toshi Yoroizuka verfeinert sein zuckriges Angebot wie eine Pistazien-Gorgonzola-Creme, die zum Mitnehmen an der Theke gekauft oder als ausgefallene Kreationen am Show-Tresen sitzend genossen werden kann, übrigens auch mit japanischen Noten. Das beliebte Grüntee-pulver Matcha gehört natürlich dazu. Auch rote Bohnen hat er schon verarbeitet. Shaul Margulies hat heimlich ein kleines Törtchen gekauft. „Zum Abschluss nur das Beste“, sagt er und sieht glücklich aus.

„Yagen Tei“, Akasaka Kokusai Building – B1, Akasaka 2-14-27, Minato, Tokio

„Tempura Kurokawa“, Tsukiji 6-21-8, Chūō, Tokio (Abendessen nur mit Reservierung: +81 3-3544-1988)

Ramen Street, Tokyo Station Ichibangai B1, Marunouchi 1-9-1, Chiyoda, Tokio

„Edomae Sushi Hattori“, Roppongi 7-4-12, Minato, Tokio (nur mit Reservierung: sushi-hattori.jp)

Sawahime Sake-Brauerei, Shirasawacho 1901-1, Utsunomiya, 329-1102 Tochigi Präfektur

Izakaya „Tsugumi“, Roppongi 5-9-16, Minato, Tokio Sun Fruits, Tokio Midtown, Akasaka 9-7-4 Basement, Minato, Tokio

„Toshi Yoroizuka“, Tokio Midtown East, Akasaka 9-7-2, Minato, Tokio

OPEN HOUSE BEI JULIA MALIK



Über den Dächern Berlins: Julia Malik wässert die Pflanzen auf ihrer Terrasse.

Die Schauspielerin, Autorin, Musikerin und Mutter füllt viele Rollen aus. Für unsere neue Videoserie auf FAZ.NET haben wir sie zu Hause besucht. Wie wohnt man in einem so abwechslungsreichen Leben? *Von Rabea Schif und Ubin Eoh, Fotos Johannes Krenzer*

Berlin, irgendwo in Prenzlauer Berg, im Dachgeschoss eines Gründerzeitaltbaus. Julia Malik öffnet stürmisch die Tür und hält zur Begrüßung eine Zebraamaske vors Gesicht. Mit wallendem Haar und in einem buntgemusterten Vintage-Stiftkleid läuft sie barfuß durch den Flur. Die Wohnung ist offen geschnitten und lichtdurchflutet. Sofort fällt der Blick auf die große Wohnküche und den Esstisch. Grünbewachsene Terrassen, freigelegtes Mauerwerk und überall kleine Zeichnungen an den Wänden. Hier und da ein Kinderschuh, ein einsames Skateboard und bunte Legosteine auf dem Boden.

Julia Malik lädt an den großen runden Tisch. „Hunger? Ich hab’ Linsensuppe gekocht. Rezept ist von meinem Vater.“ Dazu serviert sie marktfrische Antipasti, Landjägerwürstchen und Zitronenlimonade. Aus dem hinteren Zimmer kommen zwei Kinder gerannt, schnappen sich zwei der originalen Eames Plastic Chairs und stürzen sich aufs Essen. Die Szenerie könnte aus einem modernen Astrid-Lindgren-Film stammen. Und wirklich: Julia Malik zählt sie zu ihren Lieblingsautorinnen. In dieser Wohnung muss man einfach an die Villa Kunterbunt denken. Überall Kuriositäten. Am liebsten streift sie über Flohmärkte in Frankreich und durch Vintage-Läden wie das Chairs in Berlin, auf der Jagd nach neuen Stücken.

Zum Beispiel ausgefallene Vasen: In einem umgedrehten Keramik-Frauenkopf mit Turban von den Künstlern CristaSeya und Giacomo Alessi Caltagirone, kürzlich erworben bei Schwarzhoferzeitel an der Torstraße, stecken frische Blumen. „Die Blumen habe ich gestern Nacht noch nach einem Dinner gerettet.“

Zu ihrem Job gehört es, auf viele glamouröse Veranstaltungen zu gehen. Wenn es nach ihr ginge, würde sie jedoch die meiste Zeit in ihrem Arbeits- und Schlafzimmer verbringen. Lieblingsort: ihr Bett. Umgeben von all ihren vertrauten Büchern von Fitzgerald bis Didion, die sich hier stapeln, sieht sie es als größten Luxus, vom Bett aus zu arbeiten.

Wenn sie nicht gerade in ihrer Band Hands-Up Excitement! Geige spielt oder einen Film dreht (als Nächstes erscheint „Herzrasen“ im ZDF), schreibt sie an ihrem ersten Buch. „So viel sei verraten: Es geht um eine Arschmama“, sagt sie. Zwei Kinder, zwei Katzen, ein halber Hund (teilt sie sich mit einem Freund), Nachtdrehs: Es kommt vor, dass Malik nur zwei Stunden Schlaf bekommt. Entspannen kann sie sich bei ihrer täglichen Yogaroutine, wobei sie betont, dass sie häufig während des Yogas im „herabschauenden Hund“ Text lernt, Spielzeug aufräumt oder ihr Buch liest.

Viel Schlaf ist trotzdem das Wichtigste für sie. Liegegelegenheiten gibt es zur Genüge: Mehrere Day-Beds machen die Casa Malik zu einer riesigen Schlafstätte. Ihr Lieblingstagesbett aus Holz und mit Bauhaus-Anmut stammt aus den Deutschen Werkstätten Hellerau aus den zwanziger Jahren, abgestaubt bei einem Flohmarkt in Dresden, während ihrer Tour mit Sänger Pete Doherty.

Direkt daneben die passende Stehlampe: eigentlich ein altes Holz-Kamerastativ aus den dreißiger Jahren, auf das sie einen großen Lampenschirm hat spannen lassen, innen mit Goldfolie versehen. Günstig und gebraucht kaufen und dann schön machen, das ist hier das Motto. Julia Malik könnte stundenlang zwischen Landjägerwurst und Kindergerenne über ihre Möbel und Deko-Elemente sprechen, die alle eine tiefere Bedeutung haben. Nebenbei entpuppen sich gerahmte Kritzeleien als Werke von Jonathan Meese, häufig sind aber auch Julia Malik selbst oder ihre Kinder die Schöpfer. Ein abgetrennter Barbielkopf, ein Dollarschein, Aktzeichnungen an der Wohnzimmerwand: Hauptsache kunterbunt. Oder, wie sie es sagen würde: eklektisch. Hier finden ein Herz und ein Stil zusammen. Auch in unserem kleinen Film, dem ersten Video der neuen Serie „Open House“, kann man sich davon anregen lassen.

Das Video „Open House: Rabea Schif zu Besuch bei Julia Malik“ auf www.faz.net/openhouse



Sitzplatz: Außer Flohmarktfunden mag sie auch Klassiker wie den Eames Office Chair.



Wandschmuck: Die Kunst ist entweder von Jonathan Meese – oder von ihren Kindern.



Zu Besuch am Lieblingsort: Rabea Schif fühlt sich bei Julia Malik wie im Astrid-Lindgren-Film.



Alte Möbel: Die Wohnküche ist das Zentrum der Wohnung.



Viele Liegen: Sie schläft zwar nicht viel, aber Gelegenheiten gäbe es genug.



ORTHOPÄDISCH RICHTIG LIEGEN



AUSGEZEICHNETE KLIMAREGULATION



NATURMATERIALIEN UND KONTROLLIERTE QUALITÄT



ELEKTROBIOLOGISCHE NEUTRALITÄT



GESUNDHEIT UND NACHHALTIGKEIT

GRÜN SCHLAFEN BESSER AUFWACHEN



100% NATURLATEXMATRATZEN
HANDMADE IN GERMANY



HIER FINDEN SIE EINEN DORMIENTE HÄNDLER IN IHRER NÄHE [WWW.DORMIENTE.COM](http://www.dormiente.com)

Sie will jetzt unbedingt ein Lachssandwich essen. Es gibt aber keines in dem Büroturm in Frankfurt, in den sie für einen Vortrag gekommen ist. Und eigentlich sollte ja auch das Interview mit der Journalistin losgehen. Es wird nervös getuschelt, dann zieht ein Tross los: Waris Dirie, mit Hut und Sonnenbrille, ihr untersetzter Manager mit lockigem weißem Haarkranz, die beiden Start-up-Gründer, die Dirie eingeladen haben, und die Journalistin.

Waris Dirie ist Mitte 50 und sieht aus wie Anfang 40. Sie hat schimmernde, glatte Haut und eine beeindruckend aufrechte Körperhaltung. Selbst in Jeans und Turnschuhen strahlt sie Glamour aus. Wenn sie lacht, lachen die Menschen um sie herum mit, wenn sie die Stirn runzelt, werden sie nervös. Und wenn sie ein Lachssandwich will, machen sie sich auf die Suche. Gefunden wird ein Restaurant am Frankfurter Opernplatz, das zumindest Nudeln mit Lachssauce anbietet.

Vor 20 Jahren, 1998, erschien Diries Buch „Wüstenblume“. 2008, vor zehn Jahren, wurde es verfilmt. Das Buch verkaufte sich mehr als elf Millionen Mal, der Film zog allein in Deutschland mehr als eine Million Menschen in die Kinos. Davor war Waris Dirie erst Nomadenkind und Verstümmelungsoffer, dann Haushaltshilfe und Putzfrau, später Topmodel und Schauspielerin. Danach wurde sie UN-Sonderbotschafterin und Menschenrechtsaktivistin. Und vor allem die Frau, die auf der ganzen Welt für den Kampf gegen die grausame Praxis der weiblichen Genitalverstümmelung steht, auf Englisch Female Genital Mutilation, kurz FGM.

Wie verändert es einen Menschen, immer und immer wieder, teils live im Fernsehen, über dieses Trauma zu sprechen? Von Menschen aus aller Welt gefragt zu werden, ob man „da unten“ überhaupt noch etwas spüre? Und von der eigenen Familie dafür angegriffen zu werden, die Traditionen zu verraten?

Das herauszufinden ist gar nicht so leicht. Dirie will nicht mehr darüber sprechen. Die Interviewfragen will sie vorab haben, beantwortet sie dann über ihren Manager schriftlich und sehr knapp. Beim eigentlichen Interviewtermin hat sie keine Lust, noch mehr zu sagen. Die Frage

KAMPF GEGEN DIE DÄMONEN

Vor 20 Jahren erschien ihr Buch „Wüstenblume“. Seither reist Waris Dirie für Vorträge und Projekte um die Welt – und wirkt mal begeisternd, mal irritierend.

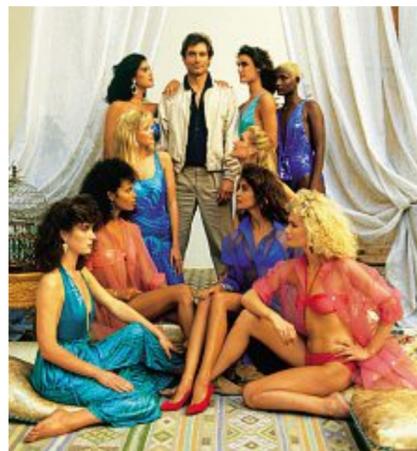
Von Leonie Feuerbach
Foto Frank Röth

nach aktuellen Projekten mit ihrer Stiftung unterbricht sie mit einem Redeschwall: „Du siehst mein Herz, meine Seele und meine Leidenschaft, Darling. Ich kann es nicht ertragen, wenn irgendjemand auf diesem Planeten verletzt wird, vor allem nicht, wenn es sich um Kinder handelt oder Frauen. Ich verstehe nicht, warum die Menschen nur abwarten, die Welt nur wartet. Worauf wartet sie? Ich verstehe es nicht, und es liegt nicht an mir, diese Probleme allein zu lösen.“ Bis ihr Essen kommt, hat sie sich so in Rage geredet über die Übel der Welt, dass sie es am Ende kaum anrührt.

Andererseits ist es leicht herauszufinden, was in Waris Dirie vorgeht. Man kann es in ihren Büchern nachlesen. Dort steht, dass ihr das viele öffentliche Reden zwar geholfen, sie aber auch retraumatisiert hat. Sie schildert darin, wie entwurzelt und heimatlos sie sich oft gefühlt habe, wie wenig das Modell sie erfüllte und wie sehr sie bis heute unter der Verstümmelung leidet. Sie habe jeden Tag Schmerzen, schreibt Dirie in „Brief an meine Mutter“, während ihrer Periode so sehr, dass sie es nicht mehr aus dem Bett schaffe. „Es ist, als ob dir jemand ein Messer in den Bauch rammen würde.“

Auch ihr Martyrium im Alter von vier oder fünf Jahren hat Dirie oft geschildert: Es war noch früh, ihre Mutter weckte sie und ging mit ihr von der Hütte weg in die Wüste. Die Beschneiderin wartete schon. Sie spuckte auf ihre stumpfe Rasierklinge, die Mutter schob Waris eine Wurzel zwischen die Zähne, damit sie sich nicht vor Schmerz die Zunge abbeißen konnte. Sie hielt die Arme ihrer Tochter fest, umschlang ihren Körper mit ihren Beinen. Dann setzte die alte Frau die Klinge an. Die Tage danach, schreibt Dirie im „Brief an meine Mutter“, sei sie dem Tod näher gewesen als dem Leben.

Die Verstümmelung hinterließ tiefe seelische Spuren und trieb Dirie als Erwachsene in den Alkohol. Sie trank, wenn sie vor Fotoshootings nervös war, wenn sie ihre Familie vermisste, wenn sie mit den Härten des Modelbusiness klarkommen wollte, wenn ihre Menstruationsschmerzen unerträglich waren, wenn sie an ihr Beschneidungstrauma dachte, wenn sie nicht mehr als „die Genitalverstümmelte“ vor der Weltöffentlichkeit stehen wollte.



Auftritt als Bond-Girl: In „Der Hauch des Todes“ aus dem Jahr 1987 war Waris Dirie als Waris Walsh zu sehen – rechts neben Hauptdarsteller Timothy Dalton.

Nach einem Absturz ging sie in die Entzugsklinik. Danach ging es gleich weiter mit Modeljobs, und bald kam die Sucht zurück. Nach einem Shooting in der kalifornischen Wüste entschied sie spontan, einen Berg zu besteigen. Seither ist Sport für sie ein Heilmittel.

Bevor Waris Dirie 1997 in einem Interview in der Zeitschrift „Marie Claire“ von ihrem Schicksal erzählte, war FGM in der westlichen Welt kaum ein Thema. Dabei gibt es allein in Deutschland fast 65.000 genitalverstümmelte Frauen, die meisten kommen aus Indonesien, Somalia, Dschibuti, Ägypten und Äthiopien. In vielen dieser Länder ist die Verstümmelung allgemeine Praxis. In Somalia, Diries Herkunftsland, sind bis zu 98 Prozent der Frauen beschnitten. Eine grausame Tradition, die keinerlei medizinischen Vorteil hat und nur dazu dient, die Frau und ihre Sexualität dem Mann zu unterwerfen.

Ohne Betäubung und oft unter unhygienischen Bedingungen werden Kleinkindern, jungen Mädchen und Jugendlichen mit Rasierklingen oder Glasscherben die Klitorisvorhaut, die Klitoris und teils auch die inneren Schamlippen verletzt oder entfernt. Im Extremfall werden die inneren Schamlippen ganz weggeschnitten und die äußeren zusammengenäht, sodass ein Narbengewebe entsteht. Es bleibt ein winziges Loch für Urin und Menstruationsblut. Jeder Toilettengang und jede Periode werden zur Qual. In der Hochzeitsnacht öffnet der Mann die Narbe durch Penetration. Gelingt das nicht, schneidet er sie auf und dringt gewaltsam in die Wunde ein. In Somalia sind rund 80 Prozent aller Frauen auf diese brutale Weise verstümmelt, bei der viele Mädchen verbluten. Auch in Diries Familie überlebten Mädchen die Prozedur nicht, zum Beispiel eine ihrer Schwestern, oder sie starben später bei der Geburt ihres Kindes.

Weibliche Genitalverstümmelung ist Waris Diries Lebensthema. Die Vereinten Nationen gingen ihr nicht entschieden genug dagegen vor, also verließ sie ihren Posten als Sonderbotschafterin und gründete ihre eigene Stiftung: die Desert Flower Foundation. Die Vereinten Nationen vergeben den Posten eines Sonderbotschafters aber ohnehin immer nur für eine begrenzte Zeit.

In Sierra Leone arbeitet die Desert Flower Foundation mit einem Pater der Caritas zusammen, der Mädchen vor der Verstümmelung bewahrt, indem er ihren Eltern Geld bezahlt, damit sie ihre Töchter in die Schule schicken. So müssen die Mädchen nicht an Männer verkauft werden, und die Verstümmelung ist unnötig. Die Idee entstand, als Dirie das Mädchen retten wollte, das sie selbst in der Verstümmelungsszene im Film „Wüstenblume“ spielt. Es kommt aus Dschibuti, wo fast alle Mädchen beschnitten werden. Die Rettung gelang, Dirie schildert es im Buch „Safa – Die Rettung der kleinen Wüstenblume“.

In ihrem Buch „Schmerzskinder“ hat sie mit einem Team gezeigt, dass Beschneidungen auch in Europa stattfinden. Nigerianische und somalische Frauen ließen sie zu Recherchezwecken in afrikanisch geprägte Stadtviertel fahren und eine Beschneiderin suchen. Die Frauen wurden schnell fündig. Mehrere ärztliche Zentren, die sich um genitalverstümmelte Frauen kümmern, wurden in Europa schon in Diries Namen gegründet, im kommenden Jahr will ihre Stiftung die erste Desert-Flower-Schule gründen. Im Kampf gegen FGM hat Dirie schon viel

bewegt. In allen Ländern der Europäischen Union ist FGM heute strafbar, in Deutschland seit 2015 auch, wenn es im Ausland geschieht und die Täter danach nach Deutschland einreisen. In vielen afrikanischen Ländern sind ebenfalls die Gesetze geändert worden.

Manche Versuche Diries, sich anderen Themen und Problemen zu widmen, waren weniger erfolgreich. Im Buch „Schwarze Frau, weißes Land“ schreibt sie über ihr Leben im Westen, die Sehnsucht nach Afrika und den Wunsch, dem Kontinent zu helfen, sich von Armut und Abhängigkeit zu befreien. 2011 reiste Dirie zur Afrika-premiere von „Wüstenblume“ nach Äthiopien. Sie schaute sich rund 15 Unternehmen an, die sie unterstützen wollte. Doch aus den angekündigten Investitionen im Kampf gegen die Armut wurde nichts. Nur mit einer einzigen kleinen Fairtrade-Firma kam eine Zusammenarbeit zustande. Ihr Manager Walter Lutschinger sagt: Alle anderen Firmen erschienen ihr nicht unterstützenswert. Mal verdienten die Frauen zu wenig, mal waren die sanitären Anlagen zu unhygienisch. Wer ihr sein Unternehmen präsentierte und leer ausging, war natürlich enttäuscht.

Von Dirie enttäuscht ist auch Rüdiger Nehberg, den ihr Schicksal einst so bewegte, dass auch er sich dem Kampf gegen FGM verschrieb. Seine Frau Annette Nehberg-Weber filmte eine Verstümmelung in Äthiopien, den Film gab das Ehepaar Waris Dirie, die es damit ermöglichen sollte, bei der Afrikanischen Union vorzusprechen. Sie hörten aber nie wieder von Dirie, der Film tauchte irgendwann auf deren Internetseite auf, ohne Quellenangabe. „Nach einigen Bildern von Somalia und Waris, die eine Träne abwischend, im Flugzeug zu sehen ist, folgt Werbung für ihr Parfüm und ihre Bücher“ – so schildern es die beiden in ihrem Buch „Karawane der Hoffnung“. Das Landgericht Hamburg beschloss, dass Dirie den Film unerlaubt verwendet und unter anderem für Werbung zweckentfremdet hatte und nicht mehr zeigen darf. Sie musste Geld an Nehbergs Organisation spenden.

Es war nicht der einzige Skandal um Waris Dirie. 2008 verschwand sie für drei Tage in Brüssel. Zu einer EU-Konferenz mit wichtigen Politikerinnen, unter anderem der damaligen amerikanischen Außenministerin Condoleezza Rice, erschien sie nicht. Angeblich war sie entführt worden. Die belgische Polizei fand dafür keine Anhaltspunkte. Viel spricht dafür, dass ihr der Trubel über den Kopf gewachsen war. So auch 2010, als sie ihr Buch „Schwarze Frau, weißes Land“ im Berliner Hotel Adlon vorstellte. Sie beschimpfte den Moderator und fiel dem Verlagsleiter ins Wort: Ob er nicht Deutsch reden könne, dann verstehe sie ihn wenigstens nicht.

Später an dem Tag in Frankfurt hat Waris Dirie sich umgezogen, trägt statt Jeans und Shirt nun einen Jeansanzug. Sie hält eine Rede vor Karrierefrauen aus Wirtschaft und Politik, die das Start-up, das sie nach Frankfurt eingeladen hat, vernetzen will. „Ich arbeite nicht in einer Bank oder so etwas. Ich werde einfach von Herzen sprechen, wie ich es immer tue.“ Dann redet sie über Liebe und Respekt und wie sehr beides fehle in der Welt, davon, was Sport ihr bedeute und dass sie für einen Triathlon trainiere. Die Rede wirkt improvisiert, hat keinen roten Faden. Eine Zuhörer, die kam, um Waris Dirie zu sehen, ist enttäuscht. „Eine minimale Info über ihre Stiftung wäre schon interessant gewesen.“

Waris Dirie ist kaum zu greifen und schweift gern ins Ungefähre. Mit Maximalforderungen steht sie sich selbst im Weg, großen Ankündigungen folgen teils nur kleine Schritte. Zugleich hat sie sich oft bewundernswert verhalten, Filmrollen und Modelaufträge abgelehnt, um sich dem Kampf gegen FGM zu widmen. Und sie hat sich immer wieder öffentlich ihren Dämonen gestellt. Es gibt zahlreiche Videos im Netz, in denen sichtbar wird, wie schmerzhaft es für sie ist, immer wieder über das Erlebte zu sprechen. Inzwischen spricht sie nur noch über das, worauf sie Lust hat. Das ist nur zu verständlich, führt aber auch zu Irritationen.

Womöglich ist es ein Zeichen dafür, dass Waris Dirie ihre Dämonen besiegt hat. Nach wie vor trinkt sie nicht, treibt Sport. Vor allem aber hat sie sich mit ihrer Mutter versöhnt. Jahrelang hatte die Mutter die Verstümmelung der Tochter gerechtfertigt: „Das ist seit Jahrhunderten unsere Tradition, die Mädchen werden dadurch zu Frauen, und ihre Familien sind stolz.“ Bei der afrikanischen Film-premiere von „Wüstenblume“ dann traf sich Mutter und Tochter nach längerer Zeit wieder. Danach bat Waris Diries Mutter sie, eine Nichte vor der Beschneidung zu retten.

MYSTÈRE



HOFACKER



Rubine, Saphire, Tsavorite und Diamanten erschaffen eine berauschede Symphonie edler Steine.

www.goldschmiede-hofacker.de
Koblenz | Trier



SHANG, HI!

In einer Kunstinstitution in Berlin, während eines relativ spannenden Vortrags. Ein Mann um die 60 tippt mich an, lächelt und haucht in mein Ohr: „Entschuldigen Sie, sind Sie Shang aus Südkorea?“ Ich: „Nein.“ Er: „Also sind Sie nicht Shang aus Südkorea?!?“ Ich: „Nein!“ Er: „Also kennen wir uns nicht von Facebook?“ Ich: „NEIN.“ Er: „Sicher, dass wir uns nicht hin und her geschrieben haben?“ Ich: „NEIHN.“ Er (mit skeptischem Gesicht): „Komisch, dann ist das wohl ein Irrtum.“ Ich: „Ja, genau.“ (Ich bin froh, dass er zum Weggehen ansetzt und ich mich dem Vortrag widmen kann.) Dann dreht er sich nochmal um: „Also waren Sie nicht letzte Woche bei der Ausstellung im Kulturzentrum?“ Ich: „NEIN! Auf keinen Fall!“ Er: „Also sind Sie nicht die Shang, mit der ich mich hier über Facebook verabredet habe? Ich war mir so sicher!“ OKAYYYY, dann bin ich eben Shang. Darf Shang jetzt den Vortrag hören und in Ruhe gelassen werden?! Danke.

NI HAO

Im ICE Berlin–Frankfurt: Schaffner kommt, fragt meinen Sitznachbarn nach seiner Fahrkarte. Ich habe meine bereits gezückt. Der Schaffner guckt mich verschwörerisch an und ruft: „Ni Hao!“ Ich: „Nein.“ Er blickt mich ungläubig, aber immer noch erwartungsvoll stolz an: „Wie nein? Nix Ni Hao?“ Ich: „Nein.“ Er: „Aber das heißt doch ‚Hallo‘ in Ihrer Sprache!“ Ich: „N-E-I-N. Das ist chinesisch, ich verstehe das nicht.“ Er: „Hm, okay. Was anderes hab' ich leider nicht drauf.“ Wie wär's einfach mit: „Fahrkarte bitte?“! (#selbernihao)

NEUJAHR IN NORDKOREA

Anruf beim Aboservice einer renommierten Zeitung zwischen den Jahren. Ein besonders eifriger Zeitgenosse geht ran: „Schönen guten Tag! Ihr Name?“ „Ubin Eoh.“ „Oha – kommen Sie aus Afrika? Uhbienn E-oh?“ „Nein, das ist ein koreanischer Name. Ich möchte dann bitte mein Probe-Abo kündigen.“ – „Das ist doch kein koreanischer Name!“ – „Doch. Ist halt die eingedeutschte Schreibweise. Könnte ich nun bitte mein Abo kündigen?“ – „Hab' ich ja noch nie gehört, so einen Namen. Wieso wollen Sie sich der geistigen Bereicherung denn entziehen? Haben wir etwas falsch gemacht?“ – „Nein, ich habe die Audio-App, das reicht mir.“ – „Ah, okay, verstehe. Na dann alles Gute! Feiern sie denn Neujahr in Nordkorea?“ (#vollstüssaber)

ZART GEBAUT

Abenteuer Bordbistro im ICE, Strecke Berlin–Frankfurt. Viele freie Plätze, aber ein älterer Herr im Anzug mit Peer-Steinbrück-Gesichtsausdruck setzt sich an meinen Zweiertisch und wird für die nächsten vier Stunden meines Lebens mein Gegenüber sein. Ist ja okay. Ich habe auch die ersten 15 Minuten erfolgreich hinter mich gebracht, ohne zu sprechen, Blick vergraben im Bildschirm. Dann aber niest er heftigst, und ich sage „Gesundheit“ (aus Reflex, ich weiß, neuer Knigge und so). Das sieht er als Anlass, mich anzustrahlen und zu sagen: „Darf ich Sie mal was fragen: Woher kommen Sie?“ In meinem Kopf rattert es. Er fragt das vermutlich, weil er a) nett und interessiert ist, b) gerade in Asien gewesen ist und mir auf seinem Computer eine Diashow zeigen möchte, c) „Asia-Frauen-Connaisseur“ ist, d) gerade in einem „Asia-Restaurant“ gewesen ist oder e) weil ich so „akzentfreies Deutsch“ spreche. Bingo! Es waren d) und e). Folgender Zusatz bei d): „Die Portionen in dem Restaurant waren wirklich groß, für Sie wahrscheinlich zu groß, so zart gebaut wie Sie sind.“ Ich sage nie wieder „Gesundheit“ zu einem Fremden.

ALLE GLEICH

In einem vertrauten Café in Frankfurt. Ein Bekannter kommt auf mich zu und ruft: „Ach, du bist des tatsächlichen!“ Ich: „Was meinst du damit?“ – „Isch war mer net meh' gans sischä. Isch muss scho' zugebe, bei euch asiatische Fraue muss ma' imme aufpasse.“ (Spätestens da wusste ich, es gibt kein Zurück mehr.) „In meine Auge seht ihr nämlisch alle gleich aus, net voneinander zu unnätsche.“ Ich strafe ihn mit einem strengen Blick, so

NIX NI HAO

Komplimente fürs akzentfreie
Deutsch, Beschwerden übers
asiatische Essen, unverfrorene
Anmache: Unsere Autorin muss
sich in Zügen, Restaurants
und Taxis einiges anhören.

Von Ubin Eoh



lange, bis er sagt: „Na, meine Auge sind halt schlescht!“ Wir haben uns darauf geeinigt, dass er sich sofort eine Brille zulegt.

FRAU UBIN

Top-4-Reaktionen auf meinen Namen am Telefon: 1. „Ist Ubin der Nachname, Frau Ubin?“ 2. „Das habe ich nicht verstanden.“ 3. „Ups, ich dachte, dass das ein Männername ist.“ 4. „Oooh, mh, aha, sehr exotisch! Das ist aber kein deutscher Name, gell? Was ist das für ein Name?“ Das Beste: Wenn ich antworte „koreanisch“, geht bei einigen Herren das Kopfkinlo los, und it's getting flirty: „Uh, mmh, aus Korea, ich hatte mal eine vietnamesische Freundin, und ich liebe asiatisches Essen, lassen Sie uns gern in Kontakt bleiben!“ (#yellowfever)

TINA WURTH

Kapitel „Bereichernde Begegnungen“, Kategorie „Klassiker“. Dinnerparty in einem Frankfurter Hotel. Ein fremder Mann kommt auf mich zu, fragt aus dem Nichts: „Woher kommst du?“ Ich: „Berlin.“ Er: „Nein, ich meine deine Herkunft.“ Ich (um die Konversation abzukürzen): „Eltern aus Südkorea.“ Er: „Aha. Kennst du Tina Wurth?“ Ich: „Nein, wieso, ist sie auch aus Berlin?“ Er: „Nein. Sie ist halt eine Frau.“ Ich: „Okay.“ Er: „Sie kommt aus China.“ Chapeau.

REMOULADE-PRANKEN

Überfüllter ICE Berlin–Frankfurt. Warum ich mich wirklich freue, einen schnarchenden Herrn mit Michael-Moore-Statur (no offense) neben mir sitzen zu haben, dessen luftfeinnehmender Atem nach halbverdaulichem Nordsee-Fischbrötchen mit Zwiebeln und Knoblauchremoulade (oder war es ein Döner?) riecht und dessen Kopf permanent in meine Richtung kugelt und mehrmals fast auf meiner Schulter landet? Antwort: Im Wachzustand ist es noch schlimmer. Nachdem ich ihn überreden konnte, die Armlehne zwischen uns als Sitztrenner runterzuklappen (er hatte sie selbstverständlich hochgeklappt, um sich an mich zu kuscheln), hat er sich seinem unendlichen Vorrat an kulinarischen Schätzen von Ei-Brötchen bis Dönerartigem gewidmet, laut schnaubend und schmatzend seine Computer-Maus inklusive seiner Pranken auf meiner Tischhälfte geparkt und leider immer wieder versucht, Kontakt zu mir aufzunehmen. Nachdem er bereits mein akzentfreies Deutsch bemerkt hat, singe ich ihm telepathisch ein Wiegenlied, damit er bis zur Ankunft weiterschläft. (#remouladedreams #manspreadingdeluxe)

GANGNAM STYLE

Notiz vom 7. September 2013: Positive Entwicklung im Straßenrassismus. Vorher hieß es immer: „Ey, Schinesierin“ oder „Ni Hao“ oder „Schingschangschong“. Ein Hoffnungsschimmer: Am Kottbusser Tor auf die U-Bahn wartend, höre ich junge Männer in Picaldi-Hosen rufen: „Ey! Oppa Gangnam Style“. Zumindest geografisch eine Punktlandung. Danke, Psy.

UNGLAUBLICH

5.45 Uhr morgens im Taxi, Fahrt zum Frankfurter Flughafen. Viel zu früh, it's grumpy o'clock. Konrad, mein Taxifahrer, ist gar nicht grumpy. Ohne Punkt und Komma prahlt er von seiner 4,7-Sterne-Bewertung bei Mytaxi, lästert über andere Taxikollegen, die „verbeulde Audos fahre“, und jammert darüber, dass er zwei zu bewässernde Gärten hat. „Mhm, ah, okay, mmh“, mehr krieg' ich mit drei Stunden Schlaf nicht hin. Dann komme ich doch mal zu Wort und sage, dass ich zum Terminal 1 muss. Er guckt in den Rückspiegel und staunt net schlescht: „Wahnsinn, wie gut Sie Deutsch spresche! Des klaub' isch jetzt net. Wo ham Se so gut spresche gelernt?“

Ubin Eoh, 30 Jahre alt, wurde als Tochter südkoreanischer Einwanderer in Berlin geboren. Sie wuchs in Kreuzberg auf und pendelt heute zwischen Berlin und Frankfurt.

FOTO DINA PRAMATTER



ROLLI UND ROLLT UND ROLLT UND ROLLT UND



Die alten Chinesen wussten schon, was sich Influencer in Schönheitsfragen wünschen: den Jaderoller.

Von Meltem Toprak

Ein altes chinesisches Schönheitswerkzeug ist wieder da: Die Beauryszene liebt den Jaderoller. Angeblich hat schon Cixi das Utensil aus Edelstein benutzt, die Frau, die einst als Nebenfrau des Kaisers zur bedeutendsten Frau der Qing-Dynastie aufstieg. In China wird dem grünen Stein nachgesagt, er schenke Energie, Ruhe und Kraft gegen das Böse.

Maßgeblich zu seinem Erfolg hierzulande beigetragen hat Alexander Pelz, Mitgründer der Naturkosmetikfirma Rosental Organics. Der Jaderoller war ihm in einem koreanischen Beauty-Magazin aufgefallen – als Alternative zum Dermalroller. Im vergangenen Jahr gründete er ein Start-up für chemiefreie Naturkosmetik in Mannheim, und der Roller ist nun gewissermaßen das Herzstück dieses Vorhabens. Es gibt ihn aus Rosenquarz, aus Bernstein, aus schwarzer und – in seiner ursprünglichen Fassung – aus grüner Jade.

Beim Hersteller Rosental Organics ist es nicht geblieben. Wie es sich für einen lukrativen Trend gehört, wächst auch bei diesem Schönheitswerkzeug die Zahl der Anbieter. Nur: Wenn es die Roller bei Amazon schon für wenige Euro zu kaufen gibt, kann man kaum annehmen, dass darin etwas Besseres als Glas verarbeitet worden ist.

Dass der Jaderoller ausgerechnet jetzt zurück ist, verwundert nicht – denn dabei geht es vor allem um positive Ausstrahlung. Dafür sind auch hierzulande immer mehr Menschen bereit, etwas zu tun. Die Koreanerinnen machen es vor, Frauen in Deutschland ziehen nach, mit Schönheitsritualen, die sich in mehreren Schritten umsetzen lassen. Auch der Trend zu Sheet-Masken zeigt, was es hier noch zu lernen gibt.

Der Jaderoller gehört ebenfalls zu den *tools*, die eine gesunde, gepflegte Haut versprechen. Alexander Pelz hat beobachtet, dass das Bewusstsein für Anti-Aging-Produkte an Bedeutung gewinnt, selbst bei jüngeren Frauen, die keine Falten haben, denen es eher darum geht vorzubeugen. Seine Kundinnen sind im Durchschnitt Mitte 30.

Mit Reinigungsbürsten sind viele Frauen zudem oft schon vertraut – oder

sie sind davon mittlerweile gelangweilt. Der Jaderoller ist anders, meditativer in der Handhabung, esoterisch und doch zugleich – buchstäblich – greifbar. Wer damit über müde, geschwollene Augen rollt, soll anschließend gleich ein bisschen wacher aussehen. Denn das Rollen wirkt wie eine Lymphdrainage, das Wasser unterhalb der Augen geht zurück. Unangenehm ist das nicht. Wenn man den Roller zuvor im Kühlschrank aufbewahrt, funktioniert das übrigens noch besser.

Die New Yorker Kosmetikerin Ling Chan arbeitet schon länger damit, nicht erst seit asiatische Beauty-Tricks auch in den Vereinigten Staaten und in Europa an Boden gewinnen. Sie verwendet den Jaderoller seit 20 Jahren und kennt sich längst damit aus. Ihr Rat: Vor dem Auftragen der Pflege mit dem Roller über die Haut gehen. Auf diese Weise – da ist sich die Kosmetikerin mit chinesischen Wurzeln sicher – könne die Haut die Inhaltsstoffe besser aufnehmen. Auch ihre Behandlungen beendet sie traditionell mit einer ausgiebigen Massage per Jaderoller.

Entdeckt hat Ling Chan ihn vor Jahrzehnten in einem Pekinger Museum der Qing-Dynastie. Dort erfuhr sie, wie er für die Haut genutzt wurde – und verstand intuitiv. Jade kannte sie aus ihrer Kindheit, schon ihr Vater hatte sein Haar damals mit einem Jadekamm gebürstet. Dem Haarwachstum sollte es gut tun.

Den aktuellen Trend schreibt Ling Chan der zunehmenden Bedeutung von Influencern in den sozialen Medien zu. Der Jaderoller sieht einfach gut aus, man nimmt ihn gerne zur Hand, wenn es um die Selbstdarstellung geht. Zum Vergleich: Die Kosmetikerin arbeitet auch mit dem Gua-Sha-Schaber. Er ist ähnlich einfach in der Handhabung, verspricht ebenfalls, bei regelmäßiger Verwendung Falten zu mindern oder ihnen vorzubeugen – und hat trotzdem kaum die Resonanz des Jaderollers.

Denn der macht einfach mehr her. Natürlich ist auch er ein Schönheitsprodukt, dessen nachhaltige Wirkung so fraglich ist, wie es bei den meisten Gegenständen, Cremes und Flüssigkeiten in der Beautybranche der Fall ist. Aber er sieht hübsch aus, hat exotische Wurzeln und soll ein Problem lindern, mit dem auch in unseren Breiten alle Frauen früher oder später konfrontiert sind. Kein Wunder also, dass da etwas ins Rollen kommt. ◀

DIESES KUNSTWERK KANN JEDER HABEN, ABER NUR 150 BEKOMMEN ES.

HANDSIGNIERTE, LIMITIERTE KUNST ONLINE UND IN 40 GALERIEN WELTWEIT



Jolly

ISABELLE MENIN DREAM RIVER 03
80 x 160 cm | Handsigniert und limitiert auf 150 Ex.

ab 1.499 €

FOTO STILLS-ONLINE-BILDAGENTUR

Bebe Tailor ist der erste Schneider am Platz in Hoi An. Gegenüber westlichen Einfällen, etwa für hochtaillierte Hosen oder Crop-Tops, ist er aufgeschlossen. Bei Pinterest zeigt man, was einem gefällt, dann braucht es nur noch Zeit und beiderseits Geduld. Auch für eine simple Leinenhose kann man mit mehreren Fittings rechnen.



Streetfood ist in der Altstadt kein großes Thema. Stattdessen gibt es genug Teehäuser, und das schönste gehört zu der Wohltätigkeits-Initiative Reaching Out. Betrieben wird es von Menschen mit Behinderungen. Dazu gehört ein Souvenir-Laden eine Straße weiter, oder besser: ein Concept-Store, denn diese Oase der Ruhe möchte man nicht ohne neues Porzellan verlassen.

Grüße aus



Wer von Norden kommend in Hoi An landet, spürt sofort den Unterschied: Es ist heiß! Das Bearbeiten einer Kokosnuss ist entsprechend mühevoll. Für denjenigen, der sie trinken darf, ist sie umso erfrischender.



In die Schneiderstadt in Zentral-Vietnam fährt man nicht, um zu shoppen – sondern um gleich selbst zu entwerfen.

Von Jennifer Wiebking



Auch der nahegelegene Strand zieht die Touristen – und vor allem die Backpacker – nach Hoi An. Hotels gibt es viele, aber netter ist ein Homestay, und Charming Homestay wird seinem Namen in diesem Sinne besonders gerecht. Statt in einem Hotel übernachtet man hier bei Nhi und ihrer Mutter, Mrs. Thu.



Chinesische Immigranten errichteten in der Hafenstadt im 18. Jahrhundert die kantonische Versammlungshalle. Heute eignet sich der Brunnen gut für ein Touri-Selfie, und ganz vorne dabei sind die Chinesen. Bedanken können sie sich bei ihren Vorfahren.

In der vietnamesischen Küche ist das Grünzeug ein Phänomen. Einschlägige Kraute und Kräuter auf dem Central Market sollte man sich unbedingt anschauen. Wer wirklich etwas lernen will, bucht dann eine Kochstunde.



Alle, die schon mal in Hoi An waren, sind sich einig: Das beste Bánh mì (vietnamesische Baguette) gibt es in dieser Stadt. Phuong hat wenige Sitzplätze und eine Schlange bis auf die Straße, aber das Warten lohnt sich. Ein Baguette mit Schweinefleisch und scharfer Soße bei 36 Grad zu essen ist das geringere Problem.

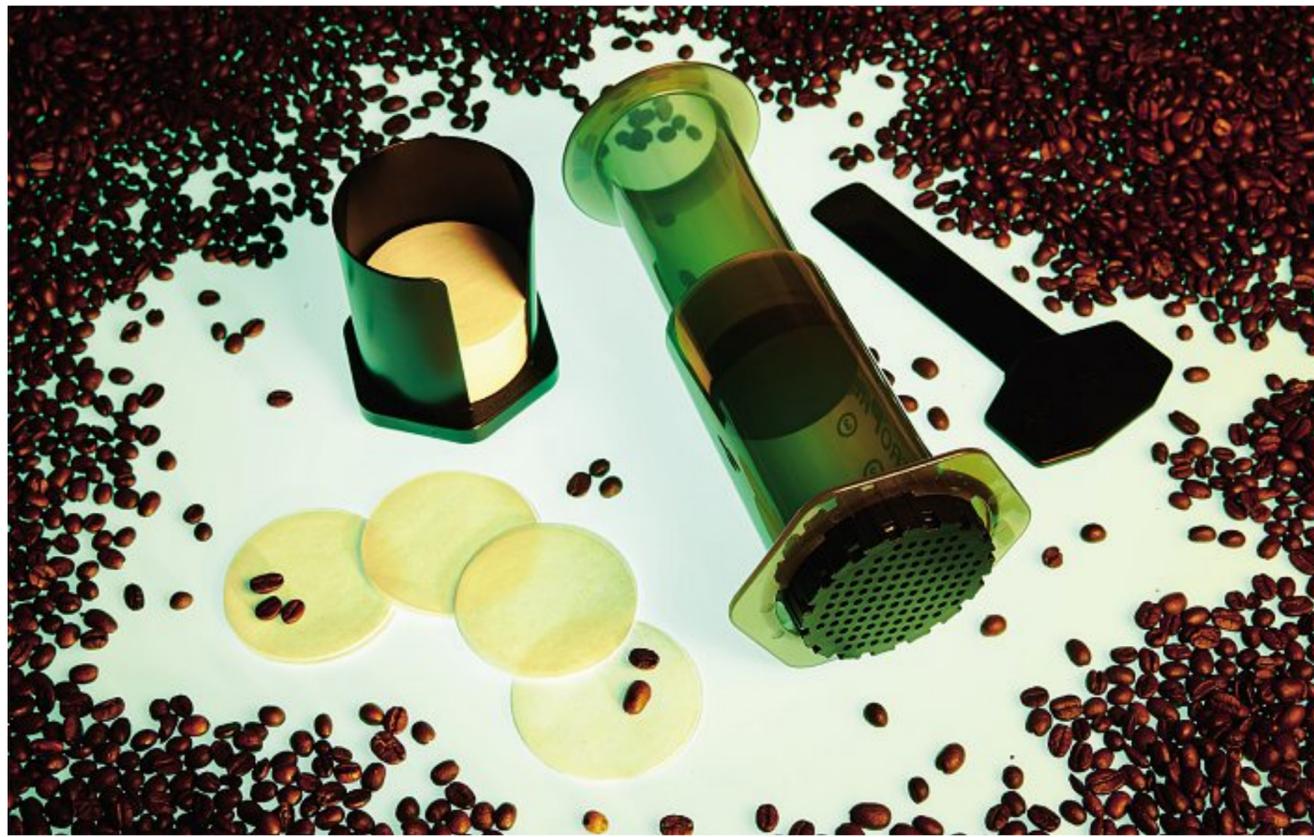


ONLY NETJETS

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.

netjets.com +49 89 2323 7549

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



Café au nix: Die Aeropress mit Microfiltern, Filterhalter und Rührstab bringt die Aromen der Kaffeebohnen ans Licht.

Foto Jana Mai

Wer trinkt heute noch einen Pott Kaffee? In Zeiten der heißen Milchmixgetränke outen sich Normalo-Kaffeetrinker schnell als kulturlose Deutsche, wenn sie nicht Latte Macchiato, Flat White oder Cortado bestellen, sondern bei ihrem guten alten Kaffee bleiben. Es sei denn, sie passen sich der modernen Kaffeehaus-Kultur an und bestellen einen „Filter“. Der mit Hand aufgebrühter Kaffee ist wieder en vogue, ob in New York, Rio, Tokio oder Berlin. Eigentlich ist er sogar schon darüber hinaus: In ernstzunehmenden Cafés ist der Filter längst eine feste Alternative zu den kurzen Schwarzen und flachen Weißen, die aus der Siebträgermaschine kommen.

Diese Entwicklung müssen die Trendscouts von Nespresso lange übersehen haben. Denn erst jetzt sind die Schweizer zu der Erkenntnis gelangt, dass in Deutschland 70 Prozent der Kaffeetrinker lieber zum Pott Kaffee greifen, als mit spitzen Fingern die Espressotasse an die Lippen zu führen. Hätten die Schweizer regelmäßig den „Tchibo Kaffee Report“ gelesen, zum Beispiel die aktuelle Ausgabe 2018, wüssten sie, dass in Deutschland im Durchschnitt 3,4 Tassen Kaffee getrunken werden. Tassen, nicht Tässchen. Knapp 70 Prozent der Deutschen besitzen eine Filterkaffeemaschine, mehr als 30 Prozent einen Handfilter.

Deutschland ist eben nicht Italien, da können Nespresso und Nachahmer Kapseln produzieren, wie sie wollen. Doch das Unternehmen ist nicht umsonst so erfolgreich – es passt sich dem Markt an. Deshalb wird Vertuoline nach Deutschland kommen, ein Kapselsystem für Pott-Trinker. Genauer: Aus einer Kapsel, die mit bis zu 7000 Umdrehungen pro Minute rotiert, werden 236 Millimeter extrahiert. Weil es das System in Amerika schon gibt, lässt sich auch der Preis pro Kapsel ab-

PRESSKULTUR

Kaffeeliebhaber brühen ihren Pott mit Aeropress auf. Aus guten Gründen. *Von Marco Dettweiler*

schätzen: Etwa ein Euro wird pro Pott fällig werden.

Das ist viel Geld, viel Müll und wenig nachhaltig. Deshalb gibt es nun auch eine andere Möglichkeit für alle, die mit Filterkaffee womöglich falsche Erinnerungen verbinden, die Zubereitung dennoch zelebrieren und die Tasse gerne voll haben, und das in guter Qualität: Aeropress.

Schon der Name klingt besser als Vertuoline. Für viele Kaffeefreunde ist die Aeropress aber immer noch ein Geheimtipp, auch wenn sie in der Welt der Kaffeekenner längst bekannt ist. Dort gilt sie als eine der besten Methoden – für viele gar als die beste –, einen Kaffee zu brühen. Dabei sieht die Aeropress nicht besonders sexy aus. Das fängt schon bei der sehr amerikanisch wirkenden Verpackung an. Beim Auspacken hält man ein paar Kunststoffteile in der Hand, die sich nur nach Anleitung zusammenstecken lassen. Das macht nicht gerade Lust aufs Kaffeembrühen – und schreckt womöglich schon vor der ersten Tasse manchen von der Aeropress ab.

Doch Youtube hilft. Dort gibt es gute Videos, die den Umgang mit der Aeropress erklären. Das Prinzip funktioniert so: In den Zylinder wird zunächst der gemahlene Kaffee eingefüllt, dann das heiße Wasser darauf gegossen und beides miteinander verrührt, damit der Kaffee in Ruhe ziehen kann. Auf der einen Seite des Zylinders sitzt ein Kolben, auf der anderen eine

gitternetzartige Abdeckung, in die vor jedem Brühvorgang ein Papierfilter eingelegt wird. Ist die Ziehzeit vorüber, drückt man langsam den Kolben in den Zylinder, sodass sich der Kaffee auf der anderen Seite durch den Papierfilter presst. Fertig ist der Kaffee.

Die Verehrer der French Press, also der Stempelkanne, dürften zu Recht bemerken, dass ihr Lieblingsverfahren dem der Aeropress sehr ähnlich ist. In eine Glaskanne wird dabei ebenfalls gemahlener Kaffee mit heißem Wasser gefüllt und verrührt. Nach der selbst gewählten Ziehzeit drückt man einen Stempel von oben nach unten. Das Sieb lässt den Kaffee durch, das feuchte Mehl wird nach unten gedrückt, wo es gepresst übrig bleibt. Die French-Press-Freunde müssen aber auch zugeben, dass selbst nach sofortigem Ausschank des Kaffees in den Pott stets ein nicht zu tolerierender Anteil an Kaffee mit in die Tasse gelangt, der feinste Partikel des feuchten Kaffeemehls enthält.

Wer die reine Lehre bevorzugt und seinen Kaffee stilgerecht mit einem Porzellan- und darin liegenden Papierfilter von Hario zubereitet, kennt dieses Problem nicht. Dafür hat dieses Verfahren eine andere – wenn auch kleine – Schwäche: Die Zeit, in der das Kaffeemehl zusammen mit dem heißen Wasser zieht, kann nicht exakt bestimmt werden. Man kann sich einem Wert nähern, indem der Mahlgrad, die Menge des Mehls und des Wassers

variiert werden. Es ist aber nicht möglich, 15 Gramm gemahlene Kaffee in 250 Milliliter heißem Wasser exakt für 30 Sekunden ziehen zu lassen, weil ein Teil des Kaffees schon in der Tasse ist, bevor der andere noch im Filter steht. Zudem sollte der Mahlgrad nicht beliebig variiert werden, um die Ziehzeit genau zu bestimmen. Zu grobes Mehl, das eine hohe Fließgeschwindigkeit des Wassers erlaubt, wird den Kaffee flach schmecken lassen. Ist das Mehl zu fein, sodass das Wasser lange im Filter steht, schmeckt der Kaffee bitter.

Mit der Aeropress lassen sich alle Parameter exakter bestimmen – und vor allem: auch unabhängig voneinander. Der Mahlgrad des Mehls bestimmt nicht die Dauer der Ziehzeit. Egal ob grobes oder feines Mehl, der Kolben drückt den Kaffee in wenigen Sekunden heraus. Die Menge des Pulvers lässt sich ohne Rücksicht auf die Menge des Wassers bestimmen. Das Rezept für den Morgen kann zum Beispiel so aussehen: 16 Gramm Kaffee mit mittlerem Mahlgrad werden in den Zylinder gefüllt. Das Aufgießen mit dem 81 Grad heißen Wasser dauert etwa 15 Sekunden, das Umrühren endet nach zehn Sekunden. Danach ruht die Mischung aus Kaffeemehl und Wasser für 30 Sekunden, bevor sie langsam herausgepresst wird, was noch einmal etwa 20 Sekunden dauert.

Jahrelang war unser morgendlicher Pott mit Kaffee gefüllt, der nach allen Regeln der Filter-Kunst zubereitet wurde. Nun ist seit einigen Monaten Aeropress das bevorzugte Verfahren. Der Kaffee schmeckt noch besser. Besonders aus modern gerösteten hellbraunen Bohnen lassen sich gut die Aromen herauslösen. Auch bei Aeropress gibt es aber eine Einschränkung: Mehr als 200 Milliliter Kaffee lassen sich damit nicht auf einmal zubereiten. Der Pott wird nicht ganz voll – so richtig wach wird man also nicht unbedingt. ◀

Mehrfacher Gewinner des TIPA-Awards – 2013/2017

„Das beste Fotolabor der Welt“

Ausgezeichnet von den Chefredakteuren 29 internationaler Fotografie-Magazine



Alle Preise inkl. MwSt., zzgl. Versandkosten. Alle Rechte, Änderungen und Irrtümer vorbehalten. AVENSO GmbH, Ernst-Reuter-Platz 2, 10587 Berlin, Deutschland © Photo by Rüdiger Geleijse

Ihre schönsten Momente in einzigartiger Galerie-Qualität von WhiteWall.

Ihr Motiv hinter Acrylglas, gerahmt oder als großformatiger Foto-Abzug. Unsere Produkte sind „Made in Germany“ – vertrauen Sie mehr als 100 Testsiegen und Empfehlungen! Einfach Foto hochladen und Wunschformat festlegen, sogar vom Smartphone aus.

Besuchen Sie uns auf der photokina:

26.09. – 29.09. | Koelnmesse | Halle: 4.2, Stand: E-029

WhiteWall.de

„MIT DUMMMEN WITZEN MACHT MAN MIR EINE FREUDE“



Livia Firth engagiert sich seit Jahren für Nachhaltigkeit. 2007 gründete die Filmproduzentin, die aus Italien stammt und an der Sapienza in Rom studierte, die Beratungsfirma Eco Age in London. 2012 brachte sie Chopard auf die Idee, Schmuck aus „ethischem Gold“ herzustellen. Die Stücke kamen so gut an, dass der Schmuckhersteller das Konzept ausweitete: Seit Juli stellt er Uhren und Schmuck nur noch aus Gold von zertifizierten Minen und Raffineriepartnern her. Die 49 Jahre alte Livia Firth trägt ihn selbst, etwa wenn sie an der Seite ihres Manns Colin Firth zu Filmpremieren geht.

Was essen Sie zum Frühstück?
Toast mit Gurke oder Avocado.

Wo kaufen Sie Ihre Kleidung ein?
Überall. Ich bin viel unterwegs und finde immer Sachen, die mir gefallen. Aber es gibt keinen besonderen Ort, zu dem ich immer gehe.

Hebt es Ihre Stimmung, wenn Sie einkaufen?
Ich gehe nie mit dem Vorsatz raus, jetzt etwas zu kaufen. Wenn ich etwas kaufe, dann weil es mir unterwegs ins Auge fällt und ich es schön finde.

Was ist das älteste Kleidungsstück in Ihrem Schrank?
Ich habe viele alte Stücke in meinem Schrank, wirklich viele! Das älteste ist wohl eine Kleid-Blazer-Kombi, die ich bei Max Mara gekauft habe, als ich 18 Jahre alt war. Die war für meinen ersten Job, und ich trage sie heute noch immer, sie passt noch.

Was war Ihre größte Modesünde?
Davon habe ich so viele begangen. Ich erinnere mich an meinen ersten Auftritt auf dem roten Teppich mit Colin, das muss 20 oder 25 Jahre zurückliegen. Damals trug ich ein schwarzes Oberteil, es war etwas durchscheinend, also hatte ich einen nudefarbenen BH darunter an. Sobald die Fotografen mit ihren Blitzlichtern loslegten, konnte man alles durchsehen. Furchtbar! Das ist mir nie wieder passiert.

Tragen Sie zu Hause Jogginghosen?
Eigentlich jeden Tag. Sobald ich aus dem Büro nach Hause komme, ziehe ich sie sofort an.

Haben Sie Stil-Vorbilder?
Die Klassiker: Audrey Hepburn, Jackie O. und Grace Kelly. Die drei sind immer meine Bezugspunkte.

Haben Sie jemals ein Kleidungs- oder Möbelstück selbst gemacht?
Ja, ich habe mal ein Kleid selbst gemacht. Das ging ganz gut. Möbel noch nie. Aber ich nehme alle kleinen Reparaturen an meinen Kleidern selbst vor.

Besitzen Sie ein komplettes Service?
Natürlich, ich bin Italienerin! Wenn man da heiratet, bekommt man eins geschenkt. Außerdem besitze ich auch noch eines von meiner Großmutter und eines von Colins Großmutter.

Mit welchem selbst zubereiteten Essen konnten Sie schon Freunde beeindrucken?
Pasta, das funktioniert immer.

Welche Zeitungen und Magazine lesen Sie?
„New York Times“, „Guardian“ und am Sonntag den „Observer“. Magazine lese ich nie.

Welche Websites und Blogs lesen Sie?
Gar keine.

Wann haben Sie zuletzt handschriftlich einen Brief verfasst?
Das mache ich jeden Tag. Auch alle meine Notizen sind handschriftlich.

Welches Buch hat Sie am meisten beeindruckt?
Zuletzt „The Gift“, das sind Gedichte des persischen Sufi-Poeten Hafiz. Darin lese ich zur Zeit jeden Tag.

Ihre Lieblingsvornamen?
Oh je, ich habe zwei Kinder, Luca und Matteo, wie könnte ich mich da festlegen?

Ihr Lieblingsfilm?
Tom Fords „A Single Man“ kann ich mir immer wieder ansehen, ohne dass er mich jemals langweilt. Eine wundervolle, traurige Geschichte. Als Jugendliche war ich von „Dirty Dancing“ besessen. Den hat jetzt „Mamma Mia!“ abgelöst. Der ist sehr lustig.

Fühlen Sie sich mit oder ohne Auto freier?
Mit Auto, definitiv. Ich fahre gerne selbst.

Tragen Sie eine Uhr?
Nein, niemals. Heutzutage braucht man ja dank der Smartphones keine mehr.

Tragen Sie Schmuck?
Sehr oft und sehr viel, aber immer unterschiedlichen. Im Büro muss es filigraner, minimalistischer, dezenter Schmuck sein. Am Wochenende darf es dann opulenter werden. Da trage ich gerne große Perlen und Kristalle.

Haben Sie einen Lieblingsduft?
Ich trage seit Jahren den gleichen: „Iris“ von L'Erborario.

Was ist Ihr größtes Talent?
Neugier. Ich entdecke gern Dinge, lerne Neues und bringe gern Menschen zusammen. So habe ich viele Projekte angefangen, wie meine Firma Eco Age oder die Green Carpet Challenge, bei der es um nachhaltige Kleidung und Schmuck auf dem roten Teppich geht.

Was ist Ihre größte Schwäche?
Ich fasse schnell Vertrauen. Das geht nicht immer gut.

Womit kann man Ihnen eine Freude machen?
Mit dummen Witzen.

Was ist Ihr bestes Smalltalk-Thema?
In England redet man am besten übers Wetter. In Italien übers Essen, damit können Sie dort Stunden zubringen, wohingegen das britische Wetter sich nach kurzer Zeit als Thema erschöpft.

Sind Sie abergläubisch?
Nein, obwohl es in Italien sehr viel Aberglaube gibt.

Wo haben Sie Ihren schönsten Urlaub verbracht?
Zu Hause in Umbrien bei meiner Familie.

Wo verbringen Sie Ihren nächsten Urlaub?
Auf dem Land in Italien. Darauf freuen wir uns sehr.

Was trinken Sie zum Abendessen?
Wasser und manchmal Rotwein.

Aufgezeichnet von Maria Wiesner.

FOTO DPA



OHLINDA BY BRETZ
INTERIOR INNOVATION AWARD WINNER

ALEXANDER-BRETZ-STR. 2 • D-55457 GENSINGEN • TEL. 06727-895-0 • INFO@BRETZ.DE • BRETZ.DE
FLAGSHIPS: STILWERK KANTSTR. 17 BERLIN • HOHE STR. 1 DORTMUND • WILSDRUFFER STR. 9
DRESDEN • STILWERK GRÜNSTR. 15 DÜSSELDORF • ALTE GASSE 1 FRANKFURT • STILWERK
GROSSE ELBSTR. 68 HAMBURG • KAISER-WILHELM-STR. 9 HAMBURG • HOHENSTAUENRING 62
KÖLN • REUDNITZER STR. 1 LEIPZIG • HOHENZOLLERNSTR. 100 MÜNCHEN
HALLPLATZ 37 NÜRNBERG • KÖNIGSBAU PASSAGEN KÖNIGSTR. 26 STUTTGART • SALZGRIES 2 WIEN

Bretz

TRUE CHARACTERS



LOUIS VUITTON