

Frankfurter Allgemeine
Magazin

FEBRUAR 2022

**Frühling
für alle**

Wir reisen nach Italien, entdecken junge Mode in Paris, fotografieren in Griechenland, grüßen aus Accra und kochen Himmel und Ääd



CHANEL



Biondo

Genova

Love

DOLCE & GABBANA

DOLCEGABBANA.COM



MaxMara



Natalia's Maxxo Moment

Für Reservierungen rufen Sie bitte
+90 242 444 6299 an oder senden
Sie eine Email an Book@maxxroyal.com
www.maxxroyal.com

MAXXROYAL
RESORTS





SPORTMAX SPRING / SUMMER 22

LOOK 08/44



SPORTMAX

IN THE MOOD FOR PRADA

SCHIEF, ABER SCHÖN

Ja, das Monument auf dieser Seite ruft gleich alles wach. Bei mir auch die Erinnerung an das Knöllchen von mehr als 100 Euro, weil ich am Arno geparkt hatte, um durch die Via Roma zum Schiefen Turm zu spazieren. Vielleicht ist das ein etwas schräger Beginn, in diesem Heft geht es schließlich auf vielen Seiten um Italien, damit der Winter unseres Missvergnügens endlich aufhört. Goethe schrieb, nur in Rom habe er empfunden, „was eigentlich ein Mensch sei“. Und weil wir in den vergangenen zwei Jahren nicht so richtig gelebt haben, denken wir hier an Schiefes und Schönes aus dem Süden, von der Berghütte in Südtirol bis in den letzten Winkel Siziliens. Es wäre fast ein Gesellschaftsspiel: An was denkst du, wenn du an Italien denkst? Da werden mehr Antworten kommen als zu jedem anderen Land der Welt. Ich denke daran, wie wir als Studenten auf der Piazza del Campo in Siena saßen (also auf den Steinen, denn der Kaffee in den Touristencafés war uns zu teuer); wie ich mich in der Mensa an der Uni in Bologna wunderte, dass dort mittags Weißwein aus den Automaten in Halbliterbecher floss; wie ich die Kinder meines Schwagers, der in Rom lebt, in den Kindergarten an der Piazza di Santa Maria in Trastevere brachte, wo mich das Begrüßungsgeschrei jedes Mal umwarf; wie ich bei Brunello Cucinelli in Solomeo erfuhr, dass Unternehmer dieses Land aufrichten können (er beantwortet in diesem Heft unseren Fragebogen); wie ich am Grab meines mit 17 Jahren

gefallenen Onkels Norbert am Futapass stand, auf dem größten Soldatenfriedhof Italiens, mit herrlichem Blick über den Apennin; und wie mein Sohn mit seiner Schaufel, die fast so groß war wie er, den Strand von Sestri Levante umgrub, bis fast kein Sand mehr da war. Italien scheint zum Erzählen da zu sein.

Nur schade, dass ich das mit dem Italienischen nicht hinbekommen habe, obwohl Anna, unsere sardische Lehrerin, so streng und so geduldig war. Aber am späten Mittwochabend noch zu lernen, das fiel schwer. Anna, hier muss ich dir noch etwas gestehen. Du hast dich gewundert, warum ich unser Lehrbuch „Azzurro“ (erster Band, weiter sind wir nicht gekommen) so oft senkrecht aufgestellt habe im Unterricht. Mittwoch ist Champions-League-Tag, und hinterm Buch konnte ich die Spiele gut auf dem Handy verfolgen. Es ist höchste Zeit, mich bei Italien zu entschuldigen – dem Land, das mir so viel gegeben hat und das nun sogar auch im Fußball Europameister ist. *Alfons Kaiser*



Verantwortlicher Redakteur:

Dr. Alfons Kaiser

Redaktionelle Mitarbeit:

Julia Annon, Julia Bähr, Johanna Christner, Federico Ciampi, Johanna Dürholz, Markus Ebner, Claus Eckert, Sebastian Eder, Leonie Feuerbach, Vanessa Fuentes, Aylin Güler, Caroline Jebens, Jasmin Jouhar, David Klauert, Karen Krüger, Ben Kühlmann, Nada Lottermann, Franziska Pöhl, Barbara Russ, Julia Schauf, Dr. Lucia Schmidt, Peter-Philipp Schmitt, Simon Schwarz, Claudius Seidl, Rüdiger Soldt, Bernd Steinle, Jörg Thomann, Gloria von Thurn und Taxis, Karin Truscheit, Jennifer Wiebking, Maria Wiesner

Bildredaktion:

Henner Flohr

Art-Direction:

Holger Windfuhr, Tobias Stier (Stv.)

E-Mail Redaktion:

magaain@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 Pressespiegel oder Archiv, ohne Zustimmung des Verlags unzulässig.

Sofern Sie Artikel dieses Magazins nachdrucken, in Ihr Internet-Angebot oder in Ihr Intranet übernehmen 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 01.

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

Anzeigen:

Ingo Müller (verantwortlich) und Jürgen Mauken, REPUBLIC Marketing & Media Solutions GmbH, Mittelstraße 2-4, 10117 Berlin, www.republic.de

Hersteller:

Andreas Gierth

Druck:

Mohn Media Mohndruck GmbH
Carl-Berensmann-Straße 161M
33311 Gütersloh



GIORGIO ARMANI

FOTOS PRIVAT



ANN KATHRIN MAUSBERG (rechts) und **DINI KUYPERS** stehen hinter vielen Modeproduktionen. Wenn Casting-Fachleute in Paris oder Mailand ein deutsches Topmodel wollen, rufen sie die beiden Agentinnen an. Kati Nescher, Lena Hardt, Adrienne Jülicher? Alle von ihnen entdeckt. Die Vorwahl mag Fashion-Leute verwundern. 0 21 33? Dormagen! Wenn die beiden den Hörer nicht abnehmen, suchen sie gerade nach neuen Gesichtern – und finden zum Beispiel Marthe Achilles oder Jil Savelsbergh, die in unserer Modestrecke aus Paris zu sehen sind. (Seite 52)



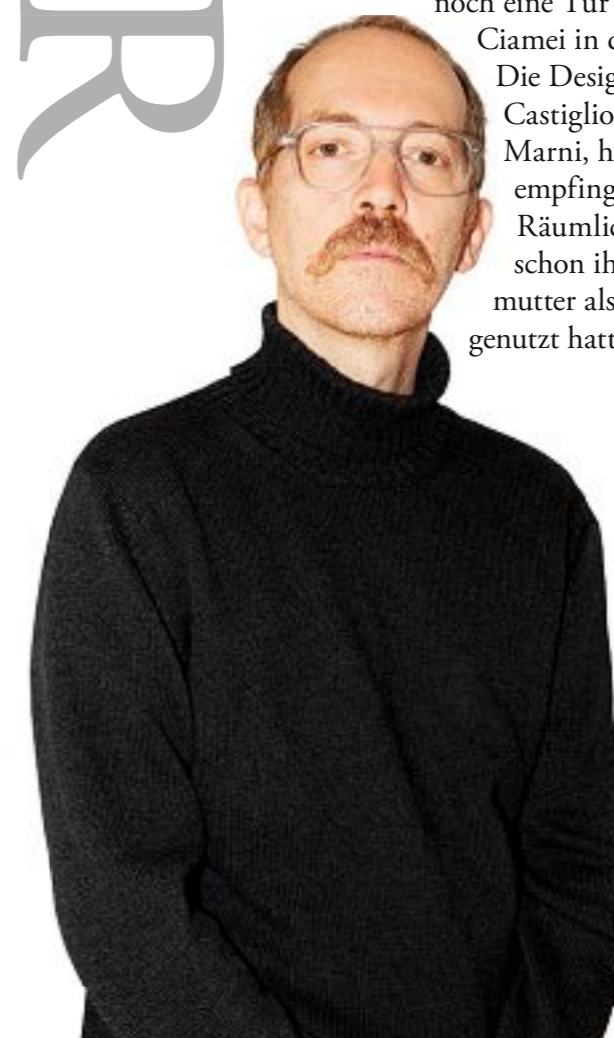
KAREN KRÜGER wohnt seit vier Jahren mit ihrer Familie in Mailand. Sie erlebte dort den Ausbruch der Pandemie, lernte während der wochenlangen Ausgangssperre ihre italienischen Nachbarn besser kennen und berichtet als Redakteurin im Feuilleton unserer Sonntagszeitung immer wieder über den Kampf der Italiener gegen das Coronavirus. Dieser Winter war dort ein Schwanken zwischen Hoffnung und Frustration. Nur die Kinder durften sich als Sieger fühlen: Sie bekommen nach der Impfung gegen Covid-19 eine Tapferkeitsurkunde. (Seite 40)

MILTARBEITLER

BARBARA RUSS hat bei ihren Ischia-Recherchen für diese Ausgabe folgende Erfahrung gemacht: Ein randvoll gefülltes Glas Limoncello Spritz, ein roter Sonnenuntergang – und schon ist die Welt in Ordnung. Russ lebt in Berlin und Düsseldorf und schreibt über Mode, Gesellschaft und Leben. Ihre besondere Leidenschaft aber ist das Reisen, neuerdings auch auf die Insel, die ihre Eltern so lieben. (Seite 46)



FEDERICO CIAMEI liebt Geschichten, die dem Betrachter die Deutung zu einem gewissen Teil selbst überlassen. Das passt zu der Neugier des Fotografen auf den Kühlschrank-Inhalt anderer Leute – denn es ist einerseits ein intimer Ort, andererseits einer, den die meisten gerne zeigen. Der Mailänder Fotograf muss es wissen: Für dieses Heft öffneten ihm viele Italiener ihre Kühlschränktüren (Seite 36). Und noch eine Tür öffnete sich für Ciamei in dieser Ausgabe: Die Designerin Carolina Castiglioni (ehemals Marni, heute Plan C) empfing ihn in den Räumlichkeiten, die schon ihre Urgroßmutter als Schneiderin genutzt hatte. (Seite 32)





FLEXFORM

Gregory XL
modulares Sofasystem

Antonio Citterio Design
Made in Italy

Flagship Store München
by böhmeler
Tal 11
T +49 89 2136 0
flexform@boehmler.de

Auch bei anderen
autorisierten Händlern.

Besuchen Sie die
www.flexform.it



Klappe auf: Zeig mir deinen Kühlschrank, und ich sag' dir, wer du bist – das gilt besonders im Essensparadies Italien. Wir haben uns dort umgesehen. (Seite 36)



Ein neues Leben: Nur mit Glück gelang einer afghanischen Frauenrechtlerin die Flucht vor den Taliban. Jetzt will sie von Deutschland aus helfen. (Seite 68)



ZUM TITEL

Die Models wurden am 7. Januar in Paris von Maximilian Mair fotografiert. Sie tragen ausschließlich Mode junger Marken.

- 21 BUSTER KEATON
- 30 GLORIA VON THURN UND TAXIS
- 32 CAROLINA CASTIGLIONI
- 71 DORIS MATHILDE LUCKE
- 74 BRUNELLO CUCINELLI

GEDULDSPROBE Der Kampf gegen die Corona-Pandemie bringt auch Italien an Grenzen. *Seite 40*

BLICKFANG In der ghanaischen Hauptstadt Accra gibt es viel zu sehen und zu erleben. *Seite 65*

RUHETAGE Wer Entspannung sucht, ist auf Ischia genau richtig – besonders in dieser Zeit. *Seite 46*

FOTOALBUM Wie ein Shooting in Griechenland zu einer Feier des Lebens werden kann. *Seite 66*

RÜCKSCHAU Vor 75 Jahren zeigte Dior seine erste Kollektion. Der New Look war geboren. *Seite 48*

TISCHVORLAGE „Himmel und Erde“ ist ein seit Jahrhunderten bewährtes Rezept. *Seite 72*

Die nächste Ausgabe des Magazins liegt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung am 12. März bei.
Im Netz: www.faz.net/stil **Facebook:** Frankfurter Allgemeine Stil **Instagram:** @fazmagazin **Twitter:** @fazmagazin



Hier sind Sie richtig: Es ist nicht schwer, in Italien einen Lieblingsort zu finden – schon eher, sich auf einen zu beschränken. Wir haben einige Ideen gesammelt. (Seite 42)



Auch die Blau-Branche boomt: Die Farben, die Georg und David Kremer für Restauratoren und Künstler herstellen, sind auf der ganzen Welt gefragt. (Seite 62)

FOTOS: FEDERICO GAMBELI, INSA HAGEDORN, FRANK RÖTH; ILLUSTRATION: ISBELA GÖPPEL

KUNST VERÄNDERT DEN BLICK. AUCH AUF IHRE WÄNDE

HANDSIGNIERTE, LIMITIERTE KUNST ONLINE UND IN 25 GALERIEN WELTWEIT



Juan Fortes
Florescence XII
Open Edition
80 x 60 cm
Edition Nr. JFO33
unter Acrylglas, 439 €



LUMAS ART EDITIONS GmbH, Ernst-Reuter-Platz 2 10587 Berlin, Änderungen und Irrtümer vorbehalten, Interiors © nehmere-hofgarten-berlin.de

LUMAS.DE

BERLIN · LONDON · MIAMI · NEW YORK · PARIS · WIEN · ZÜRICH
DORTMUND · DÜSSELDORF · FRANKFURT · HAMBURG · HANNOVER · KÖLN
MANNHEIM · MÜNCHEN · STUTTGART · WIESBADEN

THE LIBERATION OF ART

LUMAS⁷

VOR SECHZIG JAHREN

Es gab damals, im Winter 1962, ein paar Gründe für den Komiker Buster Keaton, in Deutschland ein bisschen Werbung für sich selbst zu machen – aber dass daraus fast schon ein Triumphzug werden würde: Damit hatte Keaton, der damals 66 Jahre alt war und dessen große Zeit mehr als 30 Jahre zurücklag, zu allerletzter gerechnet.

Gelacht hatte er seit mindestens 50 Jahren nicht, vielleicht noch nie, nicht öffentlich jedenfalls, und auch jetzt, in Deutschland, erlaubte er sich nicht das kleinste Lächeln, obwohl der Zuspruch und das Wohlwollen des Publikums ja Grund genug gewesen wären. In Frankfurt trat er beim Hessischen Rundfunk auf, er führte ein paar seiner Tricks vor und machte die Leute neugierig auf die alten Kurzfilme aus der Stummfilmzeit, die jetzt wieder im Fernsehen laufen und ihm unverhoffte Popularität verschaffen sollten. In den Münchner Hauptbahnhof fuhr er mit einer uralten Dampflok ein. Das vernebelte den Menschen auf den Bahnsteigen zwar die Sicht. Aber eine amerikanische Brass Band spielte trotzdem fröhlichen Swing zur Begrüßung. Und die deutschen Fans winkten mit ihren Taschentüchern. Keaton fuhr mit der alten Lokomotive durch halb Deutschland, weil sein Stummfilm „Der General“ wieder in die Kinos kam. „Der General“, so heißt im Film die Lokomotive, die neben Keaton – und noch vor der Frau, die er liebt – die zweite Hauptrolle spielt.

Als „Der General“, eine aufwendige Verfolgungsgeschichte auf Eisenbahnschienen, 1926 erstmals in die Kinos kam, war Keatons Karriere schon auf dem abschüssigen Gleis. Begonnen hatte sie auf New Yorker Vaudeville-Bühnen, wo der sehr junge Keaton die bizarrsten Misshandlungen überstand, ohne dabei eine Miene zu verziehen. Im Kino, wo die Kamera viel näher an sein unbewegtes Gesicht herankam, sah das noch spektakulärer aus. Häuser stürzten ein, Menschen fielen um, die Katastrophen häuften sich. Aber Keaton blieb unbewegt, unbeeindruckt, und wenn er die gefährlichsten Stunts selbst ausführte, war doch das Unglaublichste an diesen Szenen die stoische Ruhe in seinen Zügen. Heute würde man cool sagen. In den Zwanzigerjahren war Keaton vermutlich der modernste Mensch der Welt. Scheinbar unberührt von den Erschütterungen um ihn herum: kein Wunder, dass seine Zuschauer sich umso heftiger vor Lachen schüttelten.

Aber „Der General“ war ein Flop, was schon daran lag, dass Keaton beim Drehen mehr Geld ausgegeben hatte, als so ein Film jemals einspielen konnte. Loko-



motiven, ganze Züge, jede Menge Statisten. Einmal ließ er eine echte Lok in einen Abgrund stürzen; die war danach nicht mehr zu gebrauchen. Keaton galt jetzt als schwierig und zu anspruchsvoll, war es vielleicht auch, er trank zu viel und wurde krank davon. Und obwohl er eine schöne, kräftige Baritonstimme hatte, fand er sich im Tonfilm nicht mehr zurecht.

So wurde Buster Keaton vergessen. 1949 erinnerte der Schriftsteller James Agee in einer Story im Magazin „Life“ an ihn. 1950 besetzte Billy Wilder ihn als sich selbst in dem Drama „Sunset Boulevard“. Und in den späteren Fünfzigern sprach sich unter den Kinobesessenen in den Filmclubs herum, wie genial, modern und ihrer Zeit voraus Keatons Filme in den Zwanzigern gewesen waren.

Aber was die Leute in Deutschland dann sahen, als die restaurierte Fassung des „Generals“ im Kino lief, war fast schon eine Offenbarung. Stummfilme wurden ja mit 18 Bildern pro Sekunde gedreht, Tonfilme mit 24 Bildern pro Sekunde; wenn also ein Stummfilm auf einem modernen Projektor abgespielt wurde, war er um ein Drittel schneller, was Buster Keaton nur gutheißen konnte. Und das Publikum erst recht: Dass „Der General“ ein Stummfilm war, eine optische Botschaft aus der Vergangenheit, das merkten die Menschen kaum. Es war ein schneller, moderner Film mit einem abgründigen Helden – in dem es nur zufällig keine Dialoge gab.

Was Keaton dann in Frankfurt veranstaltete, war, so berichteten es die Augenzeugen, offenbar beides: eine Lehrstunde darüber, wie Komik im Kino entsteht. Und zugleich ein kleines komisches Meisterwerk. Die Fernsehreihe mit Buster Keaton hieß „Es darf gelacht werden“. Eine Untertreibung. Von „dürfen“ kann keine Rede sein. Es geht bei Keaton gar nicht anders. *Claudius Seidl*

Aus der F.A.Z. vom
6. Februar 1962:
Buster Keaton ist zu
Gast in Frankfurt.
Foto Wolfgang Haut



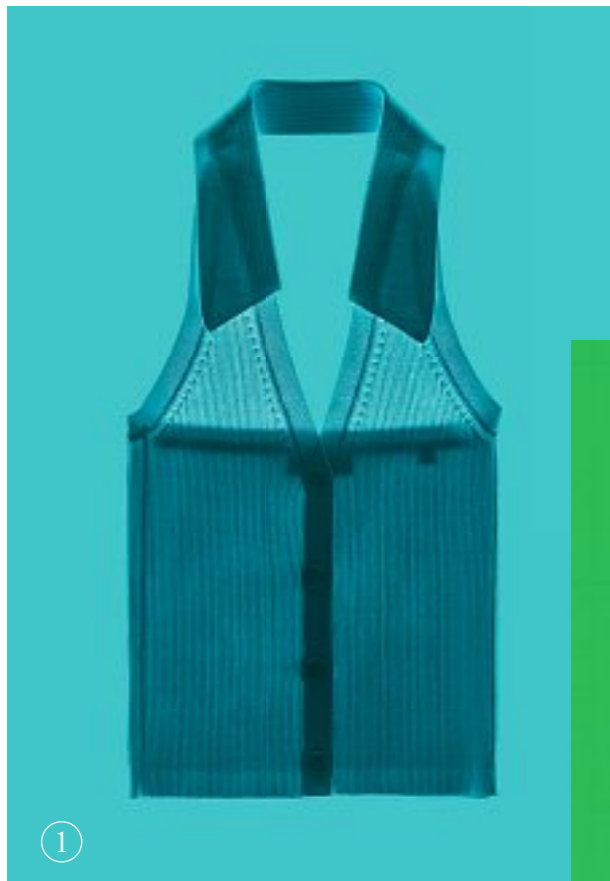
Von Simon Schwartz

cartier.com/de-de - +49 89 55984 221



TANK
Cartier

PRÊT-À-PARLER



Wir halten es kurz

Ein kleines Stück Stoff erinnert in diesem Frühjahr an die große Geschichte des Mini-rocks. Als dessen Erfinderin wird eine vor 60 Jahren junge Londonerin gehandelt – Mary Quant. Obwohl ein Pariser Designer, nämlich André Courrèges, ebenfalls in dieser Zeit für den Trend mitverantwortlich gemacht werden darf. Und obwohl der Minirock abseits der Mode schon Jahrzehnte zuvor eine markante Bühnenrequisite war. Mit Mary Quant – und dem Model Twiggy – wurde der Minirock jedenfalls von 1962 an zum Symbol der Jugend.

Sucht man heute nach einem typisch jugendlichen Kleidungsstück, ist man schnell beim bauchfreien Oberteil, in erfahrenen Kreisen längst bekannt als Crop-Top. Eltern ärgert es, Mädchen im Teenageralter tragen es trotzdem, so geht das seit Jahren. Auch das Crop-Top ist, wie damals 1962 der Minirock, nicht gerade neu. Die Mütter der heute Dreizehn-, Vierzehnjährigen werden sich noch gut an die Nabelschau in den Achtzigern erinnern, etwa beim Aerobic. Und nachdem das Crop-Top schon eine Weile das Bild in Fußgängerzonen und im Instagram-Feed geprägt hat, wird es jetzt, wie zuvor auch der Minirock, zum Stoff für Designerkollektionen.

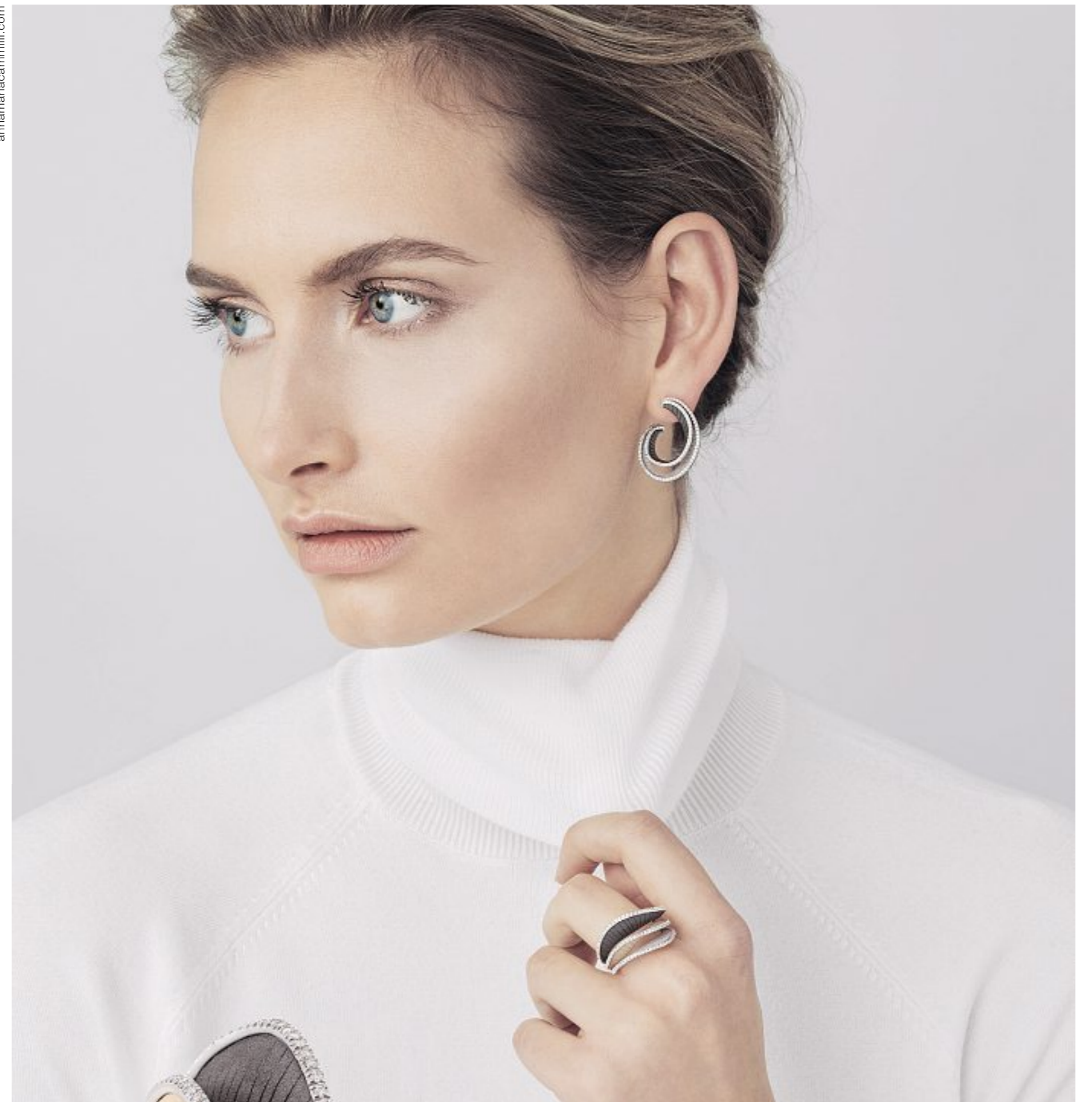
Auf den Laufstegen im September nahmen sich jedenfalls besonders viele Marken,



deren Klientel nicht ausschließlich aus Generation-Z-Frauen besteht (die nach dem Jahr 2000 geboren wurden), das kleine Stück vor. An diesem Look kommt offenbar niemand vorbei. Folgende Marken-Beispiele mit Generation-Y-Kernkundschaft (die nach 1980 geboren wurden) zeigen es: Sandro (1) und Miu Miu (2, erhältlich im Onlineshop Mytheresa). Alles ist jetzt *cropped*: Auch die Bluse von Attico (3) und das Langarmshirt von Jacquemus (4), die beide ebenfalls über Mytheresa zu bestellen sind. Das Crop-Top schrumpft manchmal auf Häkel-BH-Größe, siehe Etro (5).

Wie in den Sechzigerjahren wäre die Mode ohne das entsprechende Körperbild dazu übrigens auch jetzt nur eine leere Hülle. Wir erinnern uns an Twiggy's dünne Beine zum Minirock. Die gute Nachricht: Heute gibt es gesündere Gegenbewegungen zum Schlankheitswahn, und unter dem Crop-Top blitzt neben der übertrieben trainierten Ab-Crack hin und wieder auch ein wenig Bauchspeck hervor. (jwi.) Fotos Schmott

annamariacammilli.com



ANNAMARIA
CAMMILLI
FIRENZE

Pletzsch
JUWELIER SEIT 1897

Dortmund - Düsseldorf - Essen - Frankfurt - Karlsruhe

www.pletzsch.de

SNEAK AROUND (39): ADIDAS FORUM LOW „HOME ALONE“

Wie ist der Sneaker entstanden?

Es hat sich viel getan im vergangenen Jahr bei Adidas rund um die ikonische Forum-Silhouette. Mit zahlreichen Kooperationspartnern erschien der Schuh in diversen Farbkombinationen. Die neueste Ausführung „Home Alone“ geht auf den Weihnachts-Kultfilm „Kevin – Allein zu Haus“ zurück, nach dessen Originaltitel sie benannt ist. Der Sneaker feiert den anhaltenden Erfolg des Klassikers mit vielen optischen Anspielungen auf die berühmten Szenen, in denen der kleine Kevin sein Haus mit fliegenden Farblosen, Nägeln in Treppenstufen oder einem Gasbrenner vor Einbrechern schützt. So hat Adidas dem Film in der Weihnachtszeit 2021 ein eigenes Design gewidmet – mit viel Liebe zum Detail.

Was muss man über das Design wissen?

Inspiziert von dem weiß-roten Forum-Sneaker, den Hauptfigur Kevin McCallister im Film trägt, hat



Adidas eine limitierte Auflage der Silhouette auf den Markt gebracht. Das Design des „Home Alone“ x Adidas Forum Low greift ausgewählte Szenen des Films auf, etwa die Brandflecken, die für den Kampf mit dem Einbrecher Harry stehen, den Kevin mit einem Bunsenbrenner abwehrt. Das Medaillon an der Ferse des Schuhs verkörpert den Türknopf des Hauses der McCallisters, und auf der Ferse findet sich ebenfalls eine orangefarbene Schleife, die den heißen Draht darstellt, mit dem Kevin die Eindringlinge bekämpft. Auch ein Canvas-Riemen mit dem Logo des Films auf der Vorderseite und dem Slogan „This is my house, I have to defend it“ auf der Rückseite nimmt das Thema auf. Mit dem Sneaker sind drei wechselbare Innensohlen erhältlich, auf denen verschiedene Szenen des Films abgebildet sind.

Wo und wann ist der Schuh erhältlich?

Der „Home-Along“-Sneaker ist seit dem 11. Dezember zu haben. Bei den meisten Einzelhändlern ist der Schuh schon ausverkauft.

Meine persönliche Meinung?

Der Forum Low, der 1984 auf den Markt kam, wurde mit einem wichtigen Stück Popkultur der Neunzigerjahre kombiniert, um ein Paar nostalgischer Sneaker zu schaffen. Für mich ein absolutes Must-have. Denn Kevin McCallister hat Generationen mit seinen Weihnachtsabenteuern geprägt – auch mich. Adidas wirft mit der Zusammenarbeit einen erinnerungseligen Blick in die Vergangenheit. Ein kluger Schachzug, denn zumindest alle Millennials, und vermutlich nicht nur sie, werden von dem Schuh unweigerlich angezogen werden. Oder nicht? *Aylin Güler*

Alle Folgen unserer Kolumne „Sneak Around“ finden Sie unter www.faz.net/sneak-around.



Konjunktur des Kollektivs

Mathematisch lässt sich kaum beweisen, dass das Ganze mehr ist als die Summe seiner Teile. Wahr ist die über 2000 Jahre alte Erkenntnis von Aristoteles aber immer noch. Ein aktueller Beweis? Das Kollektiv Matter of Course. Elf unabhängige Designerinnen aus Berlin haben sich unter diesem Namen zusammengetan, um ihre Arbeiten gemeinsam zu präsentieren, um sich auszutauschen und zu unterstützen. Konkrete Vorbilder hatten sie dafür nicht, das kollektive Arbeiten hat aber generell gerade Konjunktur in den kreativen Berufen.

„Energie entsteht, wenn es ein Echo gibt“, sagt Carolin Zeyher, eine der Gründerinnen. Zeyher entwirft Möbel aus Holz, ihre zehn Kolleginnen arbeiten mit Glas, Metall, Porzellan oder Keramik, sie lassen Leuchten aus Federn fertigen und ungewöhnliche Teppiche knüpfen. Gestandene Unternehmerinnen sind sie alle, etabliert als Gestalterinnen, mit eigener Sprache und Produktwelt. Das soll auch so bleiben: „Wir sind kein neues Label“, sagt Mareike Lienau von LYK Carpet. „Jede Expertin steht für sich und ihr Label. Das ist uns wichtig. Wir wollen nichts glattbügeln.“

Dass sie sich dennoch zu Matter of Course zusammengeschlossen haben, lag auch an der Pandemie. Als freie Designerinnen und Unternehmerinnen sind sie zwar geübte Einzelkämpferinnen, doch die Lockdowns waren selbst für sie zu viel. „Wir hatten alle das Gefühl, isoliert zu sein“, erinnert sich die Gestalterin Elisa Stroyk. „Normalerweise sind wir uns regelmäßig bei Messen und Ausstellungen über den Weg gelaufen. Auf einmal gab es dieses Netzwerk nicht mehr.“ Als sie anfangen, sich in Zoom-Calls neu zu vernetzen, hätten sie schnell gemerkt, dass ihnen das viel Energie gibt. „Das Kollektiv bietet einen geschützten Raum, um über Ideen oder Pläne zu sprechen und hier eine wohlgesonnene, aber ehrliche Einschätzung oder Anregungen für die Umsetzung zu bekommen“, ergänzt Claudia Schoemig, seit mehr als zehn Jahren selbstständig mit Schoemig Porzellan.

Die ersten Schritte aus dem geschützten Raum in die Öffentlichkeit zogen die elf professionell auf: mit Foto-shooting, Website und einer Ausstellung im Herbst in Berlin. Die nächste ist im Frühling in Frankfurt geplant. Ohne Kompromisse geht die Arbeit im Kollektiv natürlich



Alle zusammen: Elisa Stroyk, Laura Straßer, Friederike Delius, Heike Buchfelder, Claudia Schoemig, Carolin Zeyher, Mareike Lienau, Simone Lüling, Nicolene van der Walt, Milena Kling, Joa Herrenknecht (von links)

nicht ab, anders ließen sich die Interessen von elf eigenständigen Designerinnen wohl auch kaum vereinbaren. „Konflikte oder Meinungsverschiedenheiten wird es immer geben“, sagt Heike Buchfelder, Gründerin des Leuchten-labels Pluma Cubic. „Wir haben einen sehr guten Flow im Moment. Wir wollen das Gemeinsame stärken.“

Dass das Ganze mehr sein kann als die Summe seiner Teile, zeigt sich auch bei der so wichtigen Währung Aufmerksamkeit: Die elf berichten von vielen Reaktionen in den sozialen Medien, von mehr Anfragen und positivem Feedback auf die Gründung des Kollektivs. Eines ihrer Ziele, nämlich sichtbar zu werden, haben sie also schon erreicht. „Es ist viel mehr geworden, als ich mir jemals hätte vorstellen können“, sagt Simone Lüling, die unter dem Label Eloa Leuchten und Glasobjekte produzieren lässt. „Ich liebe es, diese Frauenpower zu verbreiten und selber zu erfahren. Gerade auch viele Frauen, mit denen ich geschäftlich in Verbindung stehe, sind sehr angetan von der Idee von Zusammenschlüssen und Netzwerken.“

Ob sich die Aufmerksamkeit wirtschaftlich ebenfalls auszahlt, mit neuen Aufträgen und steigenden Verkaufszahlen, können die Designerinnen noch nicht abschätzen. Eines aber ist sicher: Die elf zeigen, dass Wettbewerb nicht alles ist. Statt sich zu belauern und voneinander abzugrenzen, bündeln sie lieber die Kräfte, teilen ihre Kontakte und helfen sich. Vielleicht lassen sich von diesem guten Geist auch noch andere anstecken. *Jasmin Joubar*

PRÊT-À-PARLER



Ursula Edelmann

Ihr geliebter Vater riet ihr zwar von der Fotografie ab, trotzdem ging Ursula Edelmann als junge Frau bei Max Baur in die Lehre, nachdem sie eine halbe Stunde auf ihn eingedet hatte und er schließlich sagte: „Du kannst am Montag anfangen.“ Heute sind ihre Bilder zeithistorische Dokumente; seit mehr als sieben Jahrzehnten hält sie den Wiederaufstieg



Frankfurts nach dem Zweiten Weltkrieg mit der Kamera fest. Die Geschichte von Cornelia von Wrangel über die Fünfundneunzigjährige, zuerst erschienen in unserem Januar-Magazin, finden Sie zusammen mit Ursula Edelmanns beeindruckendem Werk als Storytelling auch auf FAZ.NET. Einfach den QR-Code links einscannen.

FOTOS: URSULA EDELMANN, AYLIN GÜLER, ANNE DEPPE (2)



MARCCAIN



Auf die Spitze getrieben: José Antonio Barrientos de Oria bringt mit seinem Werk „Vial“ die fehlende Entschlossenheit im Kampf gegen den Klimawandel auf den Punkt.

Hier gibt es hohe Kunst zu sehen

Eigentlich hat man sie ja genug gesehen in letzter Zeit. Aber in dieser Form dann eben doch nicht. Mannshoch, mit der Spitze voraus, steckt eine Spritze in schneebedecktem Wiesenboden, in einer kargen, von bauschigen Wolken bedrängten Hochgebirgslandschaft. „Vial“ heißt das Werk, das der Künstler José Antonio Barrientos de Oria 2021 für die Biennale SMACH entworfen hat (ein Akronym für San Martino Art Culture History), auf einer Bergwiese unterhalb des 2875 Meter hohen Peitlerkofel im Südtiroler Gaderal. Hintergrund war natürlich die Corona-Pandemie, waren die weltweiten Anstrengungen, sie in den Griff zu bekommen, vor allem durch die Impfungen. Verbunden damit stellte Barrientos de Oria aber eine andere Frage: Wäre für die Bewältigung der Klimakrise und den Schutz der Naturlandschaften nicht ebenso viel globales Engagement möglich wie gegen Corona? Oder vielmehr nötig?

Kunst und Berge, das erscheint oft als Gegensatz, als seien es einander fremde Welten, die nicht recht zusammenfinden und höchstens in Ausnahmefällen eine geglückte Verbindung eingehen könnten. Bergfreunden sind Berge Kunst genug, Kunstfreunde halten sich lieber

an Städte als an Berge. Der Gegensatz kann aber auch eine Chance sein, wie Ute Watzl in ihrem Band „Berge von Kunst“ zeigt: Statt in der Stadt in der x-ten Galerie im ewigen Konkurrenzkampf unterzugehen, entfaltet Kunst in den Bergen durch ungewohntes Ambiente und überraschende Kontraste zuweilen erstaunliche Wirkung.

Nicht immer geht das ohne Reibung ab, prallen urbane und ländliche Welt konfliktfrei aufeinander. Manche Einheimische sind alles andere als begeistert, wenn Künstler aus der Ferne sich ihrer Naturlandschaften bedienen, sie nach ihrem Geschmack umgestalten, einen Ort, einen Berg, ein Tal als Projektionsfläche und Experimentierfeld für ihre Ideen nutzen. Die Diskussionen darüber können aber auch produktiv sein, die Projekte können Aufmerksamkeit schaffen, neue Besucher anziehen, die Entwicklung einer Region fördern. Und das kulturelle Leben in den Gemeinden bereichern.

Ute Watzl versammelt in ihrem Band ganz unterschiedliche Formen von Kunst in den Bergen. Sie stellt temporäre Land-Art-Projekte vor, schaut sich in aufsehenerregenden Bauten um wie dem Museum Liaunig, das wie ein gestrandetes Raumschiff in der Hügellandschaft Kärntens liegt,

beschreibt ungewöhnliche Ausstellungsstätten, klassische Museen und originelle Kunstorte wie das Muzeum Susch im Engadin, das Ausstellungen, Symposien, Forschungsprojekte, Performance- und Residenzprogramme anbietet. Imposante Installationen wie Olafur Eliassons Werk „Our Glacial Perspectives“ auf dem Grawand (3251 Meter) in den Ötztaler Alpen, über einen 400 Meter langen Grat zu erreichen, sind ebenso darunter wie charmante Ideen wie das „Null-Stern-Hotel“ der Brüder Frank und Patrik Riklin im Schweizer Safiental: ein schlichtes Doppelbett mit Nachttisch, Leuchte, Hocker, einem Mäuerchen an der Stirnseite und Terrassenboden, das einen Sommer lang in offener Landschaft in den Bergen stand. Ohne Wände, ohne Dach, ohne Schutz, ohne Nachbarn. Aber mit freiem Blick in den Sternhimmel. Im Idealfall zumindest.

Ute Watzl schildert den Reiz dieser Berg-Werke in prachtvollen Bildern und detailreichen Texten. Sie erklärt Entstehung und Hintergründe und erzählt von den Eindrücken, die sie bei ihr hinterließen. Kunst und Berge? Passt eigentlich wunderbar zusammen. (nle.)

Ute Watzl: Berge von Kunst. 20 überraschende Orte internationaler Kunst. AS Verlag, 220 Seiten, 39 Euro.

Der Duft der Apotheker-Vergangenheit

„Wenn die Leute den Namen Retterspitz zum ersten Mal hören, denken sie, das sei eine Pflanze“, sagt Markus Valet, einer der Inhaber des gleichnamigen Traditionsunternehmens. Er leitet es mittlerweile in vierter Generation, gemeinsam mit seinem Bruder Florian. Und zwar dort, wo die Geschichte des deutschen Mittelständlers im Jahr 1902, vor 120 Jahren, losging: in Nürnberg.

Der Urgroßvater Hans Scheck war Apotheker und hatte ein Magenleiden mit der Tinktur einer kräuterkundigen Frau namens Margarete Retterspitz kuriert. Als diese in die Schweiz zog, kaufte ihr der Apotheker das Rezept ab und behielt ihr zu Ehren den Namen bei. Die Tinktur wurde zum Klassiker in seinem Sortiment, dem schon bald weitere medizinische Produkte folgen sollten. Retterspitz fand in vielen Hausapotheken in Süddeutschland einen festen Platz.

Markus und Florian Valet sind in das Apotheker-Unternehmen hineingewachsen.



Kräuterig: Retterspitz-Duft

PRÊT-À-PARLER

„Wir wurden mit den hauseigenen Mitteln seit unserer Geburt behandelt“, sagt Markus Valet. Bei Schnittwundenverletzungen oder zum Zähneputzen gab es Retterspitz. Nach dem Studium stiegen sie in den Familienbetrieb ein und machten sich zugleich daran, ihn neu aufzustellen.

Die Rezepte behielten Markus und Florian Valet bei, nur Anpassungen hinsichtlich neuer medizinischer Richtlinien waren nötig. Auch die Kosmetik, die seit einigen Jahrzehnten das Sortiment ergänzt, unterliege strengen Auflagen, wie die Produktion der medizinischen Mittel: „Wir fertigen die Gesichtscremes in den gleichen Räumen hier vor Ort, unter den gleichen hygienischen Bedingungen wie ein Arzneimittel.“ Das Traditionsunternehmen aus Nürnberg liegt damit im Trend. Seit einigen Jahren fluten Beauty-Produkte den Markt, die – verpackt in braunen Flaschen – in klassischer Apotheker-Optik besondere Reinheit und Nachhaltigkeit versprechen.

Markus Valet verweist mit Blick auf die Konkurrenz auf die eigene Firmengeschichte. Bei ihnen sei die Apotheke mehr als Optik. „Das ist unsere DNA.“

Hier geht es nicht nur darum, gesund zu werden, sondern auch, sich wohl zu fühlen. Von der ehemaligen Apotheker-Marke gibt es nun Sauna-Aufgüsse und Massageöle, eine Duftkerze und seit Neuem ein Parfum. Dafür haben die Nürnberger mit der „deutschen Nase“ zusammengearbeitet, dem Parfümeurmeister Geza Schön.

Hinter dem schlichten Titel Juniper, also Wacholder, steckt ein Duft, der den herben Kräuternoten des namensgebenden Strauchs die weiche Frische von Freesien und Jasmin entgegengesetzt und mit grünen Noten von Basilikum spielt. „Uns war wichtig, dass die Inhaltsstoffe, so wie bei all unseren Produkten, europäischen Ursprungs sind“, sagt Markus Valet. Getestet haben es die Brüder, zwei kritische Parfumträger, im Selbstversuch. „Es gibt ja Düfte, die sind erst mal super, aber gehen einem nach drei Tagen dann schon auf den Wecker“, sagt Florian Valet. Juniper konnten sie auch nach einem Jahr noch jeden Tag gut riechen. (marw.)

FOTOS: SMACH/302/IGUSTAV WALLEIT, UNTERNEHMEN

ANIA SCHIERHOLT

ANIA SCHIERHOLT

ANIA SCHIERHOLT

ANIA SCHIERHOLT



ALT oder André, wie wir ihn nannten, war im wahren Sinn des Wortes „larger than life“.

Als wir uns in den Achtzigerjahren während der Modenschauen kennengelernt haben, fand ich ihn sofort klasse. Er war mittendrin, überall dabei, war mit allen Haute-Couture-Kundinnen per Du und behandelte die Damen, egal wie hoch sie standen, wie Schülerinnen.

Nicht nur, dass er perfekt Französisch sprach, er wusste einfach alles über Mode. Er kannte sich mit Stoffen aus, wusste, wer was wo in Handarbeit gefertigt hatte und kannte die Ateliers der verschiedensten Handwerker. Seiner soliden Kenntnis über die Fertigungstiefe der Haute Couture verdankt er den Respekt und die Freundschaft, die Karl Lagerfeld für ihn hatte. Die Liebe zum Detail hatte er bei Diana Vreeland im Metropolitan Museum eingeatmet, lange bevor er in Andy Warhols oberflächliche Glitzerwelt des Magazins „Interview“ umstieg.

André war eine wandelnde Enzyklopädie. Wenn jemand wissen wollte, was Audrey Hepburn im Jahr 1952 beim großen Met Ball oder bei den Oscars trug, kam es wie aus der Pistole geschossen, „red taffeta dress with pink ruffles by Schiaparelli“. Sein Elefantengedächtnis ging so weit, dass er sich auch bei mir an Kostüme und Abendkleider erinnerte, die ich in weit zurückliegender Vergangenheit getragen hatte – und dann für ihn wieder raussuchen musste, wenn er zu Besuch kam.

Bei jedem Treffen mit ihm kam zuerst der prüfende Blick, von oben nach unten, dabei konnte man schon am Gesichtsausdruck seine Befindlichkeit erkennen. Das Erste, was er wissen wollte: „What are you wearing?“

Der Look wurde gelobt, oder wenn André schlecht gelaunt war, runtergemacht. Wenn man dann rechtfertigend sagte, „but this is Dior“, kam nur eine wegwerfende Handbewegung: „Oh, maybe the wrong color for you.“

Ich bin mit ihm nach Salzburg zu den Festspielen gereist, und ich nahm ihn mit nach Bayreuth. Allerdings ist er schon während des ersten Aktes rausgegangen, weil es ihm zu eng wurde im Konzertsaal. Er war schon sehr dick damals. Dennoch hat er es geliebt, dabei zu sein, die Leute zu beobachten und die Kleider zu begutachten. „Why am I the only black guy here“, wollte er wissen. Gestört hat es ihn nicht.

Er mochte es bei mir in Regensburg. Jeder, der ihn sah, hat ihn bewundert. Pikiert hat ihn, als jemand seinen Kaftan als Tipi bezeichnete, obwohl er sehr genau wusste, dass sein Gewicht ihm irgendwann zum Verhängnis würde. Kürzlich hatten wir noch über eine Magenverkleinerung gesprochen. Er hatte das schon einmal gemacht, aber ohne anschließende Gesprächstherapie ist die Chance auf nachhaltige Verbesserung sehr gering. Er hatte keine Lust auf Gesprächstherapie.

Wir hatten es herrlich in Paris in den Achtzigern, aber die beste Zeit hatten wir, nachdem er bei der „Vogue“ aus-

Erinnerungen an meinen alten Freund André

Von Gloria von Thurn und Taxis



Gloria von Thurn und Taxis, die seit den Achtzigerjahren mit André Leon Talley befreundet war, nahm ihn im Sommer 2013 mit zu den Festspielen in Bayreuth – auch dort hatte er seinen Auftritt. Hier erinnert sich die Fürstin an persönliche Momente mit dem legendären Modemann, der am 18. Januar im Alter von 73 Jahren in einem New Yorker Krankenhaus gestorben ist.

geschieden war. Gott sei Dank hatte er großzügige Gönner, die ihm ab und zu Auftritte verschafft haben. Will.i.am war so jemand. Schon zu groß, zu schwer und zu bequem, um in einem Passagierflugzeug zu fliegen, sandte der ihm einen Privatjet und flog ihn nach San Francisco zu einer großen Tech-Messe, wo André an einer Diskussion mit ihm teilnehmen sollte. Herrlich war auch, als ich ihn in Los Angeles bei Filmaufnahmen besuchte. Der Riese saß sogar hinten auf meiner Harley, und wir sind durch Beverly Hills und Bel-Air gecruised. Als er sich einmal beim Absteigen am Auspuff die Wade verbrannte, wollte er danach nie wieder aufsitzen.

Später wurde er immer unbeweglicher. Ein- und aussteigen wurde immer schwerer, so dass er gar keine Lust mehr hatte, irgendwo reinzugehen, außer in ein Restaurant natürlich. Wir fuhren zu Partys, blieben aber im Auto sitzen und sahen den Gästen beim Rein- und Rausgehen zu. Im Theater oder Kino das Gleiche: Kaum gab es Stufen zu überwinden, hatte er keine Lust mehr auszusteigen. Mir war das egal, denn wir haben uns in der Limousine auch gut unterhalten und kaputtgelacht, vor allem über seine Kommentare zu den Kleidern der ankommenden Gäste. Er hielt aus dem Auto Hof, und sobald er genug gesehen hatte, wollte er nach Hause. Das war einmalig! Wir sind noch zusammen zu Whoopie Goldberg nach Hause gefahren, um ihren Geburtstag zu feiern. Und wir waren bei Karl Lagerfelds letzter New Yorker Party, auf der Mariah Carey für ihn gesungen hat.

Dabei bemerkte ich, dass André über Karls Krankheit immer wieder sehr traurig war – weil es ihn auch an sein eigenes Altern erinnerte.

Manchmal hat André tagelang keinen Anruf angenommen. Mir war klar, dass er dann Depressionen hatte. Seine ehemalige Chefin hatte ihn aufs Abstellgleis gesetzt, obwohl er immer noch ein Star war. Wir haben nie verstanden, warum man ihm nicht wenigstens die Möglichkeit des Markenbotschafters gelassen hat. Er kannte alle talentierten afroamerikanischen Künstler, die ihn wie einen Papst verehrten. Selbst bei der Met Gala war er noch Jahre nach seiner Pensionierung derjenige, der alle Augen auf sich zog, der die beste Moderation und die besten Kommentare abgab. Ob Anna Wintour eifersüchtig auf ihn gewesen ist, weil er immer und überall im Mittelpunkt stand? Ausgerechnet in den Obama-Jahren, die zur prägenden Zeit der Black und Gay Culture wurden, gab es für ihn, der als Protagonist all dies verkörpert hat, keinen Platz mehr auf der „Vogue“-Bühne? Oder hat sie sich für seinen Körperumfang geschämt, wie André vermutete? Das hat ihm das Herz gebrochen.

Gott sei Dank haben wir uns im Januar per Facetime gesehen und viel rekapituliert und gelacht. Vom Tod meiner Mutter habe ich ihm erzählt. „Be more like your mother“, hat er oft zu mir gesagt, wenn ich ihm zu burschikos gekleidet war. Gott sei Dank war er bis zum Schluss umsofort von seinem Patenkind und seinen besten Freunden, die ihn auch ins Krankenhaus brachten, als er schwächer wurde. Das Empfangskomitee an der Himmelspforte wird groß gewesen sein. Dabei waren sicher auch meine Schwester Maya, die ein großer Fan war, und meine Mutter, die von André sehr verehrt wurde.

PRÊT-À-PARLER

Journalist oder Journalistin, das ist die Frage

Als ich Journalistin wurde, riet man mir, mich auf Twitter anzumelden. Ich müsse da ja keine belanglosen Beobachtungen posten, in denen sich auch wirklich jeder wiedererkennen, die wirklich jeder liken könne und die mir *fame* einbringen würden. Getreu dem unsäglich gewordenen Mantra, dass ein guter Journalist überall dabei sei, aber sich mit keiner Sache – nicht mal einer guten! – gemein mache, müsse ich das ja auch bei Twitter nicht tun. Aber als junge Journalistin dabei sein, wie ein guter Journalist, das sollte man schon! Also meldete ich mich an, ohne zu twittern. Binnen eines Jahres schaffte ich es, gut 100 Journalisten dazu zu bewegen, mir zu folgen – ohne Witze!

Durch Twitter erfuhr ich dann doch ganz Erstaunliches über mich selbst. Unter anderem, wer ich bin: Anhand der wenigen Daten, mit denen ich den Algorithmus über ein Jahr gefüttert hatte – Name, Mail-Adresse, Likes –, spie er Metadaten aus: Ich sprach Deutsch und Englisch, okay, darüber hinaus jedoch angeblich auch Finnisch, Holländisch und Schwedisch! Dass ein Wortschatz, der sich auf U-Bahnstationen und „Ich nehme

[Gericht der Tageskarte] und ein Glas Wein dazu“ beschränkte, als echte Sprachkenntnis anerkannt wurde, schmeichelte mir. Dass ich die Sprache meines Urururgroßvaters beherrschte, hätte ihn stolz gemacht (han vilar i fred!). Aber ich hatte noch mehr mit ihm gemein: Laut Twitter hatte ich sein Geschlecht! Unter „Gender“ stand da: „male“. Ich war ein Mann, nein, besser: ein Journalist! Vielleicht gar ein guter? Einer, der in der Lage ist, alles neutral zu betrachten, über den Dingen zu stehen?

Ich klickte auf den Pfeil neben meinem neuen Geschlecht. Mir wurde erklärt: „Wenn Sie noch kein Geschlecht angegeben haben, wird Ihnen das zugeschrieben, das Ihrem Konto aufgrund Ihres Profils und Ihrer Aktivitäten am ehesten entspricht. Diese Information wird nicht öffentlich angezeigt.“ Vielleicht besser so. Dennoch: Warum war ich heimlich ein Mann, wodurch zeichnete sich mein maskulines Verhalten aus? Warum Journalist, nicht Journalistin? Ich verglich die Accounts, denen ich folgte, mit denen von Journalistinnen mit sehr vielen Followern. Auch ihr Geschlecht wurde von Twitter nicht öffentlich angezeigt. Ich nahm dennoch an, sie seien weiblich, denn sie posteten etwas über „weibliche Themen“. Gleichberechtigung und solche Dinge. Bei manchen stand sogar „She/Her“, obwohl sie doch offensichtlich lange Haare

und bunte Kleider trugen! Auf meinem Profilbild trug ich zu diesem Zeitpunkt zu langem Haar eine herzförmige pinke Brille, die mir ein Instagram-Filter mal auf die Nase gesetzt hatte. Meine „Bio“ lautete: A Filter is a Filter is a Filter is a Filter is a Filter. Dass Twitter mich eher als Vladimir denn als fiktive Dolores erkannte: beeindruckend.

Aber ich war ja aus Sicht von Twitter nicht ein weltbekannter Autor, sondern ein kleiner Journalist. Wer folgte mir? 96 Prozent Journalisten. Aber nicht solche wie ich, sondern Autoren, Chefredakteure, Übersetzer! Bei einschlägigen Zeitungen! Einflussreiche Männer! Vielleicht hatte sich Twitter verkalkuliert und mein vornehmes Schweigen so gedeutet, dass ich zu ihnen gehörte.

Ich überlegte, Twitter zu kontaktieren und zu fragen: Wie wird mir diese Ehre zuteil? Ich tat es nicht. Ich hatte zu diesem Zeitpunkt nicht einen Tweet abgesetzt. Was sollte mir das Twitter-Team schon sagen können? „Unser Algorithmus spricht im generischen Maskulinum! Genießen Sie es, sich gemeint zu fühlen!“ Ich machte einen Screenshot von der Einordnung meines Geschlechts, mein erster Tweet. Dazu schrieb ich: „Was auch immer das heißt. Ich lasse es mal so stehen.“ Ich soll mich schließlich nicht mit einer Sache gemein machen. Auch wenn sie eine gute ist. Oder gar eine, zu der ich gehöre. *Caroline Lebens*

FOTOPICTURE ALLIANCE



NEU: DIE COOLERDAYS
MACHE DICH BEREIT FÜR KALTES WETTER
 MR MARVIS stellt die Coolerdays vor: die perfekte Hose für Temperaturen von unter Null bis zu fünfzehn Grad Celsius. Der bequeme, warme und dehnbare Stoff ist GOTS-zertifiziert und besteht aus 97% Bio-Baumwolle und 3% Elastan. Jetzt in 14 Farben erhältlich.



BESTELLE JETZT DIE COOLERDAYS AUF MRMARVIS.DE

Mer A sagt, muss auch B sagen – und irgendwann C. Bei einer Frau, die den Namen Carolina Castiglioni trägt, wäre das schon mal der passende Buchstabe. Carolina Castiglioni sagt Plan C. Ihr C gäbe es nicht ohne B, und B wäre wohl unmöglich gewesen ohne A. Denn: „A war Ciwifurs“, sagt Carolina Castiglioni und meint damit das Unternehmen ihrer Großeltern. Ein Pelzbetrieb, gegründet in den Fünfzigerjahren. Mit ihrer Ware belieferten die Castiglionis bald zahlreiche Luxusmarken. „B war dann Marni“, die Modemarke, die ihre Eltern in den Neunzigerjahren aufbauten und deren exzentrisch frauenfreundlicher Stil dem neueren Feminismus in der Mode um Jahrzehnte voraus war. C ist das dritte Unternehmen einer großen italienischen Modefamilie. Jetzt ist die einstige Enkelin und Tochter die Chefdesignerin.

An diesem Januarvormittag taucht auch allein sie im Zoom-Fenster auf, hinter einem Schreibtisch, die Wand ist waldgrün gestrichen. Dabei führen an der Seite der Vierzigjährigen der Vater und der Bruder die Geschäfte. Das Beispiel der Castiglionis zeigt, wie sich Familiengeschichte weiterdrehen lässt. Es ist eine typisch italienische Geschichte. Selbst die Mode in diesem Land lebt von der Familie, ausgerechnet ein so identitätsstiftendes Gewerbe, das andernorts für viele junge Menschen zunächst einmal Abgrenzung von der eigenen Herkunft bedeutet.

Denn die gegliederte Designerbiographie erzählt sich seit Jahrzehnten oft eher so: Ein junger Mensch ist gelangweilt von seinem Leben in der Provinz. In Modezeitschriften bekommt er eine andere Welt gezeigt und verfällt ihr, zum Missfallen der Eltern. Nach der Schule zieht er in eine große Stadt, wo er nicht etwa Jura oder Maschinenbau studiert, sondern sich an einer Modeschule einschreibt. Er ist erfolgreich, wird irgendwann Chefdesigner und berühmt.

Die Urgroßmutter und der Großvater waren schon in der Mode tätig. Spätestens mit den Eltern und ihrer Marke Marni sind die Castiglionis weit über Italien hinaus bekannt geworden. Jetzt ist die Tochter Carolina Chefin eines neuen Labels – und nimmt den Faden ihrer Vorfahren auf.

In diesem Land, in dem es ein besonderes Faible für Beständigkeit gibt, sind Designerbiographien hingegen nicht selten familiär vorbestimmt. Das ist beklagenswert, weil vielen jungen Menschen ohne den entscheidenden Hintergrund dieser Weg versperrt bleibt. Und es ist zugleich schön, wenn die Kinder weiterführen, was die Eltern oder sogar die Großeltern begonnen haben. Der Kaschmirunternehmer Brunello Cucinelli zum Beispiel übergibt zunehmend Verantwortung an seine Töchter Camilla und Carolina. Bei Kiton arbeiten die Zwillingssöhne Walter und Mariano De Matteis an einer Zukunft für die Marke fernab feiner Krawatten. Bei Etro ist die Staffelübergabe vom Vater Gimmo an die nächste Generation schon zur Jahrtausendwende gelungen.

Sicher, nicht überall klappt das. Es gibt mindestens genauso viele Gegenbeispiele von italienischen Familien, deren Nachwuchs überhaupt kein Interesse an Verantwortung im Unternehmen hat. Allein aus sentimental Gründen bleibt auch hier nichts in Familienhand. Bei Missoni zum Beispiel, wo nach dem Gründervater Ottavio und dessen Tochter Angela nicht etwa deren Tochter Margherita kreativ übernimmt, sondern nach einem Chefdesigner für die Marke, die in anderen Händen ist, gesucht wird. Oder bei Versace, wo nach dem Tod des Bruders Gianni 1997 die Schwester Donatella übernahm. Die Marke verkaufte sie, weiterhin Chefdesignerin, vor vier Jahren an Michael Kors. Ihre Tochter Allegra signalisiert kein Interesse an dem Designerinnen-Job.

Auch bei Marni sah es lange Zeit nicht danach aus, als würde auf die Mutter Consuelo wie selbstverständlich die Tochter Carolina folgen. 2012 verkauften die Castiglionis ihre Marke an den Diesel-Unternehmer Renzo Rosso, der zunehmend in Luxus investiert. 2016 stiegen sie ganz aus. Erst jetzt ist klar: Die Castiglionis sind mehr als Marni, sie sind mindestens noch Ciwifurs und Plan C – A, B und C. Und eigentlich muss man bei dieser Familie sogar noch früher beginnen.

DER STIL DER URGROSSMUTTER

Denn vor den Großeltern und Ciwifurs gab es schon die Urgroßmutter. Sie arbeitete in eben jenen Räumen an der Mailänder Via Visconti di Modrone, in denen jetzt Carolina Castiglioni an einem neuen Familienkapitel sitzt. Das Unternehmen der Urgroßmutter: Pellicceria Motta, ein Atelier für Maßanfertigungen aus Pelz. „Hierher hat sie ihre Kundinnen eingeladen und ihnen die verschiedenen Modelle präsentiert. In diesen vier Zimmern hat sie auch kleine Modenschauen veranstaltet“, sagt Carolina Castiglioni. So ging es los mit den Castiglionis und der Mode. Am Anfang stand, ungewöhnlich für diese Zeit, eine Frau. „Sie war gut vertraut mit dem Geschmack jeder einzelnen Kundin.“

Die Großeltern gründeten Ciwifurs dann in größeren Räumlichkeiten. Die Wohnung im dritten Stock – im Erdgeschoss liegt heute ein begrünter Innenhof – war zu klein für das große Vorhaben in den Fünfzigerjahren. Sie wurde fortan vermietet. Als Carolina Castiglioni, drei Generationen und drei Modeunternehmen später, nach einem Büro suchte, stand diese Wohnung gerade leer. „Den Marmorfußboden haben wir so belassen. Auch die Zimmeraufteilung ist geblieben. Schon meine Urgroßmutter hatte hier diese Schiebetüren mit Glaseinsätzen, um aus den vier Zimmern spontan einen großen Salon zu machen. Alles andere haben wir verändert.“ Auch Eigensinn gehört in diese Familie. Obendrein ist Carolina Castiglioni mit dem Architekten Federico Ferrari verheiratet.

Die Wände ließ sie in dunklem Grün und blassem Blau streichen, die Möbelstücke im Mid-Century-Stil sind nicht etwa seit Jahrzehnten im Familienbesitz, sondern vom Flohmarkt. An der Klingel steht jetzt Plan C. In einem der vier Zimmer arbeitet Carolina Castiglioni Schwägerin Cynthia Vilchez Castiglioni an ihrer eigenen Schmuckmarke Aliita. In dieser Familie kommen immer mehr Marken hinzu.

Von Jennifer Wiebking,
Foto Federico Ciamei

ES
bleibt
in
der
Familie



Mit der Mutter im Jahr 2013 (links), im Atelier der Urgroßmutter heute (rechts): Carolina Castiglioni arbeitet dort, wo die Familie drei Generationen zuvor mit Mode angefangen hat.



Auf den Urbetrieb, Pellicceria Motta, folgte dann Ciwifurs. Die Karriere der Urgroßmutter wird für ihren Sohn eine schöne Vorlage gewesen sein, um es besser zu machen. Es war die Zeit, als aus kleinen italienischen Schneidereien international agierende große Marken wurden. Mit Ciwifurs haben die Castiglioni die Geschichte des Pelzes im 20. Jahrhundert und zu Beginn des 21. begleitet. Schon die Namensgebung zeigt den Unterschied: Die Urgroßmutter dachte lokal, der Großvater global. Und er dachte unternehmerisch, denn er baute nicht etwa eine Marke mit populärem Image auf, sondern lieferte anderen das Produkt, das er gut kannte. „Das war die Kultur des Pelzes“, sagt Carolina Castiglioni. „Die erste große Marke, mit der er zusammenarbeitete, war Fendi“, eine Pelz-Legende für sich. „Und dann erinnere ich mich, wie er später für wirklich alle großen Marken produziert hat: Prada, Louis Vuitton, Jil Sander.“

So ging das über Jahrzehnte, erst 2017 war Schluss mit den Castiglioni und dem Pelz. Valentino kaufte Ciwifurs. „Das war die Zeit, als der Pelz ohnehin in eine schwierige Situation geriet.“ Mit Plan C verzichtet Carolina Castiglioni heute vollständig auf das umstrittene tierische Material, so wie die Mehrheit der Designer. „Aber Kunstpelz würde ich auch niemals anrühren“, sagt sie. „Das ist reines Plastik.“ Sie kommt eben doch aus einer Pelzfamilie.

Vor zehn Jahren war das Bild in der Mode noch ein anderes: *Political correctness* spielte kaum eine Rolle. Russland und viele asiatische Märkte boomten, und für diese Klientel konnte es von italienischen Marken gar nicht genug bunten, bedruckten Echtpelz geben. Auch Consuelo Castiglioni entwarf solche Mäntel damals für Marni und setzte sie zwischen ihr Spiel mit Proportionen, grafischen Mustern, Farben und Fußbetttsandalen an den Füßen.

Mit Marni war die Familie zuvor in den Neunzigerjahren im Olymp der Mode angekommen, Marni richtete sich mit der Damenmode nicht nach den Vorlieben einer Männerwelt. Marni unter Consuelo Castiglioni, das war hingegen häufig ein Eindruck von stoffgewordener Body Positivity. „Wenn ich an Marni und meine Mutter denke, dann fallen mir vor allem die Emotionen Backstage bei den Modenschauen ein“, sagt Carolina Castiglioni. Sie wird die Hektik meinen, die Aufregung und die Erleichterung, wenn alles geglückt ist. Was meistens der Fall war, denn Marni war ästhetisch hinreichend gegen den Strich gebürstet, um in einer in den Nullerjahren allmählich im Dämmerlicht versinkenden Modestadt die Herzen der Modelleute zu erobern. Wer ihre Mutter damals zum Interview traf, konnte nicht glauben, dass eine so scheue, stille Person zu derart ausdrucksstarken Stücken fähig ist.

DER STIL DER MUTTER

Carolinas Vater Gianni Castiglioni hatte die junge Consuelo 1973 im toskanischen Nobelbadeort Forte dei Marmi kennengelernt. Sie kam aus Lugano in der Schweiz, mit chilenischen Wurzeln, deshalb der nicht italienisch klingende Vorname. 1978 heiratete das Paar, bekam Kinder, Carolina und Giovanni. Consuelo Castiglioni kümmerte sich um sie – und kam verhältnismäßig spät zur Mode. Gianni Castiglioni arbeitete bis dahin im Betrieb der Großeltern. 1994 gründeten sie gemeinsam Marni, das war bis dahin wiederum der Spitzname von Giannis Schwester Marina gewesen. Die familiären Verstrickungen der Castiglioni sind unendlich.

Auch die Kinder erlebten früh, was es bedeutet, in einer Modefamilie aufzuwachsen. Nach der Schule brachten sie Zeit im Atelier. Im neuen Jahrtausend stießen sie zum Unternehmen, Carolinas Bruder begann im Verkauf. Carolina Castiglioni verantwortete bald den Bereich „Spezialprojekte“, gab eine Weile ein Online-Magazin für

Marni heraus, drehte Filme, kümmerte sich um den Verkauf von Marni im Netz. „Meine schönste Erinnerung ist der Flower-Market.“ Zum 20. Geburtstag der Marke 2014 feierten die Castiglioni nicht etwa mit einer Party oder einem Abendessen, sondern mit Dutzenden eigens installierten Blumenständen an einem Sonntagmorgen in der Mailänder Rotonda del Besano. Wenig später wäre das für Instagram ein Fest gewesen. Damals war es vor allem schön anzusehen.

2016 hätte es das dann gewesen sein können mit dieser italienischen Modedynastie: Die Castiglioni verließen das von ihnen gegründete Unternehmen. Eine Weile hörte man nichts mehr von ihnen. „In meinem Vertrag war für 18 Monate eine Non-Compete-Klausel vorgesehen“, sagt Carolina Castiglioni. Die ganze Familie war davon betroffen, Marni bestand ja längst nicht mehr nur aus Consuelo und Gianni, sondern auch aus Giovanni und Carolina Castiglioni. „Danach begannen wir uns über ein neues Projekt nach unseren Wünschen zu unterhalten. Es sollte anders sein als Marni, nur zwei Kollektionen im Jahr umfassen, nur ein kleines Team, das sich an ausgewählte Partner richtet, die uns verstehen. Wir wollten nicht mehr an jedem und jeden Preis verkaufen. Und wir wollten auf Modenschauen verzichten.“ 2018 legten die Castiglioni los mit Plan C. Schnell, nach etwas mehr als einem Jahr, kam die Corona-Pandemie.

Eigentlich ist es ein Treppenwitz der Mode: Ausgerechnet eine der wenigen jungen Marken, die sich während Corona etablieren konnte, heißt Plan C. Wie alle anderen Unternehmen musste sich auch Plan C auf die neuen Bedingungen einstellen. „Ich versuche, Stücke zu entwerfen, die besonders sind und trotzdem im Alltag tragbar bleiben. Wir brauchen nicht noch mehr Mode für zu Hause, aber es sollen auch keine Teile für das eine Event sein.“ Das dann im Zweifel abgesagt wird. Die hohen gerafften Hemdkragen mit dünnen Schleifen sind schon ein Markenzeichen geworden. Die Strickpullover sind so groß und dick wie zu Marni-Zeiten. Bei den Händlern, die Plan C verkaufen, hängen die Stücke heute häufig

zwischen den Marni-Teilen. In Marni, das heute von Francesco Risso kreativ verantwortet wird, steckt noch immer viel Castiglioni, und Carolina Castiglioni wiederum hat von ihrer Marni-Mutter gelernt. Die Tochter formuliert es so: „Ich entwerfe, was mir gefällt, und was mir gefällt, ist das, was ich mein ganzes Leben über kennengelernt habe.“

Das kommt vor allem in Asien gut an. Den ersten Plan-C-Flagship-Store eröffneten sie in Tokio, kurz vor der Pandemie. „Ich bin immer fasziniert davon, wie sich die Frauen dort auf der Straße kleiden. Und sie scheinen unsere Ästhetik auch besser zu verstehen als Italienerinnen.“ Im Januar 2020 war Carolina Castiglioni zum letzten Mal dort. Die neuen Plan-C-Läden in Korea konnte die Plan-C-Chefin selbst noch nicht besuchen. Stattdessen bringt sie viel Zeit auf Zoom und mit Mails. „Vor der Pandemie sind wir so viel gereist.“

Ihre eigenen Kinder, Filippo und Margherita, sind mittlerweile zehn und acht Jahre alt. Carolina Castiglioni bringt sie morgens zur Schule. Gegen 9,30 Uhr ist sie im Büro. „Ich arbeite jeden Tag nur an einem einzigen Thema, mal ausschließlich an Schuhen, mal an Taschen, mal an Stoffen.“ So könne sie sich besser konzentrieren. „Sonst bin ich zu schnell woanders und habe am Ende gar nichts geschafft.“ Zu Marni-Zeiten traf sich die Familie jeden Mittag zum Essen. Auch das hat sich geändert. „Hier ist es schwieriger, wir haben nicht viel Platz. Jeder isst für sich.“ Ihre Kinder sieht sie erst am Abend.

Dabei hinterlässt die fünfte Generation Castiglioni schon heute ihre kreativen Spuren: Lange bevor Carolina Castiglioni mit Plan C begann, malte ihre Tochter einmal zwei Figuren – ihren Bruder, dessen Spitzname Pili ist, und ihre Freundin Bianca. „Die Zeichnungen gefielen mir, sie waren freundlich, spielerisch, einfach nett“, sagt Carolina Castiglioni. Mit den Anfängen von Plan C ließ sie die zwei Figuren unter dem Namen „Pili & Bianca“ auf ihre ersten Taschen drucken, dann auf T-Shirts. Seitdem tauchen sie immer wieder auf.

In dieser Familie wird auf A, B und C irgendwann wohl auch D folgen. ◀



A, B und jetzt Plan C: Carolina Castiglioni bleibt damit bei der Mode, mit der sie sozialisiert wurde – der Arbeit ihrer Mutter.



FOTOS MASSIMO ZANUSSO FÜR PLAN C



NANA

designed by HANNE WILLMANN - Handmade in Germany by FREIFRAU MANUFAKTUR GmbH & Co. KG - www.freifrau.com



ANNA UND ALESSANDRO

Wer wir sind: Anna, 67 Jahre alt, Lehrerin im Ruhestand und passionierte Gärtnerin, Alessandro, 70 Jahre alt, Kunsthistoriker und Caravaggio-Experte, aus Anagni (Latium)

Was nie in unserem Kühlschrank fehlt: Eier von unseren vier Hühnern, Milch, Gemüse aus dem Garten, ein großes Stück Parmesan

Was wir gerne essen und kochen: Lachs und Zucchini bzw. Aubergine mit Parmesan. Wir holen uns Anregungen aus Kochsendungen im Fernsehen, besonders bei sizilianischen Gerichten und Teilchen. Anna kocht, Alessandro isst.

Cool Italia

Keine andere Nation misst dem Essen eine größere Bedeutung bei, niemand macht aus simplen Zutaten so gut ein Festmahl. Und was haben die Italiener immer vorrätig? Schauen wir mal in ihre Kühlschränke.

Von Federico Ciamei
(Text und Fotos)

MARTINA UND FEDERICO

Wer wir sind: Martina, 45 Jahre alt, Fotografin und passionierte Kuchenbäckerin, und Federico, 47 Jahre alt, Fotograf (auch dieser Strecke), aus Mailand

Was nie in unserem Kühlschrank fehlt: Asia-Saucen, Bananen, Kürbis, Karotten, Kräuter, Ingwer, Ahornsirup, Zitronen, Limetten, Wermut, Wodka und am Wochenende ein Kuchen

Was wir gerne essen und kochen: Thai-Curry, Fisch, Shakshuka, Pizza, alles von Ottolenghi, Kuchen. Wir experimentieren gerne mit Geschmacksrichtungen aus anderen Teilen der Welt.

SETH UND ANDREA

Wer wir sind: Seth, 40 Jahre alt, Englischlehrer, und Andrea, 39 Jahre alt, Journalist, aus Mailand

Was nie in unserem Kühlschrank fehlt: Hefe, BBQ-Sauce, Ahornsirup, eingelegtes Gemüse, Asia-Saucen

Was wir gerne essen und kochen: Pasta mit Pesto, Spaghetti alla Gricia (mit Schweinebacke, Schafskäse und Pfeffer), jede Art von Kartoffelgericht, Ikea-Fleischklöße



MAELA, VINS, SANTE, GIOVANNI

Wer wir sind: Maela, 37 Jahre alt, Stylistin, und Vins, 41 Jahre alt, Fotograf, mit ihren Kindern Sante und Giovanni (vier und zwei Jahre alt), aus Mailand

Was nie in unserem Kühlschrank fehlt: laktosefreie Milch, Parmesan, Obst und Gemüse, Fruchtjoghurt-Drinks, Butter, Tiefkühlpizza, Tiefkühlfisch

Was wir gerne essen und kochen: Fleischklöße, gekochtes Gemüse, Frittata, Quiche. Nachdem die Kinder gegessen haben, fragen wir uns: Und, was kochen wir jetzt?

VLADA

Wer ich bin: Vlada, 29 Jahre alt, Künstlerin, aus Mailand

Was nie in meinem Kühlschrank fehlt: Avocado, Kokosmilch, Gurke

Was ich gerne esse und koche: Kürbis aus dem Ofen mit Rosmarin, Curry, Obst-Milchshakes, Haferbrei



ANNA UND DAVIDE

Wer wir sind: Anna, 29 Jahre alt, Art-Direktorin und Stylistin, und Davide, 29 Jahre alt, Modedesigner, aus Mailand

Was nie in unserem Kühlschrank fehlt: grüner Salat, Brokkoli, Milch, Sojasauce, Wein, Knoblauch

Was wir gerne essen und kochen: Pasta, Ofengemüse, Risotto. Eigentlich kaufen wir alles auf dem Markt, aber diese Woche hatten wir keine Zeit, deshalb ist der Kühlschrank so leer. Davides Familie betreibt Weinbau. Wein liegt immer im Kühlschrank.



SILVIA

Wer ich bin: Silvia, 71 Jahre alt, Psychoanalytikerin, aus Rom

Was nie in meinem Kühlschrank fehlt: Gemüse, grüner Salat, Weißwein, Bier, Tiefkühlfleisch und Tiefkühlfleisch, eingefrorenes, in Scheiben geschnittenes Brot

Was ich gerne esse und koche: Gemüse, Trockenobst und Nüsse, Mandeln, Pistazien

**ANNA UND GIUSI**

Wer wir sind: Anna, 94 Jahre alt, Hausfrau im Ruhestand, und Giusi, 60 Jahre alt, Hausmeister, aus Anzio (südlich von Rom)

Was nie in unserem Kühlschrank fehlt: Käse, Teilchen und Croissants, Orangensaft, Crodino (alkoholfreier italienischer Aperitif), Joghurt, Kiwis

Was wir gerne essen und kochen: Lasagne, Pasta mit Öl, Knoblauch und Chili, Pasta mit Linsen oder Bohnen, Sahnertorten

**LUISA**

Wer ich bin: Luisa, 65 Jahre alt, vor kurzem bin ich aus meinem Bürojob in den Ruhestand gegangen, aus Rom

Was nie in meinem Kühlschrank fehlt: Joghurt, Kefir, gepökeltes Fleisch, Eier, Himbeeren, Marmelade, Karotten, grüner Salat, Fenchel, Soja- oder Hafermilch, Senf, Butter, Parmesan, Crescenza- und Primosale-Weichkäse

Was ich gerne esse und koche: Picchiapò, ein römisches Gericht (das Fleisch wird weichgekocht und dann mit Tomatensauce, Zwiebeln und Chili angebraten), Kürbis aus dem Ofen, Chicorée, Toast mit Ricotta und Himbeermarmelade, Gorgonzola-Birnen-Risotto

**ALICE S., ALICE B. UND MATTEO**

Wer wir sind: Alice S., 27 Jahre alt, Produzentin, Alice B., 28 Jahre alt, Social-Media-Managerin, und Matteo, 30 Jahre alt, Designer, aus Mailand

Was nie in unserem Kühlschrank fehlt: ein großes Glas Mayonnaise, Pink-Lady-Äpfel, Kichererbsenburger, Fenchel, Augen-Masken

Was wir gerne essen und kochen: Brathähnchen mit Kartoffeln, Lasagne, grüner Salat mit Würstchen

**ADELE UND MARTINA**

Wer wir sind: Adele, 23 Jahre alt, Stylistin, und Martina, 23 Jahre alt, Praktikantin bei einem Musikkonzern, aus Mailand

Was nie in unserem Kühlschrank fehlt: Parmesan (Martina kommt aus Reggio Emilia, der Heimat des Parmesans), Wein, Brühwürfel für Suppe, Karotten

Was wir gerne essen und kochen: Basmatireis mit Gemüse, gelbe Kiwis, Pasta mit Brokkoli

**FIAMMETTA**

Wer ich bin: Fiammetta, 69 Jahre alt, Lehrerin im Ruhestand, aus Rom

Was nie in meinem Kühlschrank fehlt: Zitronen, Milch, grüner Salat, Tomaten (nur Datteltomaten, auf keinen Fall die besonderen gelben), Kohl, Fenchel, Weißwein, Sojasauce

Was ich gerne esse und koche: Ich liebe Zitronen und verwende den Saft in allen Lieblingsgerichten: Thunfisch-Pasta, Fisch, Hähnchenbrust mit gerösteten Zitronenscheiben. Der Kühlschrank ist das schönste technische Hilfsmittel im Haus. Nervig am Kühlschrank ist aber, dass man ihn regelmäßig säubern muss.

**VALERIA**

Wer ich bin: Valeria, 35 Jahre alt, Künstlerin und Lehrerin, aus Mailand

Was nie in meinem Kühlschrank fehlt: vorgekochtes Essen, Gemüseburger, Joghurt, verschiedene Käsesorten, Ricotta

Was ich gerne esse und koche: Gemüsesuppen. Meistens habe ich keine Zeit zum Kochen, deshalb ist mein Kühlschrank leer, bis meine Mutter mich besuchen kommt und ihn auffüllt.



TIEF IM SÜDEN

Von Karen Krüger

Zu Beginn dieses Winters galt Italien zu seiner eigenen großen Überraschung als Vorbild im Kampf gegen Corona in Europa. Und am Ende?

M

Mailand, Stadtteil Isola. Hier steht ein saniertes Arbeiterhaus mit Innenhof und durchgehenden Balkonen auf allen Etagen. Als erstes erkrankte die im ersten Stock wohnende Besitzerin der Bioweinhandlung um die Ecke, dann ihr Lebensgefährte, ein Koch und Landschaftsarchitekt. Danach stieg das Coronavirus die Treppe auf der linken Seite des Hofes hinauf, befahl den Werbefachmann mit den bunten Blumenkästen vor der Tür und machte weiter, Stockwerk für Stockwerk, bis innerhalb von ein paar Tagen alle Bewohner infiziert waren.

Jeder hatte das Virus auf eine andere Weise mit in seine Wohnung gebracht. Manche zeigten Symptome, andere nicht. Zum Glück waren alle doppelt oder dreifach geimpft, so dass keiner einen schweren Verlauf entwickelte. Das gesamte Gebäude steht nun unter Quarantäne. In den Zeitungen waren Fotos der Bewohner abgedruckt, wie sie gemeinsam im Hof Gymnastik machen oder mit resigniertem Blick auf den Balkonen in der Sonne stehen. Sieht man von den ungeimpften Corona-Patienten auf den Intensivstationen der Krankenhäuser ab, ist dieses Haus eine schöne Metapher für Italien in diesem Winter, sagen viele Mailänder.

Das Land hat in den vergangenen Wochen ständig neue Höchstwerte an Neuinfektionen erlebt. Die Omikron-Variante dringt in alle Häuser ein und durch alle Türen – trotz sozialer Distanzierung, trotz FFP2-Masken im öffentlichen Nahverkehr, trotz peinlich genau befolgter Protokolle in Schulen und am Arbeitsplatz, trotz Italiens Impfquote von 76 Prozent, der Impfpflicht für Krankenhausbeschäftigte, Lehrer, Sicherheitskräfte und neuerdings für Personen über 50 und trotz der unzähligen Abende, an denen man zu Hause vor dem Fernseher geblieben ist, weil die Welt draußen ein verseuchter Ort ist und alle anderen eine potentielle Gefahr sind. „Wir kriegen es sowieso alle“, so lautet der mal wütend, mal resigniert hervorgebrachte Satz, den man jetzt allenthalben bei Begegnungen mit Freunden oder von Fremden hört, die vor der Apotheke für einen Corona-Test Schlange stehen – und meist folgt darauf ein lapidares „So kann es nicht weitergehen“.

Nach zwei Jahren voller Bemühungen und Entbehrungen, in denen Italien Corona nicht nur als Schreckgespenst, sondern immer auch als eine gemeinsam zu meistrende Herausforderung, als eine Art Enigma-Code, nur ohne Nazis, begriffen hat, geht den Menschen langsam die Puste aus.

Zu Beginn der kalten Jahreszeit war man noch gut gerüstet für den Dämpfer durch eine vierte Welle. Der Sommer mit Fußballwunder, olympischen Goldmedaillen und dem Erfolg beim Eurovision Song Contest, mit vollen Stränden, an denen sich die Touristen drängten, sowie auch der gute Ruf von Mario Draghi hatten das italienische Selbstvertrauen gestärkt. Der Ministerpräsident trägt wegen seiner Strenge und Durchsetzungskraft den Spitznamen „der Deutsche“. Man nennt ihn auch „Super Mario“, und das Land konnte sich in dem Bewusstsein, durch „Super Marios“ Corona-Politik besser im Kampf gegen die Pandemie abzuschneiden als andere. Ausgerechnet sie, die Italiener, denen immer ein ausgeprägter Hang zu Hedonismus und Dolce Vita nachgesagt wird, zeigten sich geradezu preußisch im Kampf gegen Corona. Es waren die disziplinierten Deutschen, denen in der Mitte der zweiten Jahreshälfte die Situation entglitt.

Niemand in Rom, Neapel oder Mailand hätte sich vorstellen können, dass sich in der Heimat von Effizienz, Tüchtigkeit und Strenge die Pandemie-Lage einmal derart zuspitzen könnte. Die Deutschen hielten Regeln widerstandsloser ein und zeigten ein größeres gesellschaftliches Verantwortungsbewusstsein als die Italiener, hieß es im Frühling 2020, als die Infektionszahlen in Deutschland wochenlang so niedrig blieben, dass schon mancher auf dem Stiefel vermutete, die Zahlen seien wahrscheinlich gefälscht.

Damals rettete der Transport in deutsche Kliniken Patienten aus Bergamo das Leben. Nun, im November, wurden Corona-Patienten aus Bayern und Sachsen wegen überfüllter Intensivstationen nach Italien verlegt. Für Italien waren die Bilder in den Nachrichten ein makabres Déjà-vu, allerdings mit vertauschten Rollen. Wieso, fragten sich die Menschen staunend, wieso hat das wahrscheinlich fortschrittlichste Land Europas, die Avantgarde der Innovation, in dem in Mainz der erste Impfstoff entwickelt wurde, es nicht geschafft, eine ernsthafte Impfkampagne auf die Beine zu stellen? Wie ist es möglich, dass sich die deutsche Politik sehenden Auges einer kleinen Minderheit von Impfgegnern unterworfen hat? Wieso wurde das Einhalten von Abstandsregeln und Hygienemaßnahmen nicht strenger kontrolliert? Das Bild der italienischen Gesellschaft von „Germania“ zerfloss wie ein Pistazieneis im italienischen Hochsommer.

Statt wie früher regelmäßig Kopfschütteln und Spott für politisches Chaos zu ernten, war in Deutschland auf einmal anerkennend vom „italienischen Modell“ die Rede. Anfang Dezember, als die Anzahl der Neuinfektionen in Italien bei 17.000 lag und die der Covid-Toten bei 72, sagte Angela Merkel auf einer Pressekonferenz, ihr wäre wohlher, wenn Deutschland eine Inzidenz wie Italien hätte. Es war ein harmloser Satz. Trotzdem schlug er hier wie eine Bombe ein und wurde so oft wiedergegeben, dass es am Ende hieß, Merkel habe gesagt: „Ich wünschte, wir wären wie Italien.“ Das war zwar nicht korrekt zitiert, vergrößerte aber das kollektive italienische Glücksgefühl, denn Angela Merkel wird in Italien zutiefst verehrt.

„Ich werde Merkels Satz auswendig lernen und aufnehmen“, kommentierte trocken der Journalist Massimo Gramellini in seiner Kolumne in der Tageszeitung „Corriere della Sera“. „Dann kann ich ihn mir anhören, wenn ich mal wieder in einer Warteschlange stehe, über ein Schlagloch rumpel und generell in tristen Momenten, wie beispielsweise diesem: Gerade eben habe ich gelesen, dass wir in der europäischen Rangliste der Steuerhinterzieher (und Steuerzahler) weiterhin ganz oben stehen. Also mir wäre es lieber, wenn wir nicht ‚wie Italien‘ wären.“

Kurz darauf schwappten die ersten Ausläufer der Omikron-Welle über den Stiefel, und die Zahlen begannen wieder zu steigen. Die norditalienische Bahngesellschaft Trenord strich wegen Dutzender erkrankter Lokomotivführer gut 100 Verbindungen. Die Scala sagte das Ballett „La Bayadère“ ab, eröffnete die Opernsaison aber wie geplant am 7. Dezember mit Feuerwerk, „Macbeth“ und einer großartigen Anna Netrebko – aber die Chorsänger trugen FFP2-Masken.

Die Mailänder Hausmeister holten die Plastiktannenzweige aus den Kellern und stellten sie wie jedes Jahr im Dezember hübsch dekoriert in den Eingängen der Wohngebäude auf. Je stärker die Anzahl der Neuinfektionen nach oben schnellte, desto mehr wirkten die wild blinkenden Weihnachtsbäumchen wie kleine Wehrtürme zum Schutz der Hausgemeinschaft vor Ansteckung, an denen man sich auf dem Weg zu gemeinsamen Abendessen mit Freunden schuld bewusst vorbeidrückte. Im

Jahr zuvor war in Italien an Weihnachten nur das Zusammenkommen der Kernfamilie erlaubt gewesen. Umso mehr freuten sich alle auf ein Fest mit Freunden und allen Verwandten, so wie es die Tradition an Weihnachten in Italien will.

Es wurden Feiertage des Misstrauens; mit Einladungen, bei denen sich am Tisch alle musterten wie in einem Sergio-Leone-Film: Wer ist hier der Gefährlichste? Man tauschte sich über die politischen Scharmützel vor der Präsidentschaftswahl aus und versprach, das Thema Corona an diesem Abend beiseite zu lassen – und redete doch die meiste Zeit darüber. „Lasst uns die Masken nur zum Essen abnehmen“, hörte man oft – und dann wurde vier Stunden lang gemeinsam gespeist. Jeder zeigte an der Tür zur Begrüßung nur eine geballte Faust – und umarmte sich doch manchmal bei der Verabschiedung.

Kurz vor dem Jahreswechsel zählte der Katastrophendienst 144.243 Neuinfizierte und 155 Tote. Eine Woche später, das deutsche Lob über das italienische Modell war da gerade einmal vier Wochen alt, war man bei 219.000 Neuinfektionen und 198 Toten angelangt.

Die Bilder und Nachrichten von erschöpftem Krankenhauspersonal und Kliniken am Limit, die seit Anfang Januar aus verschiedenen italienischen Regionen und Städten kommen, scheinen die Zeit um 22 Monate zurückzudrehen. Abermals wurden die Corona-Regeln verschärft und in diesem Zuge per Gesetzesdekret die Impfpflicht für über Fünfzigjährige beschlossen. Denn es sind vor allem wieder die älteren Menschen, die sterben, und Menschen mittleren Alters, die die Krankheit in einer schweren Form entwickeln. Die meisten Italiener haben keinerlei Verständnis mehr für die Impfgegner, die jedes Wochenende in Rom und Mailand demonstrieren und in Draghis Regelwerk zum Schutz der Gesundheit den Schatten des Leviathan erkennen wollen.

Sicherlich, der Ministerpräsident ist mit einigen Dekreten empfindlich tief in demokratisches Gewebe vorgestoßen. Von Anfang an machte er klar: Der Infektionsschutz der Bevölkerung steht fortan über der persönlichen Freiheit. Der Impfstoff schütze das eigene Leben und das Gesundheitssystem vor Überlastung und sei der einzige Weg, um dem Teufelskreis aus Schließungen, Entschädigungen, Schulden, Inflation, kurz: wirtschaftlichem Ruin und sozialer Katastrophe zu entkommen. Man möchte der nachkommenden Generation nicht nur Schulden, Mobiltelefone und Ungleichheiten hinterlassen, wie es sie in der Geschichte Italiens noch nie gab.

Laut Umfragen ist die Durchhaltefähigkeit der Italiener zwar weiterhin recht gut, doch die Omikron-Welle scheint ihre Sicht auf die Pandemie zu verändern. Viele wollen nicht länger einen Ausnahmezustand dulden, dessen Ende nicht absehbar ist. Sie wollen wieder eine Normalität, auch wenn dies bedeutet, ihre Ideen von einem normalen Leben zu ändern und Covid-19 als Risiko für ihr künftiges Leben zu akzeptieren. Der italienische Winter war ein Auf und Ab der Gefühle. Es ist an der Zeit, dass er endet.



NEAPEL

„Im September fahre ich ans Meer.“ Könnte auch ein Romananfang sein, dachte ich, als ich die italienischen Wörter in mein Handy tippte und Google diese Übersetzung ausspuckte. „Im September fahre ich ans Meer.“ Das stand auf einem speckigen Zettel in krakeliger Schrift, auf Italienisch. Und es machte mich froh. Geschrieben hatte diese poetischen Zeilen ein Kellner in einer kleinen, schmuddeligen Kaffeebar, irgendwo in Neapel, direkt an einer vielbefahrenen Straße, die laut war und dreckig, deren Häuser alle diesen gelblichen Ocker-Ton trugen und die bestimmt nicht als Touristenhöhepunkt in der Stadt am Vesuv gilt. Wir landeten dort zufällig an unserem ersten Vormittag in der Stadt, und der Verlängerer, den ich so gerne trinke, war stark und schwarz und schmeckte himmlisch nach Italien.

Beim Kaffee und Cornetto guckten wir den Mofafahrer dieser Stadt dabei zu, wie sie über die hässliche Straße fuhren, und fühlten uns so urlaubig, wie man sich an seinem ersten Morgen in einer großen süditalienischen Stadt mit all ihren Gerüchen und Geräuschen nur fühlen kann. Am zweiten Tag begrüßte uns der Kellner schon mit Handschlag, eigenwillig in einem Corona-Sommer, und am dritten Tag holte er zwei Kollegen dazu, um uns vorzustellen. Der Friseur von nebenan musste sich unter großem Tamtam umsetzen, damit wir wieder an unseren Stammtisch konnten, so wollte es unser Freund und Kellner eben.

Wir verständigten uns mit Händen und Füßen: Er sprach nur Italienisch, wir lediglich Englisch. Doch die wenigen Brocken, die wir austauschten, reichten. Am dritten Tag dann wussten wir es ihm sagen: Morgen fahren wir weiter, nach Capri. „Capri?“ Er schüttelte den Kopf. Oh, diese Touristen! Dass die immer wieder darauf reinfallen! Capri jedenfalls sei nicht gut, zu teuer (er rieb dabei seinen Zeige- und Mittelfinger am Daumen), Ischia nicht schön und ebenfalls zu teuer (selbe Geste plus abschätziger Gesichtsausdruck) – aber die Amalfiküste, die sei gut. Wir wollten wissen, ob er hinfahren würde, und irgendwie verstanden wir einander nicht, redeten fünf Minuten aneinander vorbei, schließlich ging er rein und kam zurück mit dem denkwürdigen Zettel, auf dem dieser denkwürdige Satz stand,

SIAMO IN FERIE

Italien liegt nahe als Urlaubsland, nicht nur geographisch. Sondern auch als Sehnsuchtsland aller Deutschen. Unsere Redakteurinnen und Redakteure erinnern sich an ihre schönsten Erlebnisse zwischen Südtirol und Sizilien. *Illustrationen Gisela Goppel*

den ich nicht mehr vergessen kann. „Im September fahre ich ans Meer.“ Den Zettel steckte ich ein und verlor ihn auf Capri, das wirklich sehr teuer war, dafür gab es Capri-Licht, zehnmal besser als Capri-Sonne. Die Amalfiküste jedenfalls werden wir uns noch einmal ansehen, auf Geheiß dieses Neapolitaners, der im September ans Meer fuhr. Und es hoffentlich schön dort hatte. *Johanna Dürrholz*

PERUGIA

Auf die Idee mit der Kaffeebar kam ich, als ich nach dem Abitur ein Dreivierteljahr in Perugia lebte und Geld brauchte. In Deutschland begriff man gerade erst, dass auf einen Cappuccino keine Sprühsahne gehört, ich hatte schon im Schulunterricht gelernt, dass ein Italiener nach dem Essen Espresso trank (*caffè*) und darin nie, nie mehr als einen Tropfen Milch dulden würde (*caffè macchiato*). Cappuccino also nur morgens, im Stehen am Tresen, dazu *una brioche* oder *un cornetto*, wie auch immer das Gebäck je nach Region heißt. Ich kann mich bis heute nicht entscheiden, ob ich Creme- oder Schokofüllung lieber mag. Jedenfalls fasste ich mir ein Herz und bewarb mich in der schönsten Bar der Stadt: Das „Caffè Turreno“ liegt hinter dem Dom am Anfang des Corso, auf dem Sonntagnachmittag das Flanieren ausbricht. Ein hoher Raum unter den Bögen eines Palazzos, Kassettendecke, warmes Licht und Spiegel hinter der Bar. Bis heute weiß ich nicht genau, warum man mich eingestellt hat. Aber ich erinnere mich an Abende, an denen ich gelangweilt auf Kundschaft hoffte. Als Bedienung war ich vor allem für Touristen zuständig. Wenn sich Leute an den Bistrotischen

im Freien niederließen, war es an mir, ihnen ein dünnes Bier zu servieren oder einen Eisbecher, der im Sitzen doppelt so viel kostete wie der zum Mitnehmen. Die Einheimischen, vor allem die Stammgäste in ihrer Ecke, brauchten mich nicht. Diese Männer gingen selbst zur Bar oder bestellten ihren Campari quer durch den Raum. Ein Plausch hier, ein Scherz dort mit dem alten Eigentümer oder seinen beiden Söhnen war Teil ihres Selbstverständnisses. Sie nannten sich *il presidente* und *il professore*, waren früher einmal Kommunisten gewesen und inzwischen arrivierte Vertreter der Stadtgesellschaft. Erst nach Monaten verriet mir einer, dass sie eine blonde Deutsche als Sakrileg empfunden hätten: Das „Turreno“ war nicht nur ihre Bar. Es war auch ein Männerladen. Kürzlich war eine Freundin von mir in Perugia und schickte mir meine Kaffeebar als Foto. Leider war Ruhetag. Ich hätte gerne Grüße bestellt. *Julia Schaff*

SANTA MARGHERITA

Ich war gerade zum ersten Mal im Leben in Mailand angekommen, als mein Freund, der von seinem deutschen Arbeitgeber dorthin versetzt worden war, auf die Idee kam, gleich wieder wegzufahren. Also zumindest fürs Wochenende, und zwar nach Santa Margherita. Es war Anfang September, Ende des Sommers, der für mich, die damals ewige Praktikantin, eigentlich noch gar nicht richtig angefangen hatte. Santa Margherita, dieser kleine Badeort in Ligurien, abseits des Glanzes von Portofino, entsprach dem schönsten Italien-Klischeebild: die Häuserfronten waren bunt und hatten jene Patina, die bei allem, was dieses Land hervorbringt, für Klasse steht. Ich ent-

deckte meine Eissorten (*coco e mango*). Ich beobachtete das junge Pärchen, das so beeindruckend selbstverständlich auf einer Luftmatratze paddelte. Santa Margherita war Italien von seiner lebensfrohen Dolce-Vita-Seite. Dieser Eindruck blieb, als aus den paar Monaten, die mein Freund in Mailand verbringen sollte, ein paar Jahre in Rom wurden. Klar, grandios! Der Stadtstrand nicht weit entfernt, die Carbonara köstlich. Aber der Freund ganzjährig in Rom, das hieß auch: einjährige Januar-Montage in dem Apartment mit der zum Heizlüfter umfunktionierten Klimaanlage. Warten auf Easy-Jet-Flieger, die niemals landeten. Und unverständlich für mich, die damals in Berlin wohnte, dass man sich in der vollen Altstadt nicht mal irgendwo zum Kaffee hinsetzen konnte. „Weil Italiener einfach an der Bar stehen.“

Italien war anstrengend. Aber Santa Margherita war herrlich. Das sage ich mir auch heute: Aus dem Freund ist längst mein Mann geworden, und wir sind auf der mühsamen Suche nach einer schönen kleinkindtauglichen Bleibe für den Sommer in Italien. Santa Margherita haben wir noch nicht aufgegeben. *Jennifer Wiebking*

MAILAND

Ob ich in der Schule Italienisch lernen wollte, hatte mein Vater mich gefragt, und ich hatte ohne viel Nachdenken bejaht. Mit fünf Jahren hatte ich noch keinen Bezug zu Italien. Ich dachte wohl: Warum eigentlich nicht? Dass mich die naturwissenschaftlichen Fächer dank meiner Entscheidung auf gleich zwei Sprachen quälen würden, konnte ich damals noch nicht wissen.

Allerdings überwogen ohnehin die schönen Seiten des bilingualen Sprachzweigs, zu denen auch mehrere Reisen gehörten. Ein Highlight war der Schüleraustausch mit einer Schule in Mailand in der achten Klasse. Noch halb benebelt von der Schönheit des Mailänder Doms, spazierten wir an den prunkvollen Fassaden der Galleria Vittorio Emanuele II. vorbei zur Mitte der Einkaufsgalerie, wo sich ein Bodenmosaik mit der Darstellung eines Bullen befindet: Denn es soll Glück bringen, auf dem Wahrzeichen der Stadt Pirouetten zu drehen. Wenige Gehminuten entfernt lohnt das Ansehen bei „Panzerotti di Luini“ – die vorzüglichsten halbmondförmigen Teigtaschen duften aus meterweiter Entfernung.

Noch schönere Erinnerungen an Mailand entstanden nach meiner Schulzeit, weil eine frühere Klassenkameradin und gute Freundin inzwischen dort wohnt – und zwar in meinem Lieblingsviertel Navigli. Bekannt ist der Stadtteil für seine Wasserkanäle, weshalb er auch als Klein-Venedig bezeichnet wird. Das ist ein hervorragender Ort für ausgedehnte Spaziergänge mit Eis in der Hand, aber auch der Aperitivo schmeckt mit Blick aufs Wasser noch besser. Die Fondazione Prada ist nicht nur für Freunde der Gegenwartskunst eine gute Adresse, sondern mit der überdimensionalen Fliegenpilz-Installation von Künstler Carsten Höller auch eine instagrautaugliche Fotokulisse. In der Fondazione bleibt man am besten gleich für Kaffee und Kuchen, die zugehörige „Bar Luce“ wurde von Wes Anderson gestaltet – in Retro-Optik und Pastellönen. *Johanna Christner*

VENEDIG

Wenn man über Jahre wegen des Filmfestivals nach Venedig reist, hat man eine verkehrte Vorstellung von der Stadt, denn man stolpert die ganze Zeit über Prominente. Sei es in der Schlange vor der „Gelateria Fabio’s“ auf dem Lido (laut einer Kollegin das beste Eis in Venedig), wo plötzlich Jane Fonda auftaucht. Sei es bei Drinks am Segelboot, „Edipo Re“, auf dem schon Pier Paolo Pasolini mit Maria Callas unterwegs war; es kann nun für private Dinnerfahrten gechartert werden, bei denen der italienische Gesprächspartner plötzlich nervös den Drink verschüttet, weil Paolo Sorrentino an Bord geklettert ist. Oder sei es in der legendären Cipriani-Bar, wo man im ersten Stock die Barockkirche am anderen Ufer bewundert und dabei mit einem Amerikaner zusammenstößt, nur um, wieder am Platz, festzustellen, dass es sich bei dem vermeintlichen Touristen mit der Schirmmütze um Regisseur Brian De Palma handelt, der nervös am Nachbartisch sitzt, weil er sich von Paparazzi erappt wähnt. Kurzum, außer in den jährlichen Festivalwochen passiert so etwas wohl auch in Venedig selten. Und da man während der Filmbiennale draußen am Lido herumhängt, der schmalen ruhigen Insel, die sich wie ein Wellen-

brecher zwischen Adria und Lagune schiebt, meint man, die Stadt sei gar nicht so überlaufen. Will man trotzdem unbedingt Touristendinge auf der Hauptinsel tun, empfehle ich, den Markusplatz erst nach 22 Uhr aufzusuchen, dann weht von irgendeinem Café noch Musik herüber, und man kann die goldenen Mosaik am Markusdom in Ruhe studieren. Statt auf den Glockenturm zu drängen, blickt man vom Dach des „Fondaco dei Tedeschi“ über die Stadt. Und wer bis zur Via Garibaldi in Richtung des Giardini-Stadtteils schlendert, der isst im Restaurant „Nevodi“ frischesten Fisch und ein Pistazien-Pesto, das jeden weiteren Trip in diese Stadt rechtfertigt. *Maria Wiesner*

SIZILIEN

Auf ihrer Hochzeitsreise nach Sizilien haben meine Eltern den Vornamen Lucia kennengelernt und beschlossen: Sollten wir mal eine Tochter bekommen, dann soll sie genau so heißen. Was sie sich damals vorgenommen haben, haben sie durchgezogen – seit nun weit mehr als 30 Jahren trage ich diesen Namen. Lucia heißt die Leuchtende oder Lichtbringende. Heute, als erwachsene Frau, weiß ich sowohl die Schönheit, die Bedeutung wie auch die Seltenheit des Namens hierzulande zu schätzen. Meinen Eltern bin ich dankbar, dass sie ihn für mich ausgewählt haben.

Als Kind war das anders, da wollte ich Anna, Tina oder Julia heißen, so wie alle anderen. Den Namen Lucia, so mein kindlicher Eindruck, kannte keiner, und viele sprachen ihn falsch aus. Immer war ich die, die ihren Namen noch mal wiederholen musste. In der Kita, beim Ballett, in der Musikschule. Doch meine Eltern ließen sich von meinem Gejammer nie beeindrucken, sie waren immer überzeugt von diesem Namen. Um ihn mir schmackhafter zu machen, feierten wir sogar regelmäßig meinen Namenstag im Dezember. Ob es am Ende ihr liebevoller Umgang mit dem Namen war oder eine der Erkenntnisse, die man sammelt, wenn man älter wird – jedenfalls legte sich mein Groll gegen den Namen, als ich etwa elf Jahre alt war. Ich merkte: Die vierte Katharina in einer Klasse zu sein ist auch nicht so prickelnd.

// Sie nannten sich *il presidente* und *il professore*, waren früher Kommunisten gewesen und nun Vertreter der Stadtgesellschaft. //



Meine Eltern versicherten mir von jeher, auf Sizilien sei dieser Name alles andere als außergewöhnlich. Dort begegnete einem der Name an jeder Gasse. Zu meinem 30. Geburtstag schenken sie mir eine gemeinsame Reise auf die Insel. Wir waren vor allem in Syrakus, dort ist die Stadtpatronin die Heilige Lucia, und am Ende des Domplatzes steht die Barockkirche Santa Lucia alla Badia. Ein wunderschönes Gotteshaus mit grüner Eingangstür und dem letzten Gemälde von Caravaggio, es zeigt das Begräbnis der Heiligen Lucia. Abends taucht der Platz, an dem die Kirche liegt, in ein wunderschönes Licht. Und tatsächlich musste ich feststellen: In Syrakus heißt vom Espresso-Laden über die Pizza bis zur Straßenecke alles Lucia. Doch auch jedem, der diesen Namen nicht trägt, sei eine Reise in dieses Städtchen an der Ostküste Siziliens empfohlen. In meinem Herzen hat die Reise dorthin einen festen Platz. *Lucia Schmidt*

SÜDTIROL

Wer auf Berghütten übernachtet, ist Kummer gewohnt. Enge Nachtlager, einfache Waschräume, schlichtes Essen. Alles kein Problem, alles gerne in Kauf genommen für die Möglichkeit, frühmorgens in sonst schwer zugängliche stille Winkel im Hochgebirge aufzubrechen. Besser aber ist es schon, wenn diese Winkel in Italien liegen. Denn dort haben viele Berghütten einen großen Vorteil – die gute Küche. Wie etwa die Zufallhütte, in 2265 Meter Höhe im Südtiroler Martelltal gelegen. Zufällig übernachtet hier keiner, der Name geht vielmehr auf den nahegelegenen Wasserfall zurück, auffällig aber ist schnell, dass das Essen mit gewöhnlich-genügsamer Hüttenkost wenig zu tun hat. Uns hatte es damals vor allem eine Pasta-Variation angetan, die auf Initiative unseres Bergführers entstanden war, für den die Zufallhütte eine Art zweites Zuhause war, und die deshalb auf der Hütte nur als „Spaghetti Wipf“ firmierte, nach dem Spitznamen jenes Bergführers. Das Rezept blieb hausintern. Neben dem Essen hinterließ auch die hütteneigene Sauna bleibenden Eindruck, ein idealer Ort, um nach der Bergtour innerlich runterzukommen, zumindest in der Zeit vor Corona. Und dann ist da ja noch ein Plus, das Hütten in Italien mitbringen: Steigt man wieder ab ins Tal, landet man unversehens mitten im

Süden, gefühlt zumindest. Das Martelltal verwehnt einen da ganz besonders: Der Weg hinaus führt vorbei an weiten Erdbeerfeldern – in 1300 Meter Höhe. *Bernd Steinle*

BERGAMO

Italienische Erinnerungen: Ich habe inmitten der Ruinen Pompejis einem Säugling die Windeln gewechselt und hinterher lange nach einem Mülleimer gesucht, ich habe beim Prix Italia in Assisi beruflich etwas fernsehen und privat viel durch die Stadt streifen dürfen, und ich habe in Venedig meiner Frau hinterhergewinkt, die überm verzückten Fotografieren den Ausstieg aus dem Wasserbus verpasst hatte.

Und dann gibt es da die Orte, die wir gar nicht bewusst ansteuerten, die auf dem Weg lagen und die wir, nach einem kurzen Check mit der Google-Bildersuche, als Übernachtungsstation ausgewählt hatten. Was ihnen natürlich nicht gerecht wird, denn Italien ist ein Reiseland und keines für die Durchreise.

Ein solcher Ort war für uns im Sommer 2016, auf dem Weg zu einem Campingplatz bei Venedig, Bergamo. In der kleinen Pension, die wir gebucht hatten, öffnete uns eine italienische Mamma – jedoch nicht, wie es das Klischeebild will, rund, resolut und im besten Alter, sondern eine junge Frau mit Säugling auf dem Arm, dabei ebenso herzlich. Nachdem wir Eltern das Kind und unsere Kinder die Familienkatze bewundert hatten, marschierten wir los in Richtung Città Alta, der imponierend auf einem Hügel thronenden Oberstadt. Wir passierten die meterhohen Stadtmauern, streunten durch verwinkelte Gassen, fuhren mit der Seilbahn hinab und wieder hinauf, wir verlustierten uns im Dom und womöglich noch etwas länger in einer dieser Eisdiele, in denen man die Eiscreme selbst einfüllt und mit Keksen oder Streusel dekoriert. Und am Abend stießen wir am Ende einer Sackgasse auf eine Tür, hinter der sich der Garten des „Il Circolino“ verbarg, eines von einer Genossenschaft betriebenen Lokals, das sich vor allem um ältere Menschen kümmert. Wir saßen unter einem Dach aus Weinreben, die Kinder aßen Pasta, wir tranken Wein und bedauerten, dass wir am Morgen darauf weiterziehen mussten.

Im März 2020 wurde Bergamo von der ersten Corona-Welle getroffen, mit aller Härte. Die

Bilder der Armeelastwagen, welche Särge durch die Stadt fuhren, gingen um die Welt, und wir dachten an die junge Frau mit dem Kind: Wie mochte ihre Familie das durchstehen? Zurückgekehrt sind wir bisher nicht; als wir im Sommer 2021 wiederum gen Venedig reisten, blieb für einen Zwischenstopp keine Zeit. Aus der Ferne sahen wir nur die Città Alta, die sich stolz und unverwundbar erhob wie ehemals. *Jörg Thomann*

ROM

Vor sieben Jahren habe ich ein Auslandssemester in Rom verbracht – eigentlich eine herrliche Gelegenheit, auch die Orte zu entdecken, die nicht in den klassischen Reiseführern stehen. Das taten meine Kommilitonen und ich auch, aber unsere Lieblingsroute führte dennoch durch das historische Zentrum. Los ging es auf der Via della Croce nahe der Spanischen Treppe. Dort ist ein kleiner Feinkostladen, der kaum auffallen dürfte, würde sich dort nicht um die Mittagszeit eine lange Schlange bilden.

Denn im „Pastificio Guerra“ werden täglich zwei frische (und günstige!) Pastagerichte angeboten, die wir in der Sonne auf den Stufen der Spanischen Treppe aßen. Inzwischen ist das verboten, auf der weitläufigen Piazza finden sich aber zahlreiche Steinbänke. Anschließend bummelten wir durch die Via dei Condotti, wo wir ausgiebig in die Schaufenster der Luxusläden guckten (und einmal Miroslav Klose erspähten). Hinter der Via del Corso ließen wir uns durch die kleinen Gassen treiben, wo wir kleine Läden und alte Steine entdeckten und uns durch die Eisdiele probierten.

Hält man sich dabei Richtung Süden, landet man früher oder später am Pantheon – meinem Lieblingsbauwerk, in dem ich bei jedem Rundgang etwas Neues entdeckte. Danach verschlug es mich stets in ein kleines Lederwarengeschäft an einer der Seitengassen. Bei „Il Gancio“ gibt es schlichte handgearbeitete Taschen, die letzten Handgriffe werden im Laden ausgeführt. Als Studentin waren 30 Euro für mich eine so große Investition, dass ich mir die vollen sechs Monate Zeit ließ, um mich für ein Täschchen zu entscheiden. Den Abschluss fand die Route beim Wein auf der Piazza Navona – natürlich ein selbst mitgebrachter. *Julia Anton*

Frau Kuipers, Sie befassen sich als Soziologin von Belgien aus mit Körperbildern und haben im Rahmen eines Forschungsprojekts vor einigen Jahren Schönheitsideale in fünf verschiedenen Ländern verglichen, in Italien, Frankreich, Polen, den Niederlanden und Großbritannien. Lassen Sie uns über Italien sprechen. Wenn ich bei Instagram nach verschiedenen Ortsmarken suche, um zu schauen, wie die Stimmung zum Beispiel in Mailand, Forte dei Marmi oder auf Sizilien ist, sehe ich auffällig häufig drei Arten von Bildern: alte, imposante Gemäuer, Teller mit Pizza und Pasta und spärlich bekleidete, posierende Frauen. Sind die Bilder dieser Frauen nur Zufallsfunde?

In Italien ist das tatsächlich etwas offensichtlicher als in anderen europäischen Ländern. Meine Forschung umfasst die Modelbranche, die Modefotografie und das Schönheitsverständnis normaler Menschen. Gerade in letzterem Bereich sind die Unterschiede im europäischen Vergleich erst einmal lange nicht so groß, wie ich es erwartet hätte. Aber mit Blick auf Italien fällt schon auf, dass ein traditionelles Bild von Weiblichkeit stärker ausgeprägt ist. In Italien ist es Tradition, Frauen öfter als besonders schön darzustellen, stilisierter, objektivierter und auch häufiger nackt oder halbnackt als in anderen Ländern in Europa. Das hat viel mit den Mechanismen der kulturellen Industrien des Landes zu tun, die wiederum traditionell von hypermaskulinen Männern geführt werden.

Zum Beispiel von Silvio Berlusconi, dessen Fernsehsender die sogenannten Veline beschäftigt, Moderatorinnen, die überschminkt sind und nicht viel Stoff am Körper tragen?

Ja, das ist ein Beispiel dafür, wie die Unterhaltungsbranche in diesem Land funktioniert. Ein anderer Grund für dieses Bild von Weiblichkeit ist die Geschlechterpolarität. In Italien werden Männer und Frauen als besonders unterschiedlich wahrgenommen. Und ein dritter Punkt ist die ausgeprägte ästhetische Kultur. In Italien gibt es die Tendenz, nicht nur das eigene Äußere zu stilisieren, sondern überhaupt alles. Schauen Sie nur auf die Wochenmärkte und auf die Art, wie das Essen dort präsentiert wird. Das ist anders als auf jedem Wochenmarkt in einem anderen Land.

Ist das auch anders als in anderen mediterranen Ländern?

Ich habe eine Weile in Spanien gelebt, und da spielt die Ästhetik definitiv nicht so eine große Rolle wie in Italien. Das ist also nicht unbedingt eine Frage von mediterraner Lebensweise, sondern schon etwas typisch Italienisches. Auch die Bedeutung von Mode in diesem Land steht dafür. Schauen Sie nach Frankreich, und Sie sehen ein wesentlich klassischeres Bild von Mode. Italien tendiert bei Mode und Design hingegen viel häufiger zu Extremen. Style ist dort eben seit Jahrhunderten ein wichtiges Exportprodukt.

Tradition und Beständigkeit über Jahrzehnte spielen in der italienischen Mode ja schon eine Rolle. Prägt das auch das italienische Frauenbild? Mode und Design sind einerseits traditionell, andererseits aber auch extremer als zum Beispiel nach französischem Modeverständnis. Das ist wesentlich zurückhaltender. Denken Sie an Gianni Versace oder an die dünnsten Models, die vor 15 Jahren auf den Mailänder Laufstegen liefen, oder an die Benetton-Anzeigen in den Achtzigerjahren. Das sind Beispiele, wie sich Grenzen verschoben haben, und das hat auch das Schönheitsverständnis geprägt. Dabei geht es also nicht nur um patriarchale Strukturen und Frauen, die als Objekte betrachtet werden, sondern auch darum, dass etwas leicht aus dem Rahmen fällt und edgy ist – und das ist dann zum Beispiel auf Instagram sichtbar.

Können Sie feststellen, wie weit der Einfluss der Veline im Fernsehen auf andere Frauen reicht?

„ITALIEN TENDIERT ZU EXTREMEN“

Ausgerechnet das Land, das die Schönheit erfunden haben muss, ist heute berühmt für den weiblichen Look der Velina, mit viel Make-up und wenig Stoff am Körper. Die Soziologin Giselinde Kuipers hat eine Erklärung dafür.



Die Velina Mikaela Neaze Silva in der Fernsehshow „Striscia la notizia“. Die Satire-sendung läuft auf dem zu Silvio Berlusconi Konzern Mediaset gehörenden Canale 5. *Foto Franziska Gilli*

Es ist zunächst einmal sehr schwer, zuverlässige Daten darüber zu generieren, wie weit Medien beeinflussen. Mit gesundem Menschenverstand würde man natürlich sagen, dass damit anderen Frauen, gerade jungen, eine Lebensvorstellung und ein Körperbild nahegelegt werden, und dafür sind manche empfänglicher als andere. Die Veline allein sind nicht für ein Schönheitsbild verantwortlich, aber mit der Zeit haben sie mit ihrer Präsenz zum Verständnis vom Frausein beigetragen. Man kann sicher sagen: In den vergangenen 30, 40 Jahren ist es für Frauen wichtiger geworden, über ihr Aussehen nachzudenken; der soziale Druck, dem zu entsprechen, ist gestiegen. Er ist in Italien auch im Durchschnitt weit höher als etwa in Deutschland.

Jüngere Italienerinnen sind in den vergangenen zehn Jahren mit der Präsenz der Influencerin Chiara Ferragni aufgewachsen. In frühen Blogger-Tagen war sie auf ihrer Website mit ihrem „The Blonde Salad“-Logo zu sehen, das sie nackt in einer Badewanne liegend, nur mit Salatköpfen bedeckt, zeigte. Mittlerweile wird sie in Italien behandelt wie eine Königin – gerade weil sie auf Instagram noch immer in Unterwäsche posiert? Es gibt ja nicht nur Influencerinnen mit diesem Velina-Look, sondern auch Models und Politikerinnen wie zum Beispiel Giorgia Meloni.

Die Rechtspopulistin ist aktuell eine der beliebtesten Politikerinnen des Landes.

Der Einfluss vieler verschiedener Frauen in vielen verschiedenen Bereichen sorgt am Ende für die gesellschaftliche Resonanz. Aber wichtig ist auch: Diese Frauen entsprechen nur einem von verschiedenen italienischen Schönheitsidealen. Neben dem Velina-Look gibt es auch das High-Fashion-Ideal, das bewusst nicht sexy ist, sondern cool und stylish. Und dann gibt es das Verständnis, einfach ganz nett auszusehen, ohne viel Tamtam.

Welche Rolle spielen historische Beispiele wie Sophia Loren, Gina Lollobrigida und Claudia Cardinale für das italienische Schönheitsverständnis?

Dass wir von diesen Frauen bis heute als Ikonen sprechen, zeigt, wie viel kulturelle Dominanz und Einfluss einmal von Italien ausgegangen ist. Dass es wirklich eine Zeit gab, als Italien Schönheitsmaßstäbe gesetzt hat. In den Fünfziger- und Sechzigerjahren waren Italienerinnen die Ikonen. Die Ikonen unserer Zeit sind definitiv nicht mehr Italienerinnen. Selbst in Europa würde den meisten Menschen vermutlich in diesem Moment nicht ein italienischer Name einfallen.

Wir haben noch nicht über Männer gesprochen. Was in unserer Studie klar wurde: In Italien ist ein Interesse an Mode und dem eigenen Äußeren keine Bedrohung der Männlichkeit. Das ändert sich jetzt zwar auch in anderen Ländern, aber in Italien hat man das nie infrage gestellt. Einerseits ist in Italien das Bild von Männlichkeit sehr ausgeprägt und ideologisch besetzt, andererseits schließt das Schönheit aber eben nicht aus.

Die Fragen stellte Jennifer Wiebking.

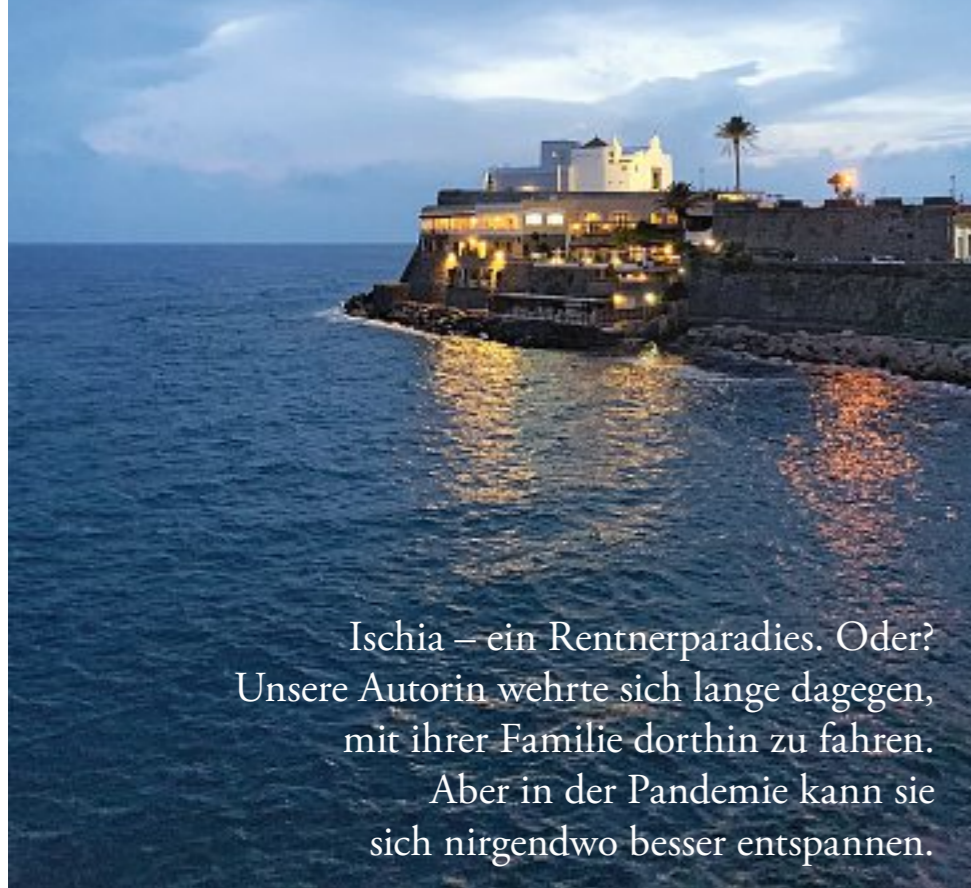
Giselinde Kuipers

ist Niederländerin, wurde an der Universität Amsterdam promoviert und forscht und lehrt heute als Soziologin an der Katholischen Universität Leuven in der belgischen Stadt

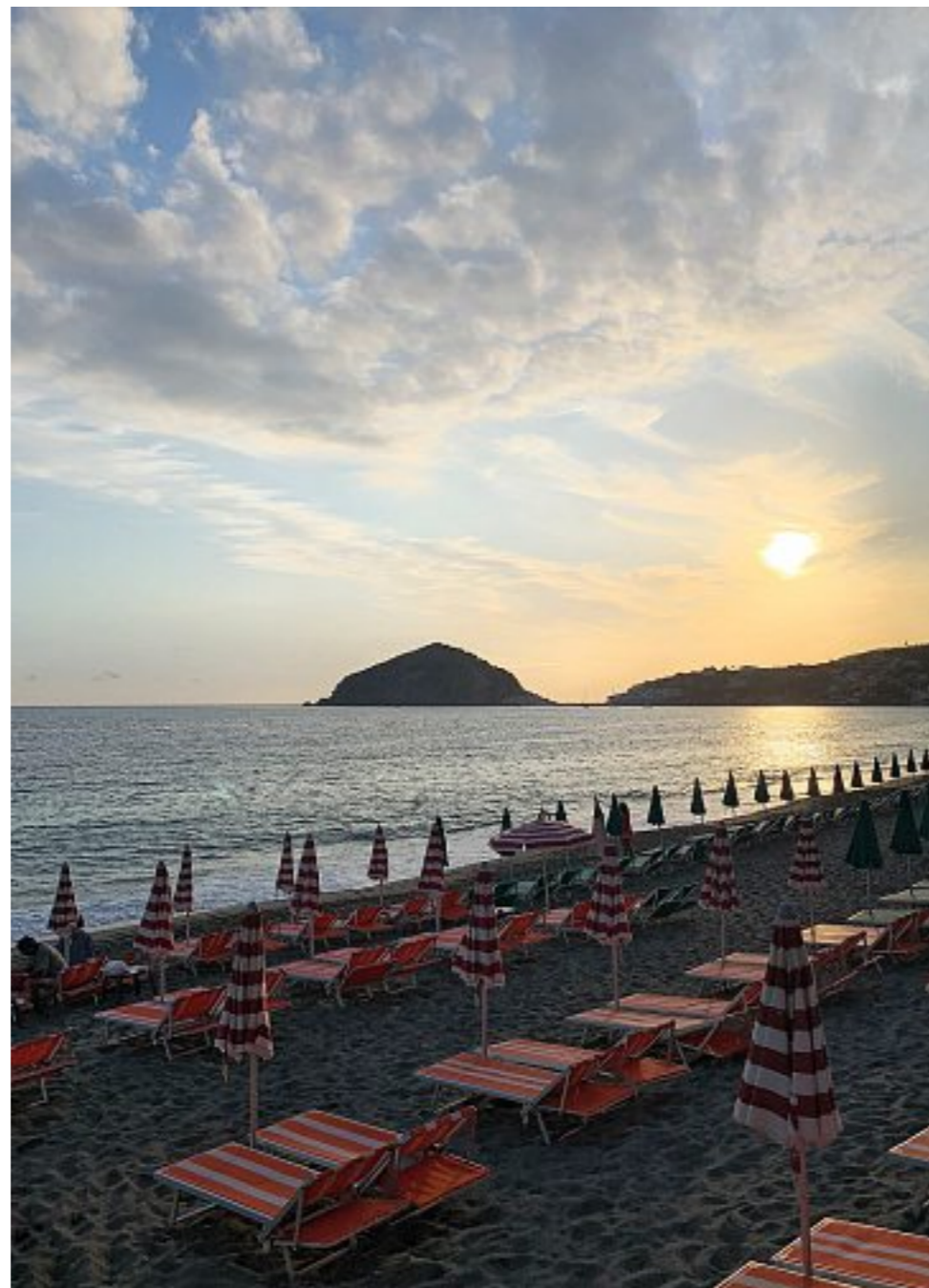
Löwen, etwa 30 Kilometer östlich von Brüssel. Sie ist mit Popkultur befasst, zu ihren Spezialgebieten gehören neben Humorthorien und Ungleichheitsthemen Schönheitsvorstellungen und Körperbilder.

LA DEUTSCHE VITA

Von Barbara Russ (Text und Fotos)



Ischia – ein Rentnerparadies. Oder? Unsere Autorin wehrte sich lange dagegen, mit ihrer Familie dorthin zu fahren. Aber in der Pandemie kann sie sich nirgendwo besser entspannen.



Ischia – seit einer Ewigkeit fahren meine Eltern und meine Tanten fast jedes Jahr dorthin. Sie sind in guter Gesellschaft, auch Angela Merkel macht gerne auf der Insel Urlaub. Lange Zeit bearbeiteten meine Eltern mich, endlich einmal mitzukommen. Doch Italien, das Land meiner ersten Urlaubserinnerungen im Allgemeinen, und Ischia im Besonderen, diese Rentnerinsel, interessierten mich über Jahre hinweg keinen Deut. Ich wollte nach Thailand, in die Vereinigten Staaten und nach Japan. Hauptsache, weit weg. Dann kam Corona, und Fernreisen waren nicht mehr ohne Weiteres möglich. Italien schien auf einmal eine gute Idee zu sein. Und auch die verbleibende Zeit mit den Eltern ist ja keineswegs gewiss, also beschloss ich, es mithilfe von Aperol Spritz über mich ergehen zu lassen. Auf nach Ischia!

Die Anreise nach Ischia ist nicht kompliziert, aber anstrengend. Direktflüge nach Neapel gab es vor Corona von so gut wie jeder größeren deutschen Stadt. Jetzt muss ich in München umsteigen. Vom Flughafen in Neapel nimmt man sich ein Taxi oder einen „Alibus“ zum Hafen Molo Beverello und zieht seinen Rollkoffer auf die Fähre, die Urlauber in einer guten Stunde nach Ischia Porto schippert. Meine Familie nimmt den Nachtbus von München, „weil die Liegen so bequem sind“, sagt meine Mutter. „Man wacht morgens auf und steigt auf die Fähre.“

Truman Capote reiste 1949 nach Ischia und schrieb über seine Ankunft: „Man könnte Porto als die Hauptstadt von Ischia bezeichnen, zumindest ist sie die größte und mondänste. Die meisten Besucher kommen nie über Porto hinaus, denn dort sind die guten Hotels, die guten Strände und – wie ein gigantischer Habicht auf einem vorgelagerten Felsen – das Renaissancekastell von Vittoria Colonna. Die anderen Städte sind eher ländlich geprägt, Lacco Ameno, Cassamicciola und, ganz im Westen, Forio. Dorthin wollten wir.“ Seitdem scheint sich nicht viel verändert zu haben. Porto bleibt die größte und abwechslungsreichste Stadt der Insel. Forio, auf ihrer entgegengesetzten Seite, ist auch das Ziel unserer Reise. Im Westen der Insel warten die größte Thermalandschaft, die Poseidon-Gärten, der berühmte Citara-Strand und die schönsten Sonnenuntergänge.

Ischia hat es nicht einfach. Das beginnt schon beim Namen: Gesprochen Is-ki-a. Deutsche tun sich schwer mit der trügerischen Vertrautheit des s-c-h, diesem Konsonantendickicht, das von Vokalen gesäumt wird. Nicht nur in meiner jugendlichen Herablassung spielt die Insel eine untergeordnete Rolle. Das ist vor allem dem Umstand geschuldet, dass sie in unmittelbarer Nachbarschaft einige hochkarätige Konkurrenten hat. Ischia misst 46 Quadratkilometer und ist damit mehr als viermal so groß wie Capri, aber nicht einmal halb so bekannt.

Dabei macht Ischia eigentlich nichts falsch. Die Insel hat zwar kaum nennenswerte Sehenswürdigkeiten, abgesehen vielleicht vom Castello Aragonese, aber sie bietet bessere Strände als Capri, wo man eigentlich immer eine Leiter (oder eine Yacht) braucht, um ins Meer zu kommen.

Nicht wirklich *instagrammable*: Ischia scheint aus der Zeit gefallen, doch genau das macht die Insel so liebenswert.

Frühjahr und Herbst scheinen für die „Teutonen“ reserviert zu sein, denen es im Sommer zu heiß ist. Dabei sollen hier um *ferragosto* herum die Bars und Clubs voll sein. //

Auf Ischia hingegen reiht sich ein *bagno* an den nächsten, bunt gestreifte Liegen und Sonnenschirme säumen die Inselränder wie Fransen einen Flickenteppich. Dank unterirdischer vulkanischer Aktivität hat Ischia heiße Quellen, daher kann man zum Beispiel am Maronti-Strand teilweise schon im Frühjahr und noch im Herbst baden. Also auch jetzt, da ich mit meinen Eltern hier bin. Daneben liegen die Bäderanlagen mit unterschiedlich warmen Schwimmbädern und strenger Badehaubenpflicht. Den reichhaltigen Mineralien im heißen Wasser und seinen schwefeligen Ausdünstungen wird heilende und therapeutische Wirkung nachgesagt. Im Sommer soll es hier anders zugehen, dann soll Leben auf der Insel einkehren. In der Zeit um *ferragosto* herum, habe ich gehört, entfliehen die Römer und Neapolitaner den Städten Richtung *casa di mare*. Volle Bars und Clubs, späte Restaurantbesuche, auch das ist Ischia, zumindest Mitte August.

Frühjahr und Herbst hingegen scheinen für die „Teutonen“ reserviert zu sein, die ihren Sommer verlängern wollen, denen es im echten Sommer aber schnell zu heiß ist. Ich sehe einige Rollatoren, und das Durchschnittsalter der Touristen muss über 60 liegen. Es wimmelt auf Ischia nur so vor alten Deutschen, ganz wie eingangs befürchtet. Wenn die Italiener in der Randsaison ihre Schilder „auf Deutsch“ rausstellen und im Kombipreis den Aperol Spritz und eine Bruschetta für 6,90 Euro anbieten, fühle ich mich an die Düsseldorfer Altstadt erinnert.

Meine Familie schwärmt unterdessen von der Bruschetta („k“, nicht „sch“), was ja im Grunde genommen nichts weiter ist als ein glorifiziertes Tomatenbrot. Und das gibt es scheinbar in jedem Laden auf der ganzen Insel, in zahlreichen Varianten.

Ischia eignet sich gut für eine kleine Urlaubs-Sozialstudie: Die Generationenkluft zwischen Babyboomer (also den vor 1964 Geborenen) und Millennials (den nach 1980 Geborenen) ist klar sichtbar. Es ist kein Kampf, wie ihn frühere Generationen ausgetragen haben, eher ein mildes gegenseitiges Unverständnis. „Das Image von Ischia in Deutschland ist in den Siebziger- und Achtzigerjahren entstanden und in vielen Köpfen so geblieben“, sagt Andrea Di Meglio, die Vizepräsidentin des Hotelverbands Ischia & Procida, die selbst halb Deutsche,

halb Italienerin ist und zugleich 100 Prozent Ischitanerin. „Oft haben deutsche Reiseveranstalter die Vorstellung, Ischia sei für die Älteren, man bietet es jungen Menschen gar nicht erst an. Die Jüngeren entdecken Ischia daher online, besonders auf Instagram.“

Für meine Eltern, die kurz nach dem Krieg geboren sind, war Italien weit weg, ein Sehnsuchtsort. Bis heute ist das so geblieben. Ob der Wein etwas zu warm gereicht wird oder sie auf braunen Flechtkorbmöbeln sitzen, ist ihnen egal. Ein süßes Teilchen und ein Cappuccino zum Frühstück bedeuten für Mama und Papa ein Stückchen vom Himmel. Uns Millennials, die das alles von klein auf gewöhnt sind, ist das nicht genug. Wir wollen einen Urlaub, der *instagrammable* ist. Das beobachtet auch Andrea Di Meglio, die auf der Insel ein eigenes Hotel führt: „Die neue Klientel erwartet ein Buffet mit Joghurt und Früchten, gesund muss es sein. Die geben sich nicht mehr mit einem *cornetto* zufrieden.“

Für Menschen, die mit der Globalisierung groß geworden sind, ist die Welt kleiner, die Ansprüche aber sind größer. Die neuen Reisenden erwarten eine Ästhetik, die eng mit dem Siegeszug von Boutique-Hotels und einem durchgestylten Airbnb-Look verknüpft ist.

Die Ischitaner interessiert diese Erwartungshaltung hingegen nicht. Wer bei drei oder vier Sternen einen gehobenen Service erwartet, kann

sich auf eine Lektion in italienischer Lebenswirklichkeit gefasst machen. „Das Besondere an Ischia ist, dass es sehr viele kleine Hotels gibt, die familiengeführt sind“, sagt Di Meglio. „Auf Ischia gibt es keinen Massentourismus.“ Das klingt im ersten Moment phantastisch. Es bedeutet aber auch: Die Hotelbesitzer sind mit den Touristen alt geworden. Auf Ischia ist einfach alles so, wie es immer war.

Wenn etwas kaputtgeht, wird es irgendwann repariert und erst in allerletzter Instanz neu gekauft. Die Italiener sind ehrlich, wenn es um ihre Ambitionen geht. Sie haben gar keine nennenswerten – das ist zumindest mein Eindruck in den zwei Wochen, die ich auf Ischia verbringe. Dafür sind sie echt, menschlich und nehmen Anteil, sie kennen ihre Gäste. Wenn meine Mutter und ihre Schwestern bei Giovanni am Maronti-Strand auftauchen, werden sie mit einem freudigen „*le sorelle*“ begrüßt und bekommen einen Limoncello aufs Haus, auch wenn sie immer nur *Spaghetti aglio e olio* bestellen.

Das typische Hotelzimmer sieht so aus: bunter Fliesenboden, ein Bett mit integrierten Nachttischen, quietschender Holzschrank, auf dem Balkon eine wettergegerbte Wäscheleine. Zu fast jedem Etablissement gehören auch ein rechteckiges, gekacheltes Schwimmbad (mindestens eine Fliese muss fehlen) und weiße Plastikstühle, die in die Jahre gekommen sind.

Dabei scheint es fast egal zu sein, wie viel Geld man auszugeben bereit ist. Eine Ausnahme bildet – vermute ich jedenfalls, ich habe mir das Zimmer um die 700 Euro pro Nacht noch nicht geleistet – das vor kurzem eröffnete Mezzatorre Hotel & Thermal Spa, das zur Hotelgruppe Pellicano gehört und eine gehörige Prise Luxus auf die Insel bringt. Von ihm erhofft sich Ischia einen Schub in Sachen internationales Interesse. Das könnte klappen: Max Mara ließ im Juni vergangenen Jahres die Modelleute einfliegen, anlässlich seiner Schau im neuen Hotel auf der alten Insel. Schon jetzt kämen mehr Amerikaner, sagt Andrea Di Meglio.

Der Generationenwechsel könnte sich auf Ischia also beschleunigen. In diesem Jahr ist Procida, Ischias direkte Nachbarin, als erste Insel überhaupt zur europäischen Kulturhauptstadt ernannt worden. Wie Ischia mangelt es auch ihr an purer Schönheit. Sieht man aber genauer hin, zeigt sich, dass auch sie sich nicht verstecken muss. Da schmiegt sich eine zum Wasser hin abfallende Stadt an einen sanften Hang, das Meer glitzert, die Boote schaukeln, und die bunten Häuser leuchten, von der kampanischen Sonne angestrahlt. Die Gassen und Strände sind, besonders im Vergleich zu Capri, leer. Abgesehen von Tagesausflüglern ist Procida vom Tourismus verschont geblieben. Von der Kulturhauptstadt verspricht sich auch Ischia einen Boost, allein deshalb, weil es auf Procida selbst gar nicht so viele Hotels gibt.

Zu wünschen wäre es den beiden Inseln. Mir selbst aber wünsche ich es nicht. Die Produktivitätsmentalität der Millennials ist auf Ischia noch nicht angekommen. Man sieht niemanden mit Laptop am Strand sitzen. Und gebrochene Fliesen und Plastikstühle eignen sich nur bedingt fürs gekünstelte Posieren. Auf Ischia kann man noch Urlaub machen, ohne ständig über das nächste Bild nachzudenken, Content zu kreieren, oder daran erinnert zu werden, dass man das doch tun müsste.

Auf Ischia lässt sich noch herrlich nichts tun, ein Sport, den die Italiener perfektioniert haben. Und ganz ehrlich, wie schön ist es bitte, zu den Jüngsten am Strand zu gehören? Hier braucht man keine Body Positivity, hier zeigt sich ganz anschaulich, wie Body Reality jenseits des jugendlichkeitswahns aussieht. Besser am Strand entspannt habe ich vielleicht nie.

Also: Ischia mag nicht so glamourös sein wie Capri. Aber wenn auf Capri die rote Sonne im Meer versinkt, dann ist es Ischia, auf das man blickt. Und damit ist eigentlich alles gesagt. ◀



Dior (hier 1948) wurde 1947 mit seiner ersten Schau (unten links) im Stammhaus (unten rechts) berühmt. Mannequin Renée Breton präsentierte später an der Seine die Bar-Jacke mit ausgestellttem Rock.



FOTOS: INTERFOTO, PICTURE ALLIANCE, PAT ENGLISH/DIOR, DIOR HERITAGE

ALS DIOR DIE MODE ERFAND

Von Alfons Kaiser

Heute vor 75 Jahren fand in Paris die Schau aller Schauen statt. Der 12. Februar 1947 veränderte mit dem „New Look“ die Mode – und symbolisierte den Wiederaufstieg Frankreichs nach dem Krieg.

Es war nicht der schönste Tag für eine Modenschau. Am Morgen des 12. Februar 1947 herrschten in Paris Minusgrade. Die Modewoche war fast zu Ende, die Gäste aus aller Welt waren erschöpft. Viele französische Journalisten streikten. Diese Schau jedoch wollte sich niemand entgehen lassen. Um 10.30 Uhr sollte sie beginnen. Aber es dauerte, bis alle ihren Platz gefunden hatten. In den Salons standen die Stühle dicht an dicht, und es gab viel zu wenige Sitzplätze. Die Erwartungen waren groß. Und sie wurden sogar noch übertroffen von dem Modeschöpfer, der gerade 42 Jahre alt geworden war, also erfahren genug für eine Sensation und unbekannt genug, um noch entdeckt zu werden. Dabei wollte Christian Dior eigentlich gar keine Revolution anzetteln, dazu war er viel zu sanftmütig. Vermutlich gab er genau deshalb der Nachkriegsmode und der gesamten Nachkriegszeit einen entscheidenden Impuls – weil seine höfliche Zurückhaltung nur die Kehrseite seiner inneren Überzeugungen war, weil er genau wusste, was er wollte, nämlich nicht das, was er in den drei Jahren seit dem Ende der deutschen Besatzung in Paris gesehen hatte.

„Monsieur Dior missfiel die Art und Weise, wie Frauen während des Kriegs und danach gekleidet waren“, sagt Soizic Pfaff, die Leiterin des Dior-Archivs. „Er wollte den Frauen die Weiblichkeit zurückgeben. Er wollte sie in dieser neuen Zeit mit aufwendigen Kleidern glücklich machen.“

Sie muss es wissen, denn sie begann schon im Januar 1974 im Haus an der Avenue Montaigne. Zunächst arbeitete Soizic Pfaff in der Lizenzabteilung, wo sie unter anderem für den Dior-Modeschmuck zuständig war, der damals noch von Henkel & Grossé in Pforzheim stammte. Das Archiv wurde 1987 nach einer Ausstellung zum vierzigjährigen Bestehen von Dior im Musée des Arts Décoratifs gegründet. Im September 1996 übernahm sie die Verantwortung und baute ein großes Dokumentationszentrum auf, mit Kleidern, Zeichnungen, Dokumenten, Büchern. Nur wenige Wochen nach ihrem Beginn in dieser Abteilung fing John Galliano als Chefdesigner an – nach Yves Saint Laurent, Marc Bohan und Gianfranco Ferré der vierte Nachfolger von Monsieur Dior. Das war ein guter Anfang für sie, denn der britische Modemacher interessiert sich sehr für Kostümgeschichte, er wollte jeden Look und jedes Dokument aus der Zeit von 1947 bis 1957 sehen. Eine ganze Woche verbrachte sie mit ihm in den Archiven.

Sie weiß auch deshalb am meisten über den Aufstieg des Modehauses, weil sie viele frühe Protagonisten noch kennenlernte – außer Monsieur Dior natürlich, der 1957 starb, im Alter von nur 52 Jahren.

Der Erfolg kam nicht aus dem Nichts. „Er hatte Selbstbewusstsein und konnte es sich erlauben“, sagt Soizic Pfaff. Im Musée Christian Dior in Granville, einer prächtigen neugotischen Villa über den Klippen der Normandie, kann man erahnen, warum der Junge, der hier aufwuchs, für Höheres vorgesehen war. Er war der Sohn eines Industriellen, absolvierte eine Ausbildung im diplomatischen Dienst und wurde dann wegen seiner künstlerischen Neigung mit Unterstützung seines Vaters Galerist in Paris. Als der Vater mit seinem Betrieb wegen der Weltwirtschaftskrise 1931 Insolvenz anmelden musste, verdingte sich Dior beim „Figaro“ und zeichnete Hutmode für die Modebeilage. So wurde der Modeschöpfer Robert Piguet auf ihn aufmerksam, der ihn 1938 engagierte.

Im Krieg wurde Dior zum Wehrdienst eingezogen, doch schon vor Ende des Kriegs konnte er nach Paris zurückkehren. Drei Jahre lang arbeitete er nun – an der Seite von Pierre Balmain – für Lucien Lelong, der als Präsident der Modekammer die Textilbetriebe durch die schwierige Besatzungszeit manövierte. „Bei Robert Piguet und Lucien Lelong lernte er, wie man die Öffentlichkeit beeindruckt und wie man Qualität auf allen Ebenen einfordert“, sagt Soizic Pfaff. Es war die harte Schule der Haute Couture. Sie verlangt Phantasie von den Zeichnern, denn es geht um handgefertigte, maßgeschneiderte, individuelle, also auch um viele Entwürfe. Und die Couture verlangt Präzision, denn die Schneiderinnen müssen die Kleider

nach den Zeichnungen nähen können. Handwerklich war Christian Dior also gut vorbereitet auf eine eigene Modemarke.

Und geschäftlich hatte er Glück. Das Leben bei Lelong war zwar schön: „Ich war Zeichner, verdiente dort auf sehr angenehme Weise mein Leben, hatte einen charmanten Beruf, ohne die Verantwortung einer leitenden Stellung und die Knechtschaft einer repräsentativen Rolle zu kennen, kurz, ich lebte ruhig“, schrieb er in seinen Memoiren „Christian Dior et moi“, die 1956 erschienen. Aber sein Kollege Pierre Balmain gründete 1945 sein eigenes Modehaus und hatte gleich Erfolg damit. Daher dachte auch Dior über seine Zukunft nach. Der Zufall half den Gedanken auf die Sprünge. Auf dem Trottoir in der Nähe seiner Wohnung an der Rue Royale traf er einen Freund aus Kindheitstagen. Sein Chef, Monsieur Boussac, sagte der Freund, wolle sein Couture-Haus Gaston neu aufbauen. Ob er nicht einen „Modéliste“ kenne, der dem Haus neues Leben einhauchen könne? Dior antwortete, da kenne er leider niemanden. „Weshalb“, so schrieb Dior später, „hätte ich an mich selbst denken sollen?“ Aber: „Das Schicksal wurde nicht müde.“ Als er seinen alten Freund das dritte Mal traf, antwortete Dior: „Après tous, pourquoi pas moi?“ – „Warum nicht ich?“

Auch sein Selbstbewusstsein half. Das Wort „Geschäfte“ versetzte ihn zwar in Schrecken, wie er schrieb. Aber er riss sich zusammen, traf sich mit dem damals schon reichen Textilfabrikanten Marcel Boussac und hielt ihm zu seinem eigenen Erstaunen einen kühnen Vortrag. Nicht das Haus Gaston wolle er erneuern, sagte Dior, sondern selbst etwas gründen: „Mit einiger Anmaßung umriss ich das Haus meiner Träume. Es sollte sehr klein, sehr exklusiv sein, nur wenige Ateliers haben; man würde dort nach den Regeln der großen Tradition der Couture nur für einen Kreis wahrhaft eleganter Frauen arbeiten, und ich würde auf den ersten Blick zwar einfache, in der Durchführung jedoch sehr raffinierte Modelle machen.“

Marcel Boussac war angetan von dem Ehrgeiz dieses Modeschöpfers. 1946 gründeten sie die Christian Dior S.A. mit einem Grundkapital von 60 Millionen Franc. Bei der Suche nach einem Haus für das Unternehmen half wieder der Zufall. Schon Jahre zuvor hatte Dior an der Avenue Montaigne gestanden und von dem Gebäude mit der Nummer 30 geträumt. Dann war es wirklich plötzlich frei, und am 16. Dezember 1946 zogen sie in das Haus ein, das noch heute das Stammhaus ist, mit einem Flagship-Store sowie Showrooms und Büros in den oberen Stockwerken.

Die Damen, die der Modeschöpfer nun um sich scharte, hielten die Gefahren des Schicksals fern. Von Lucien Lelong nahm er Raymonde Zehnacker mit, „mein zweites Ich“. Mizah („Mizza“) Bricard war seine Muse, also nicht nur Mannequin, sondern auch Geschmacksrichterin: „Ich dachte mir, dass ein so einziges Wesen durch seine unnachahmlichen Überspanntheiten die etwas zu vernünftige Grundtendenz meiner normannischen Abstammung wunderbar ausgleichen könnte.“ Dazu noch Marguerite Carré, die für die Koordination der Ateliers zuständig war. Und nicht zuletzt Suzanne Luling, die er schon ewig kannte, aus Granville, zuständig für Verkauf und Kommunikation. Diese vier Frauen gaben ihm Sicherheit. So wurde gleich die erste Kollektion zum großen Schnitt.

„Er konnte mit der Presse umgehen“, sagt Soizic Pfaff. „Einige Tage vor der Schau hatte er schon eine kleine Präsentation abgehalten, an der nur wenige Journalistinnen teilnahmen, unter ihnen Carmel Snow. Durch diesen exklusiven Einblick war die legendäre Chefredakteurin der amerikanischen „Harper's Bazaar“ begeistert. Daher bat sie einige Einkäufer und Journalisten, die eigentlich schon in die USA zurückwollten, noch bis zur Schau von Dior in Paris zu bleiben.“ So entstand eine Spannung, die sich geradezu in Begeisterung entladen musste.

Der feinnervige Modemacher war in den Tagen vor dem 12. Februar trotzdem nervös. Suzanne Luling schreibt in ihren Erinnerungen „Mes années Dior – L'esprit d'une époque“ (2016) von seinem „horreur de



Das Dior-Archiv an der Rue de Marignan in Paris bewahrt alles auf. Archiv-Chefin Soizic Pfaff erhält in diesem Jahr besonders die Erinnerung an 75 Jahre „New Look“ aufrecht.



Exhibition“, seiner großen Angst vor der Zurschaustellung. In der Nacht vor der Schau verließ er mit seinen Mitarbeiterinnen spät das Haus, drehte sich nochmal um, zeigte auf seinen Namen an der Fassade, und sagte: „Wenn Mama noch gelebt hätte, hätte ich es nie gewagt.“

Am 12. Februar um 10.30 Uhr waren die beiden Salons oben voller Gäste. Die Treppe, die hochführt, sah aus „wie eine riesige schwarz-weiße Schnecke“ aus dem Schwarz der Anzüge und dem Weiß der Stufen, schreibt Luling. Die Gäste hätten Rücken und Hals gekrümmt, um etwas sehen zu können, „als wären sie von einem starken Wind geneigt worden“. Man kann es erahnen, wenn man Fotos späterer Schauen sieht, von 1951 zum Beispiel, mit Marlene Dietrich im Vordergrund: hinter ihr Dutzende Gäste auf der Treppe, teils Männer, die rauchten, denn das war damals noch erlaubt.

In den Salons hing an diesem Mittwoch ein anderer Duft. Das erste Parfum des Modeschöpfers, Miss Dior, benannt nach seiner Schwester Catherine, der Widerstandskämpferin, war noch gar nicht auf dem Markt. Aber Dior hatte die Räume schon damit besprühen lassen, um sein Publikum auf Luxus einzustimmen. Kommunikationschefin Suzanne Luling musste viel kommunizieren. Eine Frau protestierte, weil sie nicht richtig platziert worden war, eine andere beschwerte sich auf der Treppe, sie habe einen Strumpf verloren. In der ersten Reihe hielten sie schon den Stift in der Hand, „bereit, den Daumen zu senken oder dem Matador einen Triumph zu bescheren“. Gedränge auch hinter der Bühne. Mannequins lugten durch den Vorhang, der sie von den Gästen trennte, um zu schauen, wer gekommen war. Dior hatte, so schreibt Luling, „ein Gebet auf den Lippen“.

Anderthalb Stunden dauerte die Schau, viel länger als heute. Die Nummern und Namen der Kleider wurden auf Französisch und Englisch angesagt. Dior konnte mit Journalisten umgehen, nun zeigte es sich. Die Kleider hießen „Harper’s“, „Vogue“, „Elle“, „Figaro“, die Redakteurinnen dieser Hefte hatte er schon für sich gewonnen. Den Zuschauern liefen die Augen über. Noch nie hatten sie einen solchen Überschwang gesehen, solche Stoffmengen, solche sinnlichen Formen mit Wespentailen und schwingenden Röcken. „Ligne Corolle“ hatte der Blumenliebhaber die eine Linie genannt, weil die Röcke einer umgedrehten Blüte glichen; die andere Linie hieß „8“: Seine Lieblingszahl symbolisierte zugleich die Sanduhr-Silhouette.

„Jedes neue Modell wurde sehr bald mit stürmischem Beifall begleitet“, schrieb Dior in seinen Erinnerungen. „Ich hielt mir die Ohren zu, denn der erste Applaus macht mir immer Angst.“ Am Ende schaute er seine vier Unterstützerinnen wortlos an, Raymonde Zehnacker weinte, im Salon wurde er „mit orkanartigen Bravo-Rufen empfangen“. Carmel Snow war begeistert von „such a new look“, und der Erfolg hatte einen Namen.

Aber was hatte er da eigentlich gezeigt? Der Revolutionär – war er womöglich ein Reaktionär? Coco Chanel hatte doch den Frauen seit den Zwanzigerjahren ihre Freiheit gegeben, mit locker fließenden Kleidern, flachen Schuhen, bequemen Jacken. Und nun wollte ein Designer mit gigantischem Stoffverbrauch, geschnürter Taille, hochhackigen Schuhen wieder zurück zum Prinzessinnenlook, zum „Hübschen“, wie er schrieb? „Die vielen Meter an Stoffen, die er verwendete, wurden als Verschwendung kritisiert“, sagt Soizic Pfaff. „Und diese Debatte wiederum war Teil seines Erfolgs.“ Denn nun konnten „Life“ und all die anderen Magazine über die Wiedergeburt von Paris aus dem Geist der alten Couture berichten. „Bald bekam er den Fashion Award des Kaufhauses Neiman Marcus in Dallas, obwohl er bis dahin nur eine Kollektion vorgestellt hatte.“ Sein französischer Akzent trieb ihm in Amerika die Sympathien nur so zu.

Ganz Frankreich und die halbe Welt schienen gewartet zu haben auf diese Erlösung aus der Nachkriegszeit. Noch 1947 verdoppelte Boussac die Zahl der Ateliers. Bei der Gründung hatten sie 60 Mitarbeiter, 1950 waren es schon 680. Dior veranstaltete Defilees in Südamerika, Tokio, Hamburg, überall. In den Fünfzigerjahren stand er für mehr als die Hälfte der französischen Couture-Exporte. Und er gewann noch an Selbstbewusstsein: „Weil Boussac durch diesen frühen Erfolg Vertrauen gewonnen hatte, konnte sich Dior viele Freiheiten nehmen“, sagt die Archivarin. „Er hatte mehr Autonomie gegenüber der Geschäftsführung als jeder andere Couturier.“

Das Dior-Archiv hütet bei niedrigen Temperaturen und trockener Luft all die Erinnerungen. Viele Kleider liegen in großen Kartons ohne Klebstoff und sind geschützt durch säurefreies Papier; am Bügel würden sie sich verziehen wegen der schweren Stickereien. Aus einem Karton holt Soizic Pfaff ein Kleid von Elizabeth Parke Firestone hervor, der Frau des Reifenfabrikanten. „Sie hatte blaue Augen und liebte deshalb blaue Kleider.“ In den Mappen liegen die Zeichnungen von Monsieur, Ausschnitte, Fotos, Notizen. Und die Pressemitteilung von 1947, auf Schreibmaschine getippt.

Das Archiv kauft immer wieder alte Stücke. Viele Kleider bleiben Rätsel, bis der Zufall hilft. So erkannte ein Dior-Mitarbeiter ein angekauftes Kleid in einer Fernseh-Doku; die Gesellschaftsdame Francine Weisweiler hatte es 1951 auf einem Ball getragen. „Jedes Jahr lernen wir mehr“, sagt Soizic Pfaff. „Das ist wie ein großes Puzzle. Wir setzen immer mehr Namen, Anlässe und Kleider zusammen.“ Auch die neuen Designer wollen etwas erfahren über die alten Stoffe, Muster, Silhouetten. So schaut sich Maria Grazia Chiuri, seit fünf Jahren die erste weibliche Nachfolgerin Christian Diors, immer wieder die Neuerwerbungen an. Womöglich geht 1947 auch dieses Jahr über den Laufsteg, in neuem Look.

FOTOS ALFONS KABER, STEPHAN FINSTERBUCH, ADRIEN DRANDOR (2)



In diesem Sachbuch („Material Matters“, Econ Verlag) geht es um das Problem der Ressourcenverschwendung und die Chancen einer sauberen Umwelt für uns alle. Das Cover macht dem Titel dabei alle Ehre: Es ist Geschenkpapier und Schutzhülle in einem.



Schöne Freundschaftsbiographie: Anna und Carla kennen sich aus der Schule. Heute machen sie gemeinsam Mode. (Chace Clothing)



Dieses Sofa ist ein Designklassiker, es ist ja von Ikea, Modell Stockholm. Dass es auch noch so einem aussieht, liegt am Bezug. Der ist nicht von Ikea, sondern von der Designmarke Benz.

Micromanagement

Ausgerechnet Prinz William, dessen Familie sich längst auf maximale Selbstinszenierung verständigt hat, sprach sich kürzlich in einem Interview mit dem Podcast „Time to Walk“ gegen Micromanagement des eigenen Lebens aus: „Wir sind an einem Punkt angekommen, an dem wir uns selbst micromanagen. Wie wir auf sozialen Medien rüberkommen, wer was über mich gesagt hat, was ich trage. (. . .) Dabei ist es okay, sich nicht allzu ernst zu nehmen.“



Wie eine Mode-Kooperation auch aussehen kann? Das neue Label Ellima Atelier macht jedenfalls gemeinsame Sache mit der Nichtregierungsorganisation Saheli Women in Indien.



St. Barth ist echt weit weg, in jeder Hinsicht. Also ruhig eine Weile auf dieses Strandbild vor dem Le-Sereno-Hotel schauen.



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



Zwei Frankfurter Schwestern sind auf ein Accessoire gekommen, das es zumindest noch nicht bis zum Abwinken gibt: den Schuhcharm (Blingz). Passt auch an robuste Winterstiefel.



Das Jahr der Robusta?

In vielen Küchen steht mindestens ein Familienmitglied mit großer Leidenschaft an der Siebträgermaschine und weiß besser als alle anderen, wie der Kaffee schmecken muss. Das nächste große Ding im Hinblick auf die Bohne, so verkünden es Trend-Dienste, könnte die Robusta sein. Sie ist, der Name sagt es, wesentlich klimabeständiger als die bislang markt dominierende Arabica. Ihr Nachteil: der Geschmack. Für die Hobby-Baristas ist das nur eine extra Herausforderung.



Ja, auch das sind Ankersteine, Nachfahren des ältesten Systemspielzeugs der Welt und jetzt im neuesten Look.



Ode – klingt deutsch, wird zwischen Rheinhessen und Berlin hergestellt und ist ein Gegenbeispiel für das Argument, dass es erst südlich des Brenners einen anständigen Aperitif gibt.



Hintere Reihe von links nach rechts: grünes Kleid von AZ Factory, Loafers von Weejuns; bordeauxfarbener Smoking von Valette Studio; rotes Strick-Top von Gamut, Schnürhose von Ludovic de Saint Sernin, Schuhe von Nodelato. Mitte: Camisole und geometrisch bedruckte Hose von Minuit. Vorne: Latex-Top von Arthur Avellano, rote Lederhose und Stiefel von Gamut

Als Absolvent der École supérieure des beaux-arts in Toulouse kam **Arthur Avellano** nach Erfahrungen in Künstlerkollektiven in die Mode. Seine Spezialität: das Schneiden mit Latex, für die subversive Botschaft. Das von ihm entwickelte Hybridlatex hat ähnliche Eigenschaften wie Leder, aber unter Beibehaltung der Textur, des Faltenwurfs und der einzigartigen Reflexion. Immer öfter schließen sich Mode-Absolventen zusammen. **Gamut** sind sechs Designer, alle Absolventen von La Cambre Mode in Brüssel, dazu ein an der ECAL in Lausanne ausgebildeter Regisseur. Gamut ist eine Avantgarde-Marke mit Teilen, die Vorurteile spiegeln, technische Kleidung abstrahieren, um Kreativität zu feiern. Die rote Lederhose hat natürlich einen Schlitz am Gesäß.



Paris bleibt Paris,
weil es sich immer
wieder erneuert. Trotz
Pandemie wachsen
viele neue Talente heran.
Wir stellen spannende
junge Modemarken vor.

*Styling und Text
Markus Ebner*

Fotos Maximilian Mair

Quoi
de
neuf
à Paris?

Komplettlook Louis Gabriel Nouchi, Schuhe Nodelato

Nach dem Medizin- und Jurastudium wechselte **Louis Gabriel Nouchi** in die Mode. Auch er ist ein Absolvent der Kunsthochschule La Cambre in Brüssel. Seine Karriere begann er in der Redaktion von „Vogue Paris“ und bei Raf Simons. Seine zeitgemäße Schnittführung und sein starker Blick auf Silhouetten brachten ihm 2014 eine Nominierung beim Hyères-Festival ein, wo er den Camper-Preis und den Palais-de-Tokyo-Preis gewann. Die Looks sind sauber verarbeitet und deuten Nouchis kommerzielles Potential an.



Seidenkleid AZ Factory

AZ Factory ist noch immer neu. Das vom Richemont-Konzern mit Alber Elbaz gestartete Modeunternehmen für erschwingliche Designs mit vielen Stretchstoffen ist durch den frühen Tod des genialen Designers ausgebremst worden. Aber das von Elbaz hervorragend ausgebildete Designteam macht weiter, wie dieser typische schimmernde Abendlook beweist – mit großen Volants, wie er sie liebte.



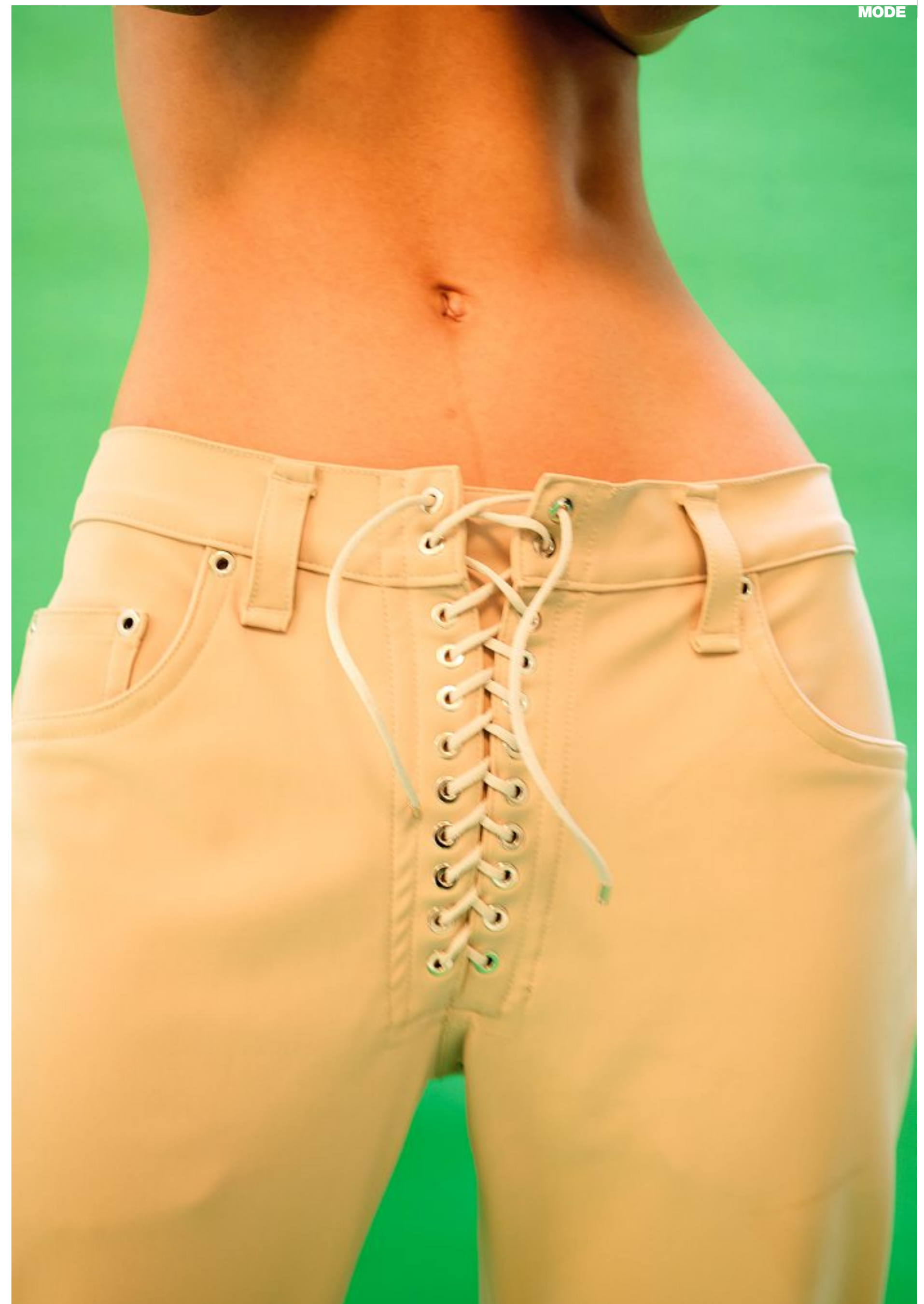
Kompletlook Courrèges, Schuhe Nodelato

Eigentlich war die Marke **Courrèges** nach mehreren Anläufen, sie wiederzubeleben, komplett abgeschrieben. Zuletzt arbeitete dort ein deutsches Duo: CEO Christina Ahlers und Designerin Yolanda Zobel. Die Pinault-Familie hat über ihre Artemis-Holding privates Geld in die Marke investiert und holte sich vor anderthalb Jahren den Designer Nicolas Di Felice ins Haus, der zwölf Jahre an der Seite von Nicolas Ghesquière gearbeitet hatte. Auf einmal sind seine schlichten und körperbetonten Teile in Paris der letzte Schrei.



Camisole und geometrisch bedruckte Hose von Minuit

Laurie Arbellot arbeitete jahrelang in Manhattan für Proenza Schouler. Ihre Arbeit für **Minuit** ist von ihren Pariser Wurzeln inspiriert, aber mit einem modernen Touch versehen, den sie bei den beiden amerikanischen Designern gelernt hat. Wie der Name es sagt, bietet Minuit („Mitternacht“) hauptsächlich lässige Abendgarderobe mit sexy Strick und glänzenden Stoffen.



Schnürhose von Ludovic de Saint Sernin

Seine Marke steht für eine Rückkehr zur Schönheit, mit besonderem Blick für Sinnlichkeit und Sexualität. **Ludovic de Saint Sernin** schloss sein Studium in Modedesign an der École Duperré im Marais ab und arbeitete in einigen Pariser Modehäusern, bevor er sein eigenes Label gründete. Heute ist er einer der größten Lieblinge wichtiger Modefotografen und Stylisten. Also wird er nun schnell in die großen Magazine kommen.



Latexkleid, Schuhe und Tasche von Kwaidan Editions

Die Designer Léa Dickely und Hung La hatten von Anfang an eine klare Vision. Der Look ist auffallend reduziert mit offensichtlichen Einflüssen vom Minimalismus der Neunziger, von Sci-Fi und elektronischer Musik. Auch die ehemaligen Arbeitgeber der beiden Modemacher, die übrigens verheiratet sind, kann man erahnen: Céline, Balenciaga, Alexander McQueen. Die Kombination aus den Lebensläufen der Designer, ihrer unverblühten Sichtweise und der Tatsache, dass heutzutage nichts Interessantes lange im Untergrund bleibt, hat **Kwaidan Editions** vom ersten Tag an Aufmerksamkeit in der Branche beschert. Vom Düsternen („Kwaidan“ ist ein japanischer Horrorfilm) geht es jetzt ans Licht der Öffentlichkeit.



Bestickter Hoodie von Bluemarle

Das 1972 vom Raumschiff Apollo 17 aus aufgenommene Foto, das die Erde wie eine blaue Murmel erscheinen lässt, heißt „Blue Marble“. Die Geschichte sprach Anthony Alvarez an, einen 29 Jahre alten Weltenbummler, der in New York als Sohn eines philippinischen Vaters und einer französischen Mutter geboren wurde. Die Mischung seiner Marke **Bluemarle**: amerikanische Sportswear, europäisches Savoir-faire und philippinische handwerkliche Akzente, vor allem Stickerei wie in unserem Look.



Fotos: Maximilian Mair
 Styling: Markus Ebner
 Fotoassistent: Samuel Fabia
 Stylingassistent: Alysson Sillon, Joel Harder
 Models: Iris Delcourt (Viva), Jil Savelsbergh (AM Models), Marthe Achille (AM Models), Doris (AM Models), Alyssa Morelle (Tigers Management), Camille K (Elite Paris), Brune (Elite Paris)

Neonfarbener Cardigan von Espero Atelier, Rollkragen und Hose von Botter

Espero Atelier ist eine neue französische Bekleidungsline – und eine Hilfsorganisation. Erwerbsferne Frauen und Männer, vor allem Flüchtlinge, will man bei der gesellschaftlichen und beruflichen Integration in Frankreich begleiten. Ursprünglich kümmerte sich die Nonprofit-Organisation um Permakultur und Imkerei. Im November 2020 eröffnete Espero France ein Nähatelier, das auf Upcycling und Recycling basiert; man erkennt es an der neonfarbenen Strickjacke. „Espero“ heißt auf Spanisch „Ich hoffe“. Wir hoffen, dass es den Menschen hilft.



Intarsienmantel von Charles de Vilmorin

Charles de Vilmorin ist ein französischer Designer und mit Mitte 20 sogar schon Couturier. Der Absolvent der École de la chambre syndicale de la couture parisienne ist in aller Munde und hat gerade die Nachfolge von Alessandro dell'Acqua im Haus Rochas als künstlerischer Leiter angetreten. Seine Entwürfe bestechen durch Grafiken und Drucke. Manche seiner Teile sehen aus, als wären sie geradewegs einem Comic-Heft entsprungen.



Jetzt auch in Farbe

Georg und David Kremer stellen seltene Pigmente für Restauratoren und Künstler her – wenn die Farben aus Fabriken an ihre Grenzen kommen.

Von Rüdiger Soldt, Fotos Frank Röth

Mit welcher Farbe drücken sich Künstler aus? Geht es um eine bildliche Darstellung unserer smartphonegetriebenen Welt, ist iPhone-Grau passend. Geht es um Kapitalismuskritik, muss schon mal eine aus Coca-Cola hergestellte Aquarellfarbe im Atelier bereitstehen. Und will man eine Lavalandschaft erschaffen, dann reicht eine simple schwarze Farbe aus der Fabrik nicht.

Dann drehen sich in einem kleinen Werkstatttraum der Kremerschen Farbmühle die wassergekühlten Walzen eines Dreiwalzenstuhls in gegenläufiger Richtung. Aus der Maschine tropft eine zähflüssige schwarze Masse. Daneben stehen eine alte Spiralknetmaschine und eine Wurstpresse. Die Farb- und Pigmentherstellung, die Georg Kremer und sein Sohn David in der Gemeinde Aichstetten nahe Ravensburg betreiben, erfordert Improvisationskunst. Mit Farben, wie sie hier hergestellt werden, kann man ein barockes Deckengemälde aus dem 17. Jahrhundert restaurieren. Oder man ermöglicht eben einem zeitgenössischen Künstler, den Tiefdruck einer Lavalandschaft mit eigens angefertigtem „Black Volcano Beach Sand“ zu malen.

Tobias Doser befasst sich seit Tagen mit der Produktion dieser Spezialfarbe. Er nimmt mit

dem Spachtel eine Probe aus dem Plastikimer, in den die Mischung aus zerriebenen Vulkanpigmenten und Leinöl tropft. „Noch nicht pastenartig genug, noch zu bröselig und zu flüssig“, sagt Doser, der die Sonderwünsche von Künstlern genau kennt.

Würde die Farbe in dieser Konsistenz ausgeliefert, hätte der Künstler Schwierigkeiten, sie auf eine Leinwand aufzutragen oder für den Druck zu benutzen. Sie muss maximal homogen und streichfähig sein. Ein Rezept dafür zu finden ist nicht immer einfach. Nur experimentell lässt sich klären, wie viel Flüssigkeit benötigt wird, wie viel Pulver, wie oft die Paste aus Pigmenten und Leinöl über die Walzen der Maschine geschickt werden muss. Häufig lässt sich an einem Tag nur ein Kilogramm Farbe produzieren.

„Es stellte sich Ende der Siebzigerjahre heraus, dass viele solcher Pigmente nicht mehr zur Verfügung stehen“, sagt David Kremer. „Bei Kunststudenten wird Materialkunde so nicht mehr gelernt. Die Studenten drücken einfach nur auf die Tube. Es ist so wie mit Tütensuppen und selbstgekochten Suppen: Wer auf den Markt geht und die Zutaten selbst aussucht, bekommt eine ganz andere Suppe.“

Ein Fall für Spezialisten: Die Farben, die im Betrieb von Juniorchef David Kremer (Mitte) entstehen, sind auf der ganzen Welt gefragt. In der Farbmühle werden fossile Rohstoffe wie Azurit verarbeitet (links oben). Das Lager der Kremers umfasst insgesamt etwa 1600 Pigmente (ganz oben). Auf einem Tisch im Atelier liegen blaue Farbmusterproben aus (unten).

Auf besonderen Wunsch: Für den schweizerisch-französischen Künstler Julian Charriere wird eine spezielle Ölfarbe angefertigt.



In dem Dreiwalzenstuhl wurden früher Lippenstift-Emulsionen hergestellt. Die schwarze Masse wurde aus Vulkangestein produziert, das der Künstler zur Verarbeitung hierher geschickt hatte. Mit dem Hammer wurde es zerklopft und dann in Steinmühlen weiter zerkleinert. Am Ende sollen die Pigmente nicht größer sein als 63 Mikrometer.

WELTWEITE NACHFRAGE

„Das klassische Ferrari-Rot bekommen Sie nicht aus der Natur, dort gibt es nur Zinnoberrot. Alles, was farblich knallt, ist giftig, vor allem bei Gelb- und Orangetönen“, sagt David Kremer. Der gelernte Fotograf will das Unternehmen fortführen, das sein Vater Georg 1977 gegründet hat. Die Pigmente aus dem Allgäu sind auf der ganzen Welt gefragt: in Ateliers, in Werkstätten von Restauratoren, bei Instrumentenbauern oder Handwerkern, die mit ursprünglichen Techniken arbeiten.

Die Industrie liefert für bildende Künstler ungefähr 100 Standardfarben. Im Lager der Kremers finden sich etwa 1600 Pigmente, von „10510 Lapislazuli medium“ bis „Grüner Porphy“, gewonnen an der Côte d'Azur. In der Farbmühle arbeiten die etwa 40 Mitarbeiter mit fossilen Rohstoffen – Röteln, Ocker, Umbra, Azurit oder grüner Erde. Zu Pigmenten verarbeitet werden auch Schüttgelb, Purpurissum oder Indigo, als Bindemittel wird Fisch- oder Warmleim und bei Wasserfarben Gummi Arabicum hinzugegeben. Viele Künstler bestellen bei den Kremers nur die Pigmente und rühren die Farben dann selbst an. Auf Wunsch liefern die Pigmentexperten auch Aquarell-, Tempera-, Öl- und Kalkfarben; Acryllacke produzieren die Kremers nur auf ausdrücklichen Wunsch, weil es dafür viele industrielle Hersteller gibt.

Entstanden ist das Unternehmen durch einen Zufall. Georg Kremer hatte in den Siebzigerjahren in Stuttgart und Tübingen Physik und theoretische Chemie studiert, im Anschluss forschte er an der Uni. Ein befreundeter Restaurator aus England fragte ihn nach dem Pigment Smalte, das aus mit Kobaltsalz gefärbtem blauen Kaliumsilicatglas hergestellt wird, im Handel aber nicht mehr zu bekommen war. Er brauchte es dringend für ein Deckengemälde in einer Kirche. Kremer suchte nach Rezepten und Materialien – und hatte die Farbe nach wenigen Wochen hergestellt.

In einem engen Raum der ehemaligen Getreidemühle waren früher die Antriebe für die Mühlen. Heute ist es die Mahlwerkstatt, die Urzelle der Pigmentproduktion, mit Großmörser, Kugel- und Scheibmühle sowie Backenbrecher. Hier machen die Mitarbeiter der Firma alles zu Pigmentstaub. Sie seien Farbmenschen, sagt Georg Kremer, fasziniert von der farblichen Vielfalt, die sich aus natürlichen Stoffen herstellen lässt. Ocker – also Eisenoxidhaltige Erde – schimmert in unterschiedlichen Gelbtönen, je nachdem, ob er aus französischem, italienischem oder zyprischem Boden stammt. Aus Lapislazuli aus chilenischem Abbau lässt sich ein helles Pigment herstellen, das Gestein aus Afghanistan hat dagegen höhere Blauanteile. An diesem natürlichen Rohstoff lässt sich auch demonstrieren, dass Pigmentfarben niemals ein Massenprodukt sein werden: Die nötige Menge zur Herstellung eines Kilogramms der reinen Lapislazuli-Farbe kostet 20.000 Euro. In der industriellen Produktion sind es beim synthetisch produzierten Ultramarin-Blau 15 Euro pro Kilogramm. Wegen der Corona-Krise und des sich daraus ergebenden Rohstoffmangels sind die synthetisch produzierten Farben derzeit schwer lieferbar.

Pigmente zur Herstellung des rötlichen Krapplacks, mit dem die Franzosen Infanterie-Uniformen, die Türken Feze und die Perser den klassischen Tarbusch rot färbten, liegen natürlich auch im Magazin der Kremers. „Krapplack Rubi 37202“ heißt zum Beispiel ein Pigment, das

aus der Krappwurzel hergestellt und von den Kremers auf der ganzen Welt vertrieben wird. „Ich habe mich schon im Grundschulalter mit Farben beschäftigt“, sagt Georg Kremer. „Die gelben und roten Knoten aus dem Mergel habe ich gesammelt und Farbe daraus hergestellt, das war ich vielleicht sechs oder sieben Jahre alt.“

Einen Beruf „Pigmenteur“ gibt es nicht. „Ich bin da reingewachsen. Die Restauratoren und Künstler saßen ja früher bei meinen Eltern in der Küche, manche blieben über Wochen unsere Gäste“, erzählt David Kremer. „In den Ferien ging ich mit meinem Vater graben, wir suchten neue Erdstoffe für die Pigmentherstellung.“ Nach dem Fotografie-Studium in Berlin ist David Kremer mit seiner spanischen Frau ins württembergische Allgäu zurückgekehrt. Die Liebe zum Farbenreichtum in der Natur ließ ihn nicht los.

IMMER NEUE REZEPTE

1979 belieferten die Kremers den ersten Künstlerbedarfsladen, „Tutti paletti“ in Köln. Mittlerweile haben sie eigene kleine Läden in München und New York. Künstler wie Horst Antes, Peter Land, Harvey Quaytman und Miquel Barceló waren oder sind Kunden der Kremers. Immer wieder wirkten sie an aufsehenerregenden Kunstwerken und Projekten mit: 2008 lieferten sie die Lapislazuli-Farbe für das Deckengemälde „Sixtinische Kapelle“ im Genfer UN-Menschenrechtssaal, das an eine Tropfsteinhöhle erinnert. Für den Künstler Peter Lang stellten sie aus isländischem Gletschergestein Pigmente her. Der Bildhauer Tobias Rehberger schickte den Kremers seine zu Staub gemahlene Kleidungsstücke.

Auch Pigmente für das Baker-Miller-Pink – einen Rosa-Ton, der besänftigend wirkt und aggressives Verhalten eindämmt – haben die Mitarbeiter der Firma schon produziert. Der Künstler Nino Miloni hatte es einmal bestellt.

Dauernd entdecken sie neue Rohstoffe, aus denen sich Pigmentfarben herstellen lassen, recherchieren alte Rezepturen und probieren sie aus. Gerade beschäftigten sie sich intensiv mit Huntit aus Griechenland, einem Calcium-Magnesium-Carbonat, aus dem sich unter Beimischung von Kalk ein Pigment für eine gut deckende weiße Farbe herstellen lässt. Das Interesse daran ist groß, weil Titandioxid unter Krebsverdacht steht und mit Huntit-Farbe gestrichene Häuser die Wärme gut ableiten. „Für uns“, sagt Georg Kremer, „ist eine neue Farbe wie das YIn-Mn-Blau, die sehr stabil ist und zwischen Kobaltblau und Ultramarinblau steht, oder das Vantablack ein absolutes Faszinosum.“

Die schwarze Vulkanfarbe wiederum hat der schweizerisch-französische Künstler Julian Charrière bestellt. Inzwischen gibt es sie als gut zu verarbeitende Emulsion. In einer Druckwerkstatt in Berlin-Kreuzberg wurden mit den Farben „Black Volcano Beach Sand“ oder „Grey Red Lava“ im Tiefdruckverfahren Charrières Fotos auf nasses Büttenpapier gedruckt. Der Künstler will so die Einheit von Landschaft und fotografischer Darstellung wieder herstellen. „Normalerweise wird eine Farbe genutzt, die nichts mit der Landschaft zu tun hat“, sagt der Künstler. „Nun finden sich sandige, mineralische Pigmente auf den gedruckten Fotos, das gibt ihnen eine andere Haptik. Es sind Landschaftsdarstellungen, die aus ihrer eigenen Substanz heraus leben.“ Indem mit Vulkanpigmentfarben gedruckt wird, gehen Landschaft und Landschaftsbild eine Symbiose ein.

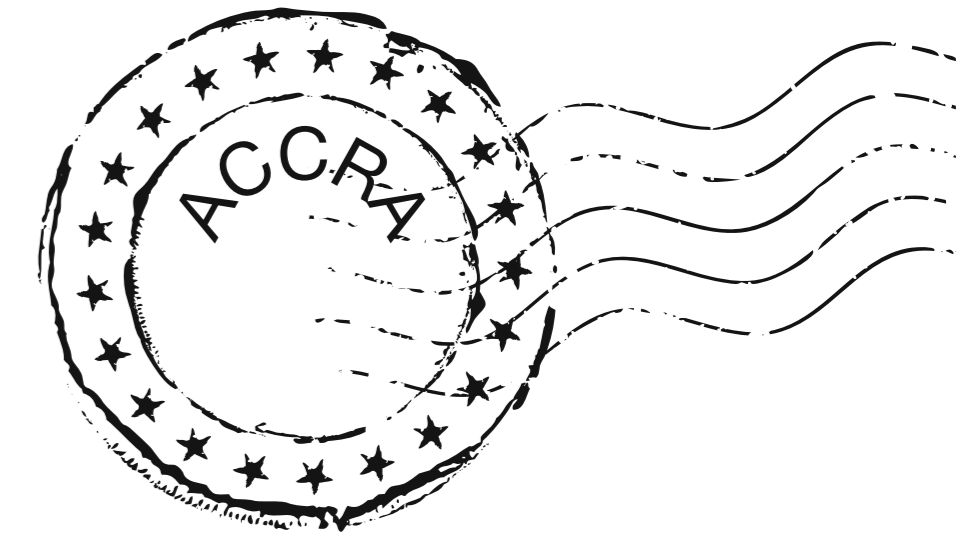
Mit viel Erfahrung und etwas Glück gelang es den Kremers, diese Spezialfarbe so zu produzieren, dass sich mit ihr tatsächlich eindrucksvolle Bilder drucken lassen. Einige dieser Bilder sind gerade in der Galerie Tschudi in Zuoz im Engadin zu sehen. Das Projekt ist geglückt. Das ist nicht immer so. „Es gibt auch Künstler“, sagt David Kremer, „die sind so speziell, dass man das Rezept für ihre ideale Farbe nie finden wird.“ ◀

Die meisten Ghanaer kaufen auf Märkten ein, nicht in Supermärkten. Der größte Markt in Accra ist der Makola-Markt – der beste Ort für preiswerte Lebensmittel und ghanaisches Lebensgefühl.



Ein typisches ghanaisches Essen: frittierte Kochbananen und frischer Fisch (köstlich) sowie Banku, Klöße aus gegärrtem Mais- und Cassavamehl mit verschiedenen Saucen (gewöhnungsbedürftig).

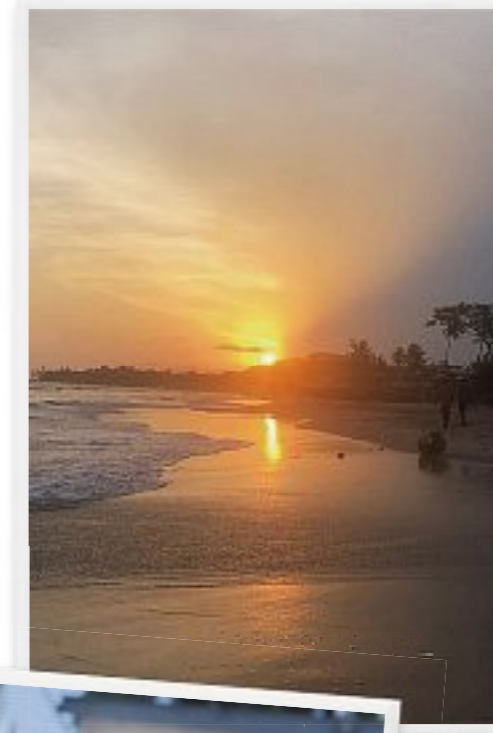
Grüße aus



Ghanas Hauptstadt ist laut, chaotisch – und absolut liebenswert.

Von Leonie Feuerbach (Text) und Lotte Westermann (Fotos)

Etwa 35 Kilometer westlich von Accra liegt das Surferparadies Kokrobite. Ausrüstung und Unterricht gibt's bei Mr Brights Surf School, nebenan in „Big Milly's Backyard“ an Wochenenden Livemusik.

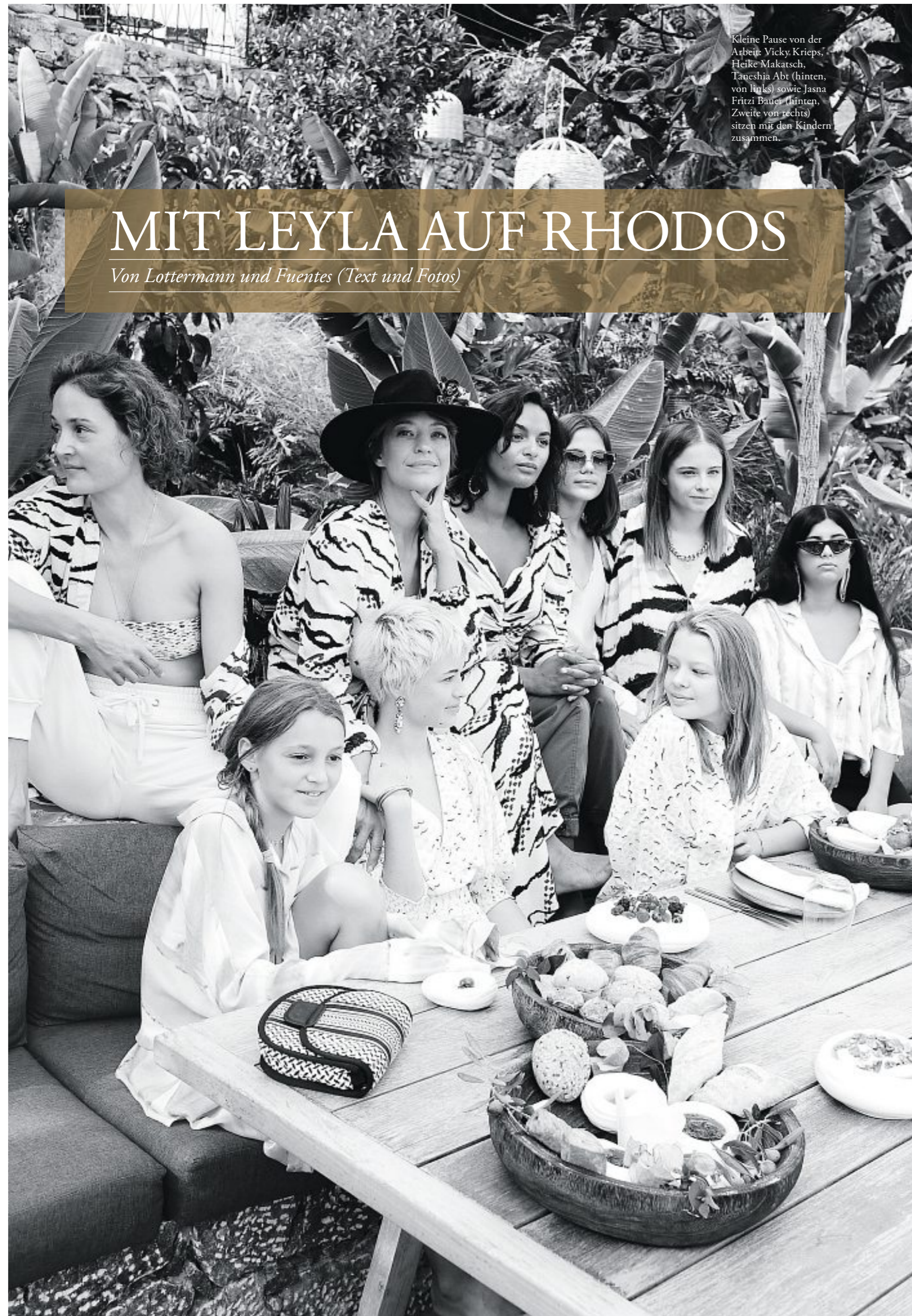


Eine traditionelle Trommelgruppe tritt bei einer Beerdigungsfeier in Jamestown auf, im ältesten Teil von Accra. Er war einst eine Fischersiedlung und ist heute ein Slum.

Ein Wandbild ruft zu Hygienemaßnahmen und Corona-Impfungen auf. Daneben ist der Leuchtturm von Jamestown zu sehen. Er wurde 1930 erbaut und ersetzte einen früheren Turm aus dem Jahr 1871.



Die von Dänen errichtete Christiansburg war erst ein Umschlagplatz für Gold und Elfenbein und nach Ghanas Unabhängigkeit jahrelang Sitz der Regierung. Dazwischen war sie ein Zentrum des Sklavenhandels.



Kleine Pause von der Arbeit: Vicky Krieps, Heike Makatsch, Tanesha Abt (hinten, von links) sowie Jasna Fritzi Bauer (hinten, zweite von rechts) sitzen mit den Kindern zusammen.

MIT LEYLA AUF RHODOS

Von Lottermann und Fuentes (Text und Fotos)

Jasna Fritzi Bauer (oben) schaut nicht wegen des Canapés überrascht, sondern wegen der Kamera. Schließlich geht's hier um ein Modeshooting.



Und jetzt alle zusammen: Jasna Fritzi Bauer, Leyla Piedayesh, Heike Makatsch, Vicky Krieps und Tanesha Abt (von links)



Alles ist machbar, Grenzen gibt's keine. Mit dieser Lebenseinstellung macht das Arbeiten gleich viel mehr Spaß. Also auf zum Shooting nach Griechenland!

„Lass uns nochmal wegfahren!“ Auf solche Ideen kommt man, wenn man abends im „Grill Royal“ in Berlin mit Leyla zusammensitzt. Kein Wunder, denn mit Leyla Piedayesh würde man am liebsten dauernd wegfahren. Und nun gibt es sogar noch einen Anlass: Leyla will wieder mit uns die Werbekampagne für ihre Lala-Berlin-Kollektion aufnehmen, Frühjahr/Sommer 2022. Das passt auch von der Jahreszeit her: Denn für eine solche Kollektion muss man natürlich in die Sonne fahren, da sind wir dabei.

Mit Leyla verbinden uns die Spontaneität und der Glaube an große Bunte. Man denkt, eine solche Designerin, die schon seit 15 Jahren mit ihrer Marke im hart umkämpften Modemarkt durchhält – das ist eine toughe Geschäftsfrau, die alles organisiert, alles im Griff hat. Und das ist sie ja auch. Für uns ist sie aber viel mehr, nämlich eine Freundin, die uns in unserer Lebenseinstellung bestärkt: Alles ist machbar, Grenzen gibt's keine. So macht auch das Arbeiten gleich viel mehr Spaß.

Ein Ort in der Sonne war schnell gefunden. Wir hatten durch unseren Freund Sam Mardini das Angebot, in sein neues Hotel auf der griechischen Insel Rhodos zu kommen. Das A.F. Lindia passt uns ins Konzept. Das Hotel liegt direkt an einem kleinen hübschen Strand. Das Meer muss natürlich in der Kampagne zu sehen sein, und wir müssen nicht erwähnen, wie schön das griechische Meer ist. Wie beim letzten Shoot 2020, der uns an die Amalfiküste führte. Die Crew stand schnell fest. Jede ist gerne dabei, wenn wir mit Leyla etwas planen. Es fühlt sich an wie Urlaub, ein paar Kinder werden auch eingepackt.

Dazwischen wird natürlich wild geschootet. Kaftans, T-Shirts, Sommerkleider, Taschen, Bomberjacken, Käppis, Bikinis. Alles! Und in jeder Kombination. Der Blick geht auf Esel, die durch die Gassen traben, und auf die Akropolis von Rhodos. Taneisha und Jasna sitzen mit einer Chipstüte am Tisch mit einer Blümchendecke. Wir müssen lachen, als wir kein Foto mehr machen können, weil die griechischen Chips an den Zähnen kleben bleiben.

Als wir am nächsten Morgen Vicky am Kreisel vor dem Städtchen auf einer Bank fotografieren, setzen sich Kinder dazu, die ihr Eis schlecken. Ein Lieferant lässt sein altes Lieferwägelchen offen. Heike setzt sich sofort rein. Und wenn wir nicht noch Fotos unten am Strand vor den Felswänden geplant hätten, hätte sie bestimmt die nächste Auslieferung übernommen. Auf den Fotos von uns allen kann man erahnen, was da los war im griechischen Idyll: Es ist eine Kunst, ein Foto hinzubekommen, das nicht verwickelt ist. Denn bei diesem Shooting sind alle und alles immer in Bewegung – und wahrscheinlich nicht nur bei diesem, sondern auch bei unserem nächsten.



Nach dem gleichen Muster: Vicky Krieps und Heike Makatsch arbeiten eng zusammen (oben). Für Jasna Fritzi Bauer (links) liegen auch Sonne und Schatten nah beieinander.



Tanesha vollführt hier keine Dehnübungen. Sie wirft sich einfach nur für die Frühjahrskampagne von Lala Berlin in Pose.

IN DEN WOLKEN

Von Johanna Dürrholz, Fotos Insa Hagemann



Hashti sitzt in den Wolken. Eigentlich sitzt sie bloß im ersten Stock, doch dieser Wintertag ist diesig, und durch das Fenster ist nicht viel mehr von der Kleinstadt in Nordrhein-Westfalen zu sehen als wolkiger Nebel. Hashti, die eigentlich anders heißt, sitzt hier oben in ihrem neuen Zimmer, das sie nur übergangsweise bewohnt. Es ist sehr warm, die Heizung ist voll aufgedreht, das muss vielleicht so sein in einem Raum, in dem nichts steht außer einem schmalen Metallbett, einem Schreibtisch und einem Spind. Das Zimmer nebenan ist leer; wenigstens Teppiche liegen auf dem grauen Fußboden, und Kissen zum Draufsitzen.

Vor vier Wochen saß Hashti schon einmal in den Wolken, im Flugzeug von Kabul nach Pakistan. Von dort aus sind Hashti, ihre Mutter und ihre drei jüngeren Geschwister ein paar Tage später nach Leipzig geflogen. An den Moment, als das Flugzeug tatsächlich in Kabul abhob, in Richtung Wolken und in Richtung Freiheit, erinnert sie sich gut. „Es war das erste Mal, dass ich glauben konnte: Wir haben es wirklich geschafft.“

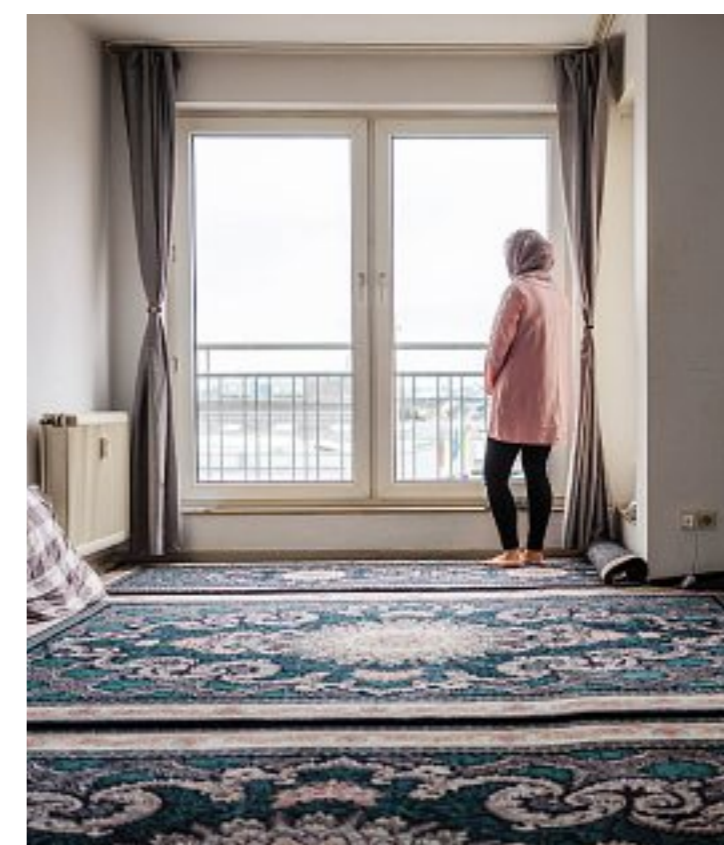
In Kabul haben die meisten Menschen gerade Angst, sagt Hashti, aber für jemanden wie sie ist es besonders gefährlich: Frau, studiert, arbeitete bei einer Organisation, die sich für Frauenrechte einsetzt. Als Kabul fiel und die Taliban die Macht übernahmen, machten Hashti und ihre Kolleginnen das, was viele Frauen taten: Sie vernichteten alles, was auf ihre Arbeit hindeutete. Alle Spuren ihres jahrzehntelangen Einsatzes wurden getilgt, die Website wurde offline genommen. Einige Frauen verbrannten sämtliche Dokumente, die belegten, dass sie studiert hatten: Zeugnisse, Abschlussarbeiten, Zertifikate. Sie zerstörten ihre akademische Existenz, einen Teil ihrer Identität. Auch Männer verbrannten ihre Universitätspapiere, denn studiert zu haben kann unter den Taliban gefährlich sein: Bildung ist der Feind ihrer Ideologie.

Als Hashti vor 25 Jahren in Afghanistan geboren wurde, waren die Taliban schon einmal an der Macht und verbreiteten Angst. Hashti war noch jung, als die Eltern mit ihr nach Pakistan flohen. „Das Leben war für Flüchtlinge nicht leicht“, sagt sie. „Aber als Kind habe ich das gar nicht mitbekommen. Für meine Eltern war es hart.“ Hashti beendete die Schule, doch in Pakistan zu studieren kam nicht infrage: Als Afghanin fehlten ihr Dokumente und Geld für eine Privatuniversität.

Sie ging, 18 Jahre alt, allein nach Kabul, um sich für die Universität zu bewerben. Sie schlief in einem Hostel, in dem lauter Studienanfängerinnen lebten, teilte sich ein Zimmer mit sieben anderen Frauen. Sie lernten die Nächte durch für ihre Aufnahmeprüfungen, all den Stoff der Oberstufe mussten sie beherrschen. Hashti wurde angenommen, an der staatlichen Universität von Kabul. Und sie bekam ein Stipendium für die Amerikanische Universität in der afghanischen Hauptstadt. „Die Kurse der einen Uni waren morgens, die der anderen abends, zum Glück.“ Hashti studierte also zwei Fächer: morgens Biotechnologie, abends Management. Irgendwann kam ihre Familie nach, die jüngeren Geschwister, Hashti hat noch zwei Schwestern und einen Bruder, sollten auch studieren. Hashti konnte aus dem Hostel ausziehen.

Sie war noch nicht lange in Kabul, da machte eine schreckliche Geschichte die Runde: Eine Hochzeitsgesellschaft wurde unweit der Stadt überfallen. Die Täter vergewaltigten alle Frauen, die Männer mussten dabei zusehen. „Die Geschichte erregte großes Aufsehen“, erzählt Hashti. Wie konnte es sein, dass so etwas in unmittelbarer Nähe der Hauptstadt passierte? „Das war ein riesiger Schock für mich“, sagt Hashti. Sie selbst sei in der selbstverständlichen

Sie ist Frauenrechtlerin und in ihrer Heimat Afghanistan nicht mehr sicher. Nun lebt sie mit ihrer Familie in Deutschland. Die Geschichte einer Verfolgten.



Hashti hat sich diesen Namen für diesen Text ausgesucht, ihren echten möchte sie in der Zeitung nicht lesen, ihr Gesicht nicht zeigen: Zu groß ist auch in Deutschland die Angst vor den Taliban.

Annahme groß geworden, dass Männer und Frauen gleich seien. „Wenn dir das zu Hause vorgelebt wird, glaubst du es auch. In Kabul habe ich realisiert, wie schlecht es den afghanischen Frauen geht. Wie schrecklich dieses Land für Frauen ist.“ Das war ihr Aha-Moment.

Kabul war für sie immer ein guter, schöner und ruhiger Ort gewesen, sie hatte sich dort immer sicher gefühlt. Von da an war ihr klar: „Als Frau bist du in Afghanistan nicht sicher.“ Auch nicht in der Hauptstadt. „In Kabul war es viel mehr Frauen möglich, sich zu bilden. Doch ich habe auch dort viel Gewalt gegen Frauen erlebt.“ Hashti wollte den Afghaninnen helfen. Sie schützten, vor Gewalt, Unterdrückung, Ausweglosigkeit. Und sie dabei unterstützen, ihre eigene Stimme zu finden. Hashti wusste nun, was sie beruflich tun wollte.

ATTENTAT AUF DIE UNI

Am 24. August 2016 verließ Hashti gerade den Campus der Amerikanischen Universität, als sie kamen. Es gab eine Explosion, im Seminarraum, in dem lauter Kommilitonen von ihr saßen. Hashti, die vorher gegangen war, erreichte gerade so den Eingang ihres Wohnheims, das etwas abseits lag. Die Attentäter drangen ins Gebäude der Universität ein, mit automatischen Schusswaffen, und feuerten auf alle, die sie sahen. Hashti erzählt viel von dem Überfall, vor dem sie sich nur durch Zufall hatte retten können. Sie erzählt von einer Kommilitonin, die eine Behinderung am

Fuß hatte. Wie sie versuchte, sich vor den Attentätern in Sicherheit zu bringen. Wie sie im Flur plötzlich einem von ihnen gegenüberstand. Bitte, tun Sie mir nichts, habe sie ihn angefleht. Ihr Fuß sei doch schon versehrt. Welcher Fuß?, wollte der Attentäter wissen. Sie zeigte auf ihren Fuß. Der Attentäter schoss auf den anderen, wieder und wieder. „Heute sitzt sie im Rollstuhl“, sagt Hashti. Manche ihrer Kommilitonen sprangen in Panik aus dem Fenster im zweiten Stock. Die Attentäter liefen hinterher und schossen aus dem offenen Fenster auf die Flüchtenden, bis sich ihre Körper nicht mehr regten. Bei dem Anschlag auf die Universität wurden 19 Personen getötet, 53 verletzt.

Ihr Leben sei nach dem Anschlag nicht mehr dasselbe gewesen, sagt Hashti. Trotzdem studierte sie weiter, machte ihre Abschlüsse und begann, bei einer Partnerorganisation der deutschen Frauenrechtsorganisation Medica Mondiale in Kabul in der Kommunikation zu arbeiten. „Ich hatte einen guten Überblick über die verschiedenen Projekte.“ Ihre Kolleginnen dort halfen Frauen, die von ihren Männern verprügelt wurden, von ihren Vätern oder ihren Onkeln. „Das passierte in jedem Winkel des Landes. Auch in Kabul.“ Die Familienordnung war patriarchal, von Männern dominiert, viele Frauen kannten es nicht anders. „Manche Frauen, die sich wehrten, wurden von ihren Familien verstoßen. Andere wurden ermordet.“ Hashtis Alltag war geprägt von den schrecklichen Erlebnissen der Frauen, auch wenn das Rechtssystem in Afghanistan sie eigentlich hätte schützen sollen. In Kabul, sagt sie, sei es den Frauen noch weit besser ergangen als in den ländlichen Gebieten. Trotzdem: Die Erzählung von den Taliban, die wiederkommen und die zuvor freien Frauen versklaven, stimme so nicht, sagt Hashti. Auch vorher hätten viele Afghaninnen gelitten, seien die wenigsten von ihnen frei gewesen. „Aber unter den Taliban geht es ihnen jetzt noch viel, viel schlechter.“

Im Sommer 2021 dann ging in Kabul die Angst um. Die Taliban würden kommen, es war nur eine Frage der Zeit. Immer mehr Gebiete wurden von ihnen eingenommen, immer mehr Städte erobert. Dass Kabul fallen würde, wollte Hashti trotzdem nicht glauben. „Unsere Kolleginnen in anderen Städten und Regionen hatten große Angst. Als Frauen, die für Frauen arbeiteten, waren sie automatisch Gegnerinnen der Taliban.“ Frauenrechtlerinnen handeln gegen den Glauben der Taliban. „Sie wollen keine Rechte für Frauen. Und vor allem keine Frauen, die für ihre Rechte kämpfen.“ Für jede von ihnen war klar: Wir sind gefährdet. Frauenrechtsorganisationen im ganzen Land schlossen ihre Türen, auch Hashtis Kolleginnen in Herat und Masar-e-Sharif versteckten sich. Nur in Kabul hielten sie noch die Stellung.

KABUL FÄLLT

Hashti und ihre Kolleginnen waren im Büro, als die Meldung sie erreichte: Die Taliban sind da. Sie liefen hinaus, und die mehrspurige Hauptstraße war blockiert. In beide Richtungen Stau, aus Autos, Mopeds und Fußgängern – alles Menschen, die so schnell wie möglich nach Hause zu ihren Familien wollten, sich in Sicherheit bringen vor dem, was da kommen würde. Vor denen, die da einmarschierten. Hashti und ihre Kolleginnen wussten von ihren Wachleuten, aus welcher Richtung die Taliban kommen würden. Wenn Hashti es nach Hause schaffen wollte, musste sie an ihnen vorbei. Schon vor Wochen hatte sie einen extragroßen Schal im Büro deponiert. „Was willst du mit dem Schal?“, hatten die anderen sie noch gefragt. Sonst trug Hashti nur Kopftuch. „Nur zur Sicherheit“, hatte sie gesagt. Jetzt schickten die Sicherheitsleute die Frauen alle nach Hause, schlossen das Büro. Hashti verhüllte sich ganz, mit dem Riesenschal, trug

außerdem ihren Mund-Nasen-Schutz, verließ das Gebäude. „Das war riskant. Wir wussten nicht, wie die Taliban überhaupt auf eine Frau auf der Straße reagieren würden.“ Niemand glaubte dem von den Kämpfern verbreiteten Narrativ, dass die Taliban nun liberaler seien, frauenfreundlicher. Hasthi hatte Angst um ihr Leben, geriet in Panik. Ihre beiden Schwestern waren noch in der Universität, nicht weit von dem Teil der Stadt, den die Taliban schon erobert hatten. Das Netz war überlastet, Hasthi kam mit dem Telefon nicht durch. Irgendwann erreichte sie dann doch eine ihrer Schwestern: „Geht sofort nach Hause! Sofort!“ Hasthi hielt ein Auto an. Der Fahrer erklärte sich bereit, sie nach Hause zu fahren. „Du musst keine Angst haben“, sagte er. Sie glaubte ihm nicht. Die Taliban, die sie gesehen hatte, sahen genauso aus wie die Taliban, die vor 20 Jahren das Sagen hatten. Der Fahrer brachte sie sicher nach Hause.

In dieser Nacht lag Hasthi wach und hatte Angst vor dem Krieg. Am nächsten Tag beschloss die Familie, fortan im Flur zu schlafen – im einzigen Raum ohne Fenster. Sie besprachen sich mit den Nachbarn: Auch sie hielten es für sicherer, im Wohnungsflur zu schlafen, falls Granatoder Bombensplitter durch die Fenster fliegen sollten. Gerüchte über Explosionen und einen drohenden Krieg machten die Runde, Bilder und Videos von Taliban-Kämpfern, die Frauen auspeitschten und ihre Gegner ermordeten. „Alle in Kabul hatten Angst vor einem Krieg. Und versteckten sich zu Hause.“ In einer anderen Nacht hörten sie unentwegt Schüsse. Dass die Taliban ihr neues Kabinett gefeiert hatten, erfuhren sie erst am nächsten Tag. „Es war wie in einem Albtraum, aber wir waren wach.“

Hasthi wollte weg aus Afghanistan und ihre Familie mitnehmen. Über Medica Mondiale hatte sie alle Dokumente beisammen, die sie und ihre Familie für die Ausreise brauchten. Den ersten Fluchtversuch unternahm sie am 28. August, kurz vor dem endgültigen Abzug der amerikanischen Truppen. Hasthi und einige Kolleginnen waren für einen der letzten deutschen Evakuierungsflüge vorgesehen. Die Ausreise hatten die deutschen Mitarbeiterinnen von Medica Mondiale zusammen mit den afghanischen Frauenrechtlerinnen organisiert. Sie arbeiteten außerdem mit einer Sicherheitsfirma zusammen, die dafür sorgen sollte, dass die Frauen und ihre Familien nicht von den Taliban gefunden würden. Sie waren in ein Safehouse gebracht worden, wo Hasthi, ihre Mutter und ihre drei Geschwister tagelang mit mehreren anderen Familien in einem Zimmer ausharrten. Ausharrten und warteten und bangten.

Die deutschen Kolleginnen arbeiteten mit dem Auswärtigen Amt zusammen, hielten Kontakt zum Bundesinnenministerium. Auch die privat engagierte Sicherheitsfirma unterstützte nach Angaben von Medica Mondiale die Sicherheitsvorkehrungen. Eine besondere Herausforderung war der Transport zum Flughafen. Es sei schwierig gewesen, einen sicheren Korridor zu schaffen, damit die Frauen und ihre Familien zum Flughafen gelangen konnten. Nach Tagen des Wartens dann brachen sie endlich auf. In kleinen Bussen fuhren Hasthi, ihre Familie und ein Teil ihrer Kolleginnen zum Flughafen, sie sollten nach Deutschland ausgeflogen werden.

Am Militärflughafen von Kabul passierten sie die Checkpoints der amerikanischen Soldaten, waren schon auf dem Weg zum Flugzeug, als amerikanische Soldaten sie aufhielten: Ihnen fehle eine Liste aus Deutschland mit Namen darauf, hieß es. Hasthi und die anderen sahen das Flugzeug noch auf dem Rollfeld stehen. Sie mussten umkehren. Die Mitarbeiterinnen von Medica Mondiale berichten von der großen Verzweiflung, auch bei ihnen in Deutschland. An jenem Abend

// „Wir sind zwar weit weg, aber wenigstens sind wir frei. Wir können unsere Stimmen für die Frauen in Afghanistan erheben.“ //



glaubte niemand mehr daran, dass auch nur eine der Frauen Afghanistan verlassen würde.

Erst im Oktober wagten sie wieder einen Fluchtversuch, über Land. Der zweite Anlauf, so schildern es die deutschen Mitarbeiterinnen von Medica Mondiale, sei in Kooperation mit dem Projekt „Kabul Luftbrücke“ organisiert worden, die Frauen sollten bei Torkham im Osten über die Grenze nach Pakistan gebracht werden. Dieses Mal scheiterten sie an den Taliban. Die Situation an der Grenze war unübersichtlich, die Taliban waren nach Angaben von Medica Mondiale überfordert. „Die Taliban können kein Land führen“, sagt Hasthi. „Sie können nicht mal die einfachsten Dinge organisieren.“

TUGENDMINISTERIUM

Am Ende buchte Hasthi einen Flug im Internet, nach Pakistan. Obwohl sie nicht glaubte, dass sie am Checkpoint vorbeikommen würden. Es klappte. Sie weiß nicht mehr wie, sie weiß nur noch, dass sie mit ihrer Mutter und ihren drei jüngeren Geschwistern irgendwann im Flugzeug saß, erst in, dann über den Wolken.

Von Pakistan aus wurde die Reise nach Deutschland dann vom Auswärtigen Amt organisiert. Tage später landeten sie in Leipzig und kamen schließlich über das Quotensystem des offiziellen Verteilerschlüssels nach Nordrhein-Westfalen, wo Hasthi heute in ihrer kleinen Wolke im ersten Stock sitzt und über ihr Leben und ihr Überleben erzählt. ◀

Hasthi hat zwei jüngere Schwestern und einen jüngeren Bruder, die nun in Deutschland studieren wollen. Mit ihrer Mutter leben die Geschwister in einer provisorischen Unterkunft.

Eigentlich hat Hasthi schon so viel erlebt, dass es für ein ganzes Leben reicht. Doch nun liegt noch einmal ein neues Leben vor ihr, in einem Land, dessen Sprache sie nicht spricht und dessen Gepflogenheiten sie nicht kennt. Dafür hat sie zwei Universitätsabschlüsse und ist gerade einmal 25 Jahre alt. Sie will, sagt sie, von Deutschland aus ihr Möglichstes geben für die Frauen in Afghanistan. „Die meisten sind ja noch dort, müssen dort leben.“ Sie kann sich nicht vorstellen, für immer in Deutschland zu bleiben, sie hat jetzt schon Heimweh. Trotzdem: Sie möchte weiter in einer Frauenrechtsorganisation arbeiten, zusammen mit anderen Afghaninnen die Frauen in ihrer Heimat stärken. „Wir sind zwar weit weg, aber wenigstens sind wir frei. Wir können unsere Stimmen für die Frauen in Afghanistan erheben.“

Mehr als 31.000 Afghaninnen und Afghanen haben laut Bundesamt für Migration 2021 einen Asylantrag in Deutschland gestellt. Die Zahlen haben demnach deutlich zugenommen. Hasthi und ihre Kolleginnen fallen nicht darunter, sie sind Ortskräfte: Nach Paragraph 22 des Aufenthaltsgesetzes haben sie eine Aufenthaltserlaubnis „aus völkerrechtlichen oder dringenden humanitären Gründen“ erteilt bekommen, als sie noch im Ausland waren. Diese gilt zunächst für drei Jahre, kann aber verlängert werden. Ortskräfte haben in Deutschland eine Arbeitserlaubnis und bekommen Sozialleistungen.

Das Bundesinnenministerium teilt auf Anfrage der F.A.Z. mit, 1667 frühere Ortskräfte seien mit ihren Angehörigen bisher nach Deutschland ausgereist, insgesamt 6825 Personen. Aus der Gruppe der „besonders gefährdeten Afghaninnen und Afghanen“ seien Stand 24. Januar 584 Personen nach Deutschland gekommen, mit ihren Angehörigen waren es 1879 Personen.

Vielen Afghaninnen und Afghanen erging es im August wie Hasthi und ihren Kolleginnen, sie wurden am Flughafen in Kabul abgewiesen, einige sogar mit Aufenthaltsgenehmigung. Die Lage war höchst unübersichtlich, Hasthi und ihre Familie wissen, wie viel Glück sie hatten. Doch die Nachrichten aus Afghanistan bedrücken sie: Viele Frauen trauen sich gar nicht mehr auf die Straße. Mädchen dürfen nur noch bis zur sechsten Klasse die Schule besuchen. Das Frauenministerium heißt nun „Tugendministerium“.

In Afghanistan herrscht Winter, viele Menschen hungern, Geld gibt es kaum noch. Kinder, sogar Säuglinge sind unterernährt. Die von anderen Ländern versprochenen Hilfgelder sind nur zu einem kleinen Teil bei den Menschenrechtsorganisationen angekommen, Afghanistan selbst bekommt unter Taliban-Herrschaft derzeit kein Geld aus dem Ausland mehr. Die Menschen, die noch für den Staat oder die Stadt arbeiten, weil die Taliban nicht genug Kämpfer haben, um alle Posten zu besetzen, arbeiten weiter – doch sie wurden seit Monaten nicht entlohnt. „Was wir von unserer Familie und unseren Freunden hören: Sie können sich kaum noch etwas kaufen“, sagt Hasthi.

Hasthis Mutter kommt an diesem Nachmittag ins Zimmer, barfuß in Schlappen, sie trägt ein kunstvoll umgeschlungenes Kopftuch, bringt Tee und Plätzchen, setzt sich dazu. Obwohl sie nicht versteht, was ihre Tochter in schnellem Englisch berichtet, hört sie eine Weile zu. Sie sei einfach gerne unter Menschen, sagt ihre Tochter. Da sie alle erst einmal gegen Corona geimpft sind, dürfen sie sonst niemanden treffen, können nur Geschäfte des täglichen Bedarfs betreten. Bald werden sie mit ihren Deutschkursen beginnen, danach können Hasthis Geschwister studieren. Bald werden sie eine permanente Unterkunft finden, hoffen sie. Bald werden sie mehr Möbel haben. Bald wird Hasthi ihre Pläne angehen können. Solange sitzt sie auf ihrer Quarantäne-Wolke im ersten Stock und wartet auf ihr neues Leben. ◀

„ÄHNLICHKEIT IST STARKER EHEKITT“

Und sie lebten glücklich bis an ihr Lebensende – oder zumindest bis zur Scheidung. Wie verändert es eine Gesellschaft, wenn immer mehr Ehen in die Brüche gehen? Was ist uns bei der Partnerwahl wichtig? Und warum heiraten wir noch?

Frau Lucke, woran gehen die meisten Beziehungen oder Ehen zugrunde?

Hochinteressant, dass Sie diese Frage zuerst stellen! Tatsächlich scheint eher am Scheitern als am Gelingen von Beziehungen und Ehen Interesse zu bestehen. Das gilt auch für mein Fach: Wir haben eine ausgebaute Soziologie der Ehescheidung, weniger eine Soziologie der Eheschließung. Wir wissen kaum etwas über das Gelingen von Ehen. Zu Ihrer Frage: Die Statistiken nennen als häufigste Gründe Geld, Alkohol, Drogen – was man sich eben so als großes Ehedrama vorstellen kann. Allerdings würde ich zu einer gewissen Vorsicht in der Interpretation raten. Denn es wird selten so viel gelogen wie über Scheidungsgründe. Es kommt nicht von ungefähr, dass wir bis zur Scheidungsreform in den Siebzigerjahren das „Schuldprinzip“ hatten. Dass eine Ehe nur vor Gericht geschieden werden konnte, ist heute immer noch so. Es kam aber damals darauf an, dass die Schuld am Scheitern der Ehe festgestellt wurde. Daran sieht man, wie moralisch aufgeladen das ist. Vor der Scheidungsreform war allseits bekannt, dass zwischen den Partnern der nicht mehr funktionierenden Ehe zahlreiche Absprachen getroffen wurden. Wer offiziell die Schuld an der Scheidung übernahm, hat sich in der Regel dafür etwas anderes ausgehandelt. Das Geschächere war mit ein Grund dafür, dass das Schuldprinzip vom Zerrüttungsprinzip abgelöst wurde. Die Scheidung wurde nicht nur entstigmatisiert, sondern auch entmoralisiert.

Gibt es schlechtere Gründe für eine Scheidung?

Es gibt Gründe, über die man spricht und Gründe, über die man nicht spricht. Das ist dann wieder eine Frage der Sprache: Was ist sagbar? In meiner Generation wurde im intellektuellen Milieu nicht so häufig geheiratet, und wenn dann doch ein Paar geheiratet hat, dann hieß es etwas verdreht: wegen der Steuer. Nicht: weil wir uns lieben.

Das ist in unserer Generation ähnlich.

Ja, das verläuft wellenartig. Es gibt Zeiten, da wird mit der Erfindung der Liebeshochzeit die Liebe als Grund für die Ehe angeführt. Niklas Luhmann schrieb in „Liebe als Passion“, dass Menschen sich nur verlieben, weil sie Liebesromane läsen. In anderen Zeiten gab es die Argumentationsfigur: Wir wollen jetzt Nägel mit Köpfen machen, nur unverheiratet

zusammenleben ist ja nichts Halbes und nichts Ganzes. Dann gibt es noch das gewichtige Argument: Wir wollen Kinder. Und die sollen dann eben in eine bestehende Ehe hineingeboren werden. Das ist in meinen Augen gegen die empirische Evidenz, weil immer mehr Kinder außerhalb von Ehen geboren werden und gleichzeitig immer mehr bestehende Ehen kinderlos bleiben. Ich nenne das den „Ohne-Trend“: Ehen ohne Familien, Familien ohne Ehen, Mütter ohne Männer, Väter ohne Frauen, Kinder ohne Geschwister. Da stecken viele soziologisch interessante Entkopplungsprozesse drin, auch wenn man zum Beispiel daran denkt, dass Ehe und Familie längst nicht mehr so zusammengedacht und -gebracht werden, wie es noch im Artikel 6 des Grundgesetzes steht.

Darüber sprachen wir schon in unserem Interview über Familienformen. Manche Leser monierten im Anschluss, die traditionelle Familie mit einem Hetero-Elternpaar müsse privilegiert werden. Ja, das „Eheprivileg“ des Grundgesetzes will die auf Ehe begründete Familie in jedem Fall erhalten. Ich kann mir auch die Motive dazu vorstellen: Die Ehe ist ein Rechtsinstitut, mit dem die Sexualität kanalisiert und das kulturübergreifende Inzestverbot umgesetzt wird – das soll die Blutschande vermeiden. Deshalb wird die Ehe unter einander Fremden geschlossen. Im Zusammenhang mit der Ehe für Homosexuelle wurde genau das diskutiert: Es durften plötzlich Menschen heiraten, die in ihrem Geschlecht gleich sind. Mit der „Ehe für alle“ sahen manche dann vollends alle Dämme gebrochen. Es entsteht nämlich die Frage: Wie fremd müssen sich Menschen sein, die heiraten dürfen, und wie ähnlich dürfen sie sein? Auf dem Gebiet bahnt sich meines Erachtens ein größerer Wandel an, als vielen bewusst ist. Das ist auch bedrohlich für die patriarchale Konstruktion des Gebildes: Die Ehe basiert auf Hierarchien zwischen den Geschlechtern und funktioniert nur auf Basis von Asymmetrien. Sie wird kompensatorisch gedacht. Die zwei sollen sich ergänzen, darauf fußt die geschlechterspezifische Arbeitsteilung: das Ernährermodell – der Mann versorgt, die Frau wird versorgt. Die Ehe bekommt als Institution aber Konkurrenz: Es ergeben sich immer mehr Lebensformen, die nicht-ehelich sind, aber eheähnliche Funktionen und Zwecke erfüllen.

Nach welchen Kriterien suchen wir Partner aus? Eheschließungen sind weit homosozialer, als wir annehmen: Herkunft, Status, Bildung, Alter sind sich oft ähnlich. Die Sekretärin angelte sich den Generaldirektor, die Krankenschwester den Chefarzt: Diese Vorstellungen sind statistisch nicht zu belegen. Es gibt zwei Sprichwörter, die sich widersprechen: „Gleich und gleich gesellt sich gern“, „Gegensätze ziehen sich an“. Der goldene Mittelweg ist ein Austarieren: Wenn man sich allzu unähnlich ist, ist es schlecht. Wenn man sich aber sehr ähnlich oder gar fast gleich ist, dann ist es auch schlecht. Eine gewisse Ähnlichkeit ist ein starker Ehekitz.

Es ist also nicht verwunderlich, dass beide Fragestellerinnen mit Journalisten zusammen sind? Wirklich kein Wunder: Der Arbeitsplatz ist der größte Heiratsmarkt. Wobei auch dort häufig noch ein Gefälle von Mann zu Frau herrscht. Die Paarsoziologie hat etwas erforscht, das auch schon in den Sechzigerjahren in einem soziologischen Schlüsseltext beschrieben wurde: die Ehe und die Konstruktion der Wirklichkeit. Wenn beide Ehepartner ein ähnliches Weltbild haben, dann sind die Chancen, dass es zu einer langjährig funktionierenden Beziehung kommt, viel größer. Dazu gehört auch, dass beide sich einig sind über ihre jeweilige Position relativ zueinander. Ein Kollege hat dazu Gespräche mit Paaren geführt und sie auch getrennt befragt. Dabei kam zum Beispiel heraus: Beide sind Professoren, haben dieselbe Gehaltsklasse.

Gleichzeitig gibt es zwischen ihnen aber ein stilles Agreement: Er ist eindeutig der bessere Wissenschaftler.

Gut ausgebildeten Frauen, die keinen Partner finden, wird oft gesagt: Dann musst du eben downdaten. Aber wollen Frauen downdaten – und Männer updaten?

Mir begegnen immer häufiger Frauen, die größer und auch älter sind als ihre Männer. Es tut sich was in der Ausgestaltung von Paarbeziehungen. Trotzdem: Bei der Positionierung im eigenen Geschlecht beeinflusst die sich abzeichnende Verschiebung die Lebenszufriedenheit eher negativ. Männer daten ungern nach oben, weil das an die Ehre geht. Frauen, die nach unten heiraten, gehen unter ihren Marktwert. Das ist ein Problem, das Eva Illouz im Zusammenhang mit Individualisierung und Kapitalismus beschrieben hat. Ihre These, der ich mich anschließen würde: dass die voranschreitende Individualisierung – sie gilt als ein weiblicher Trend, weil von ihr besonders Frauen profitieren – Probleme der Kompatibilität aufwirft. Wie wollen Sie denn, wenn Sie hochgradig individualisiert sind, überhaupt jemanden Passenden finden? Und dann wäre die Konsequenz daraus eigentlich, Stichwort „Versingelung der Gesellschaft“, zu sagen: Dann lass ich's halt bleiben.

Warum glauben viele, es gebe nur „den einen“ Partner für sie? Wäre es nicht stressfreier, alle paar Jahre den Partner zu wechseln?

In der Soziologie nennt man das „serielle Monogamie“. Zunächst einmal ist die Idee von „dem/der Einen“ ziemlich alt – die beiden, die füreinander wie geschaffen sind. Diese Bilder sind in unseren Köpfen drin, so wie das Bild von der Hochzeit als schönstem Tag im Leben, und dann soll das eben für immer und ewig halten. So steht es auch im Paragraph 1353 BGB: Die Ehe ist auf lebenslange Dauer angelegt. Das gilt im Übrigen auch für die Homo-Ehe. Das ist ein toller, romantischer, biographischer Entwurf. Nur: Die Monogamie ist eine Norm, deren Erfüllung vor allem von Frauen erwartet wird.

Taugt das Ideal der großen Liebe als Lebensziel? Die bürgerliche Familie und die Ehe wurden lange als Idealbild geträumt. Gelebt wurde dieses Leitbild aber nur im „Golden Age of Marriage“, den Fünfziger- und Sechzigerjahren. Ansonsten ist das eine kollektive Illusion, die individuell auch viel Lebens- und Liebesleid erzeugt, weil Leitbildern hinterhergelebt wird, die im wahren Leben nie zu erreichen sind.

Was bedeutet es für eine Gesellschaft, wenn es immer mehr Scheidungen gibt?

Die Zahl der Ehescheidungen gilt seit jeher als Indikator für eine zunehmende Instabilität von Gesellschaften. Allerdings spielen dabei statistische Irrtümer eine große Rolle. Wenn es heißt, in Großstädten werde inzwischen jede dritte Ehe geschieden, dann ist das bis zu einem gewissen Grad irreführend, weil nur die Zahl der Eheschließungen mit der Zahl der Ehescheidungen im selben Jahr gegengerechnet wird – die Bestände werden nicht berücksichtigt. Aus der steigenden Zahl von Ehescheidungen kann man ableiten, dass Frauen sich das heute oft finanziell leisten können. Elisabeth Beck-Gernsheim schrieb: Früher gab man die Hoffnung auf, jetzt gibt man die Ehe auf. Das zeigt im Umkehrschluss, dass der Ehe ein höherer Wert zugeschrieben wird, wenn man sagt: Das ist keine Ehe, wie ich sie führen will – also lasse ich mich scheiden. Auch ohne religiösen Hintergrund wird die Ehe heute abermals überhöht. Allein die Aussicht auf Kontinuität und Stabilität ist beruhigend in einer Welt, in der sonst alles aus den Fugen geraten ist.

Die Fragen stellten Julia Bähr und Johanna Dürrholz.



Unsere Welt verändert sich so rasant wie nie zuvor – und wird immer unübersichtlicher.

Prof. Dr. Doris Mathilde Lucke ist Soziologin mit den Schwerpunkten Akzeptanzforschung, Rechtssoziologie, Gender Studies, Familiensoziologie und private Lebensformen sowie Soziodi. Hier beantwortet sie unsere Fragen zum Zustand der Gesellschaft.

HIMMEL UN ÄÄD

Von Claus Eckert (Text und Fotos)

Dieses Gericht hat viele Gesichter und regionale Varianten. Nur Kartoffeln und Äpfel sind immer dabei – in diesem Fall gepaart mit gebratener Blutwurst.



Erdapfel trifft Bio-Äpfel und Blutwurst: „Himmel und Erde“ ist ein Traditionsgericht, das von Region zu Region unterschiedlich zubereitet wird.

Es gibt wenige Regionen in Deutschland, die das jahrhundertealte Gericht „Himmel und Erde“ nicht für sich beanspruchen. Es mag regionale und von Familie zu Familie unterschiedlich überlieferte Zubereitungen geben, zwei Zutaten aber haben alle gemein: die in den Himmel wachsenden Äpfel und die in der Erde gedeihenden Kartoffeln.

Am bekanntesten scheint das Gericht im Rheinland zu sein, wo es schön breit ausgesprochen „Himmel un Ääd“ genannt wird. Ob nun beides zusammen in Bouillon geköchelt wird oder vor dem Servieren miteinander vermengt oder getrennt auf dem Teller landet: Letztlich ist es der schönste Vorwand, um mal wieder gebratene Blutwurst zu genießen.

Schälen Sie 800 Gramm mehlig Kartoffeln, schneiden Sie sie in Stücke, und garen Sie diese in leicht gesalzenem Wasser – das Kochwasser dann abschütten. Gießen Sie etwa 150 Milliliter warme Milch, in der Sie gut 50 Gramm Butter zerlassen und die Sie mit einer kräftigen Prise Muskat gewürzt haben, nach und nach über die Kartoffeln, während Sie sie mit einem Kartoffelstampfer zu einem Brei stoßen. Dieser kann mehr oder weniger stückig oder fein sein. Sie können dafür auch einen Küchenmixer verwenden, dann

wird es eher ein Kartoffelbrei als ein Stampf. Regulieren Sie über die Milchzugabe die Konsistenz des Breis, er sollte cremig und luftig sein.

Während die Kartoffeln garen, schälen, vierteln und entkernen Sie ein Pfund Äpfel. Bei Bio-Äpfeln lassen Sie die Schale dran, sie setzt später farbliche Akzente und gibt etwas Biss. Zerkleinern Sie die Viertel und vermischen Sie sie mit einem Esslöffel Zucker und dem Saft einer Zitrone. Dann unter gelegentlichem Umrühren auf kleiner Flamme in etwa zehn Minuten zu einem Kompott köcheln lassen.

Bräunen Sie Zwiebelringe in Butterschmalz und braten bei Bedarf noch Speckwürfelchen an.

Schneiden Sie die Blutwurst in Scheiben, etwa einen Zentimeter dick, braten Sie sie kurz in Butterschmalz an. Vorsicht, die Wurst zerfällt bei zu langem Braten und lässt sich nicht mehr schön anrichten. Dagegen hilft vorheriges Wenden in Mehl (überschüssiges Mehl abklopfen).

Richten Sie auf einem Teller den Kartoffelbrei und das Apfelkompott nebeneinander an und legen die gebratenen Wurstscheiben daran. Geben Sie die Zwiebelringe (und gegebenenfalls den Speck) darüber. Dazu passt Bier oder ein sehr opulenter Weißwein, zum Beispiel eine Spätlese von Grauburgunder.

ZUTATEN (für vier Portionen):

- 800 g mehlig Kartoffeln
- 150 ml Vollmilch
- 50 g Butter
- Muskat
- Salz
- 500 g säuerliche Äpfel
- 1–2 EL Zucker
- Saft einer Bio-Zitrone und deren Abrieb
- 500 g Hausmacher Blutwurst, geräuchert oder aus der Dose
- 1 große Zwiebel
- Speckwürfel (nach Bedarf)
- Butterschmalz zum Anbraten



„Das beste Fotolabor der Welt“

Ausgezeichnet von den Chefredakteuren 26 internationaler Fotografie-Magazine
TIPA-Awards-Gewinner 2013, 2017, 2020 und 2021



Daniel Zielske

WhiteWall Ambassador

Die WhiteWall Ambassadors zählen zu den angesehensten, talentiertesten und einflussreichsten Profifotografen weltweit, die für ihre außergewöhnlichen Motive auf die Galerie-Qualität von WhiteWall vertrauen. Entdecken Sie individuelle Fotoprodukte Made in Germany, wie den echten Fotoabzug unter Acrylglas mit Schattenfugenrahmen aus unserer hauseigenen Manufaktur.

WhiteWall.com

Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, München, Stuttgart, Wien, Zürich

 WHITE WALL

„MITTAGS BRAUCHE ICH MEINE PASTA. UND DANN EIN SCHLÄFCHEN“



Brunello Cucinelli ist zum Video-Interview vor einer Bücherwand zu sehen. Bei anderen Gesprächspartnern wäre das ein Klischee-Zoom-Hintergrund. Hier passt es. Der 68 Jahre alte italienische Kaschmir-Unternehmer hat einen ungewöhnlich philosophischen Blick auf die Welt und auf die von ihm 1978 gegründete Marke, die heute börsennotiert ist. Auch in diesem Fragebogen bringt er Mark Aurel und Sokrates unter. Sein Dorf Solomeo in Umbrien ist ihm heilig. „Hören Sie das?“, fragt er mitten im Gespräch. Es ist 16.45 Uhr. „Die Kirchturmglöcke. Für heute läutet sie zum letzten Mal.“ Die Tage enden früh in Solomeo.

Was essen Sie zum Frühstück?

Mein ideales Frühstück besteht aus einem Cappuccino und einem Croissant um Punkt sieben Uhr, wenn es frischgebacken bei uns im Dorf ankommt. Man schmeckt den Unterschied, wenn es noch warm ist.

Wo kaufen Sie Ihre Kleidung ein?

Meist sind es Stücke meines eigenen Unternehmens. Aber wir kaufen auch Kleidungsstücke von anderen Marken, das sind wichtige Inspirationsquellen. Wir würden sie niemals kopieren, aber ich trage sie probeweise selbst.

Was ist das älteste Kleidungsstück in Ihrem Schrank?

Meine Garderobe besteht seit 1978. Ich werfe niemals etwas weg, sondern repariere und kombiniere gerne. Ich besitze aber auch ein Hemd mit Blumenmuster, das ist noch älter, ungefähr von 1973. Das wichtigste Stück in meinem Schrank ist ein 45 Jahre alter Kaschmirpullover in Braun, der erste Strickpullover meines Unternehmens. Das Modell habe ich von Beginn an gut nach Deutschland verkauft.

Wann haben Sie zuletzt handschriftlich einen Brief verfasst?

Ich schreibe ausschließlich per Hand, immer mit Bleistift. Die letzten zwei Briefe habe ich vor Weihnachten geschrieben, einer ging an Sergio Mattarella, der Ende Januar als Präsident wiedergewählt wurde. Der andere ging an Mario Draghi, unseren Ministerpräsidenten.

Welches Buch hat Sie in Ihrem Leben am meisten beeindruckt?

Zwischen zwei Büchern kann ich mich einfach nicht entscheiden: Das eine sind Mark Aurels „Selbstbetrachtungen“; um nur einen Satz zu zitieren: „Solange du lebst, solange es in deiner Macht steht – sei gut!“. Das andere ist das „Symposion“ von Platon. Wenn es um die Liebe geht, wird klar, dass das das große Thema des Lebens ist.

Wie informieren Sie sich über das Weltgeschehen?

Ich möchte mich nicht von den Aktualitäten runterziehen lassen. Deshalb schaue ich nur einmal am Tag Nachrichten. Wenn etwas ganz Wichtiges passiert, informieren mich meine Mitarbeiter.

Was ist Ihr bestes Smalltalk-Thema?

Diese Gespräche beginnen gewöhnlich mit Sport, Frauen und Wirtschaft und enden mit den großen Fragen zu Politik, Religion und Familie.

Bei welchem Film haben Sie zuletzt geweint?

Meine Frau und ich haben gerade „Notting Hill“ geschaut. Der Film hat mich bewegt, wegen der Poesie, weil es um Toleranz geht und wegen der Menschlichkeit. Der Film ist ja aus den Neunzigerjahren, dabei lässt er sich in vielerlei Hinsicht als zeitgemäß betrachten.

Sind Sie abergläubisch?

Nein. Ich lebe nach den Prinzipien von Epikur, der das Leben in drei Teilen betrachtet: Den ersten Teil hat man von seinen Eltern mitbekommen, der zweite ist Schicksal, den dritten hat man selbst in der Hand.

Worüber können Sie lachen?

Ich mache gerne Witze und fühle mich auch besonders wohl unter leicht verrückten Menschen. Ich kann aber auch gut mit meinen deutschen Kunden lachen.

Ihre Lieblingsvornamen?

Die Namen meiner Töchter, Camilla und Carolina, und die Namen meiner Enkel, Vittoria, Penelope, Brando.

Machen Sie eine Mittagspause?

Ja, um 13 Uhr. Ich brauche dann meine Pasta. Und dann ein Schläfchen.

In welchem Land würden Sie am liebsten leben?

Wenn möglich, sollte jeder Mensch dort leben, wo er geboren ist. Das habe ich schon als Kind bei meinen zwei Onkeln beobachtet. Sie haben in Deutschland und Frankreich gearbeitet, und wenn sie nach den Ferien wieder in ihre Gastländer abreisen mussten, haben alle geweint. Das war menschlicher Schmerz.

Was fehlt nie in Ihrem Kühlschrank?

Brot, Öl, Pasta und Parmesan.

Fühlen Sie sich mit oder ohne Auto freier?

Ich wohne auf dem Dorf und fühle mich hier ohne Auto freier. So ist es ruhiger, und ich mag die Stille.

Was ist Ihr größtes Talent?

Ich höre gerne anderen zu.

Was tun Sie, obwohl es unvernünftig ist?

Ich kann auf einer Bank sitzen und dort zwei, drei Stunden einfach beobachten.

Welche historische Person würden Sie gerne treffen?

Ich würde gerne ein Dinner organisieren. Am Tisch: Jesus, Leonardo da Vinci, Mark Aurel und Sokrates.

Tragen Sie Schmuck? Und eine Uhr?

Nie Schmuck, manchmal eine Uhr. Ich mag einen freien, sauberen Körper. Ich erinnere mich an eine Schau von Jil Sander, ihre Models trugen damals keinen Schmuck. Das fand ich beeindruckend.

Haben Sie einen Lieblingsduft?

Im Winter den Duft von Holzfeuer. Im Sommer den Duft von frisch gemähtem Gras.

Was war Ihr schönstes Ferienerlebnis?

Das war mit meinem mittlerweile verstorbenen Freund Claudio. Wir waren Ende der Siebzigerjahre in Jugoslawien und saßen beim Frühstück. Zwei Cappuccini, zwei Croissants. Als Claudio damit fertig war, sein Croissant in seinen Cappuccino zu tunken, nahm er meinen. Ich sagte: „Claudio, das ist mein Cappuccino.“ Und er entgegnete: „Ist doch egal.“ Das war so vertraut, deshalb ist das eine besonders schöne Erinnerung.

Auf welchem Konzert waren Sie zuletzt?

Leider war ich in den vergangenen zwei Jahren auf keinem Konzert.

Was fehlt Ihnen zum Glück?

Ich habe immer im Streben nach alltäglichem Glück gearbeitet und gelebt.

Was trinken Sie zum Abendessen?

Wein, im Sommer weiß, im Winter rot. In Deutschland trinke ich auch Bier, gerne zur Bratwurst.

Aufgezeichnet von Jennifer Wiebking.



CLOUD 7 BY BRETZ

ALEXANDER-BRETZ-STR. 2 • D-55457 GENSINGEN • TEL. 06727-895-0 • INFO@BRETZ.DE • BRETZ.DE
FLAGSHIPS: STILWERK BERLIN • HOHE STR. 1 DORTMUND • WILSDRUFFER STR. 9
DRESDEN • STILWERK DÜSSELDORF • SCHÄFERGASSE 50 FRANKFURT • STILWERK HAMBURG
HOHENSTAUENRING 62 KÖLN • REUDNITZER STR. 1 LEIPZIG • HOHENZOLLERNSTR. 100 • MÜNCHEN
HALLPLATZ 37 NÜRNBERG • KÖNIGSBAU PASSAGEN STUTTGART • SALZGRIES 2 WIEN

Bretz
TRUE CHARACTERS



DIOR