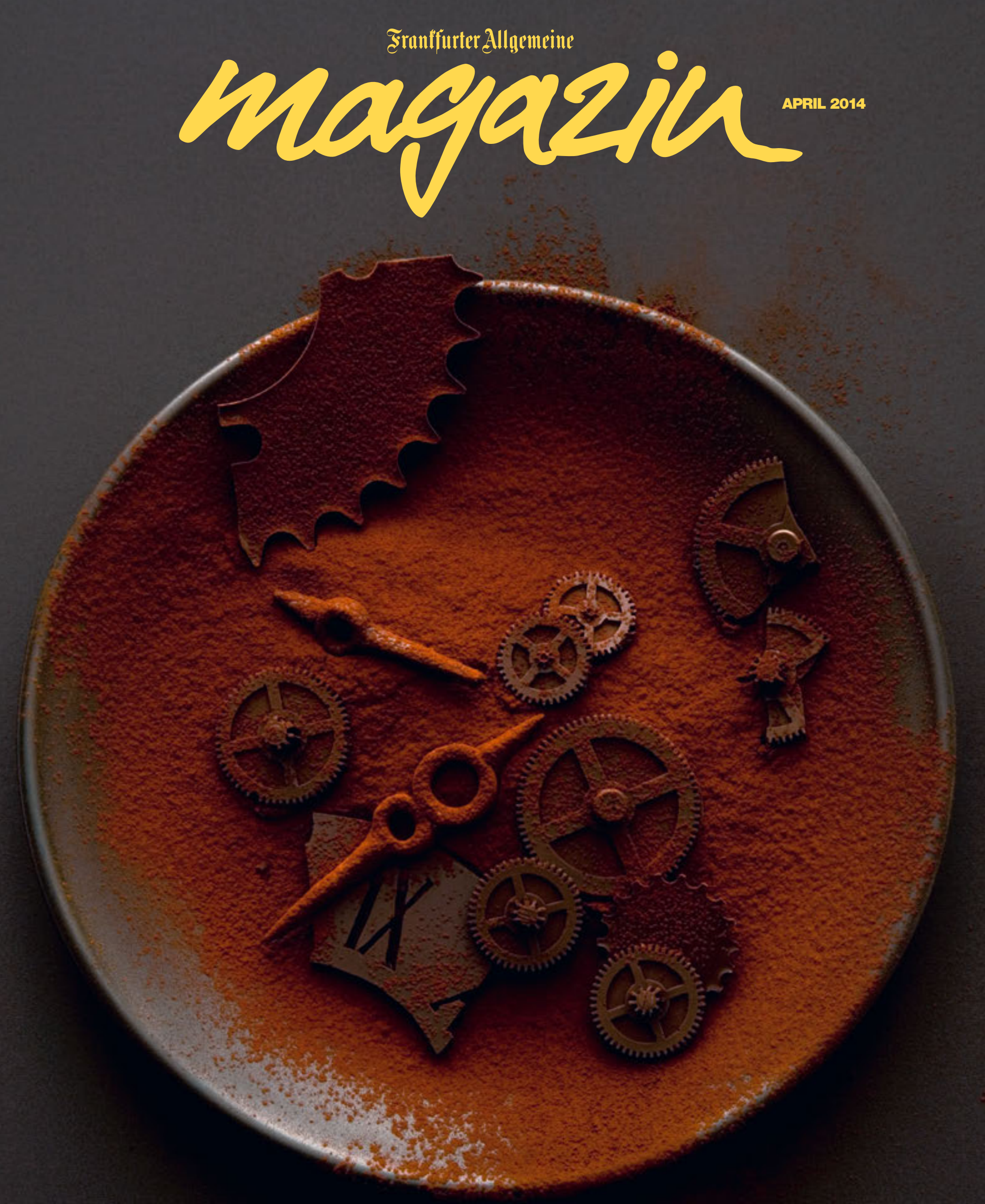
Frankfurter Allgemeine
magazin
APRIL 2014



UHRZEIT

PATEK PHILIPPE
GENEVE

Beginnen Sie eine
eigene Tradition.

Eine Patek Philippe gehört einem
nie ganz allein.

Man erfreut sich ein Leben lang an ihr,
aber eigentlich bewahrt man
sie schon für die nächste Generation.

Nautilus Ref. 5712/1A, Nautilus Manschettenknöpfe.

BUCHERER
1888

UHREN SCHMUCK JUWELEN

Berlin Frankfurt München | *bucherer.com*

The mini Ricky

RALPH LAUREN

Collection

MAXIMILIANSTRASSE 23 MÜNCHEN RALPHLAURENCOLLECTION.COM

©T&CO. 2014

Ringe von legendärer Schönheit

VOR MEHR ALS EINEM JAHRHUNDERT ERSCHAFFEN

DAS ULTIMATIVE SYMBOL WAHRER LIEBE

DIESE RINGE SCHREIBEN DIE SCHÖNSTEN LIEBESGESCHICHTEN

MIT DIAMANTEN VON SAGENHAFTER BRILLANZ

RINGE VON TIFFANY

TIFFANY & CO.

NEW YORK SINCE 1837

BERLIN DÜSSELDORF FRANKFURT AM MAIN HAMBURG MÜNCHEN STUTTGART
TIFFANY.COM

HUBLOT

© The Official Emblem and Official Mascot of the 2014 FIFA World Cup Brazil™ and the FIFA World Cup Trophy are copyrights and trademarks of FIFA. All rights reserved.

FIFA WORLD CUP Brasil
OFFICIAL TIMEKEEPER

HUBLOT
BOUTIQUES
BERLIN • MUNICH

Offizielle Uhr der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft Brasilien 2014™. Big Bang Unico Bi-Retrograde Chrono. Vollständig von HUBLOT gefertigtes Manufakturwerk UNICO mit Fußball-Halbzeitanzeige. Gehäuse aus einer einzigartigen Rotgoldlegierung: King Gold. Lünette aus Karbonfaser. Einfach austauschbares Armband. Auf 100 Exemplare limitierte Edition.

www.hublot.com • twitter.com/hublot • facebook.com/hublot

ZEHN NACH ZEHN

So ist das, wenn man mit der Zeit geht: Man verliert den Überblick über sein Leben. Eine Ausgabe über Uhren und Schmuck ist natürlich eine brillante Idee, manchmal sogar im wahrsten Sinne. Aber so schön es ist, mit dem Strom zu schwimmen, an der Zeit zu hängen und den Trends zu folgen: Es tut doch gut innezuhalten. Auch daran haben wir in diesem Magazin gedacht: indem wie einen Uhrenmanager porträtieren, der nebenbei auch Bauer ist, der somit nicht in Sekunden, sondern in Generationen denkt; indem wir den Fragebogen von einem Mann haben beantworten lassen, der von nun an zurückblicken darf; indem wir für den Titel ein Patisserie-Kunstwerk mit einer Patina bestäuben ließen, als hätte es die Zahnrädchen schon zu Dinosaurierzeiten gegeben; und indem wir uns in Diamanten spiegeln, die vor Hunderten Jahren geschliffen wurden und vor Jahrmillionen entstanden. Aber das ist alles nichts gegen den Zeit-Trick auf dieser Seite. Schauen Sie sich das Heft jetzt einfach mal mit Abstand an, also diese Seite am ausgestreckten Arm. Sie sehen den Querschnitt eines Baums, der dank jahrelanger Austrocknung tiefe Furchen in seinem Gesicht hat? Genau. Und man erkennt, dass zwei breite Risse auf zehn nach zehn stehen wie all die Uhren in den Auslagen der Geschäfte. Als wir dieses Foto sahen, wussten wir, dass wir ein Symbolbild für diese Ausgabe gefunden hatten. Nichts gegen Uhren. Aber dieser Baum ist offenbar sein ganzes Leben lang mit guten Gründen seinem Biorhythmus gefolgt. Mit all den Jahresringen steht er zu seinem Alter. Und das allerschönste an dieser ganzen langen Geschichte: Dabei lächelt er auch noch. Was sonst sollte uns diese Uhrzeit sagen, zehn nach zehn? *Alfons Kaiser*

FOTO: GETTY

Verantwortlicher Redakteur:
Dr. Alfons Kaiser

Redaktionelle Mitarbeit:
Claire Beermann, Stephan Finsterbusch, Christine Hucklenbroich, Melanie Mühl, Brita Sachs, Anke Schipp, Peter-Philipp Schmitt, Monika Schramm, Dr. Stefanie Schütte, Florian Siebeck, Tilman Spreckelsen, Julia Stelzner, Maximilian Weingartner, Axel Wermelskirchen, Jennifer Wiebking

Bildredaktion:
Christian Matthias Pohlert

Art-Direction:
Peter Breul

E-Mail Redaktion:
magazin@faz.de

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

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

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

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

Geschäftsführung:
Thomas Lindner (Vorsitzender)
Burkhard Petzold

Verantwortlich für Anzeigen:
Andreas Formen (Verlagsgeschäftsführer)

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

Produktionsleitung:
Andreas Gierth

Layout:
Verena Lindner

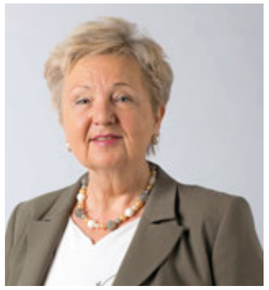
Kaufmännische Leitung:
Andreas Tazl

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

Druck:
Prinovis Ltd. & Co. KG – Betrieb Nürnberg
Breslauer Str. 300, 90471 Nürnberg

MITARBEITER

MONIKA SCHRAMM, seit 1990 Redakteurin im Ressort „Technik und Motor“, hat es normalerweise mit handfesten Dingen zu tun. Deshalb lautet ihr Standardsatz bei Themenvorschlägen: Schön allein reicht nicht, das Teil sollte eine Steckdose oder ein mechanisches Innenleben haben. In diesem Heft (Seite 52) schreibt sie über die ultimative Verbindung zwischen Technik und Schönheit: Damenuhren haben eine Mechanik, aber sie werden zu Kunstwerken, wenn meisterliche Handwerker auf dem Zifferblatt zeigen, was sie können. Da spielt die Zeit gar keine Rolle mehr.



BRITA SACHS lebt in München und schreibt für den Kunstmarkt und das Feuilleton dieser Zeitung. Je mehr die Kunsthistorikerin sich dabei nicht nur mit alten und neuen Meistern befasste, sondern auch mit angewandter Kunst, desto mehr wuchs ihre Achtung vor Kunstkammerstücken der Renaissance, Glas aus Böhmen oder japanischen Lackarbeiten. Für dieses Heft sichtete sie das Geschmeideangebot der Frühjahrsauktionen (Seite 62). So konnte sie auch den Goldrausch nachholen, den sie während ihrer fünf Jahre in Paris an der Place Vendôme versäumt hatte. Nach Textabgabe flog sie nach Miami Beach (siehe Bild), ausnahmsweise nicht zur Kunstmesse.

FOTOS: FRANK ROTH (2), BRITA SACHS, MICHAEL WISSING

MAXIMILIAN WEINGARTNER trägt die IWC seines Großvaters von 1938 jeden Tag bei Wind und Wetter – und wird deswegen von seinem Uhrmacher gescholten. Ärger bekam er deshalb auch mit Jean-Claude Biver, dem unkonventionellen Präsidenten der Schweizer Manufaktur Hublot, den er für dieses Heft begleitet hat (Seite 30). Biver liebt Uhren: Sein Modell aus Kautschuk und Keramik ist unzerstörbar und kostet 200.000 Euro. Der Manager weiß also, wie man teure Dinge an den Mann bringt. Er verkaufe keine Uhren, sagte er dem Wirtschaftsredakteur in luftiger Höhe, sondern Emotionen und Kunstobjekte: „Wir verkaufen, was Geld nicht kaufen kann.“

ANDREAS NEUBAUER ist zwar gelernter Koch, arbeitet aber seit 15 Jahren vor allem als Food Stylist. So inszeniert der Einundvierzigjährige die Gerichte von Johann Lafer. Dass Neubauer auch selbst auf dekorative Rezeptideen kommen kann, zeigt er in unserer Uhrenstrecke (Seite 36). Wie wäre es zum Beispiel mit einer Creme von Guanaja-Schokolade mit Blattgold? Weil Neubauer aber Stylist ist, präsentiert er sie in Form eines runden Zifferblatts mit Zeigern. So werden aus seinen Rezepten köstliche Kunstwerke. „Die meisten hat übrigens der Foto-Assistent gegessen.“

Armbanduhr
„Nantucket“ aus Silber,
versilbertes Zifferblatt,
Armband aus
glattem Kalbsleder

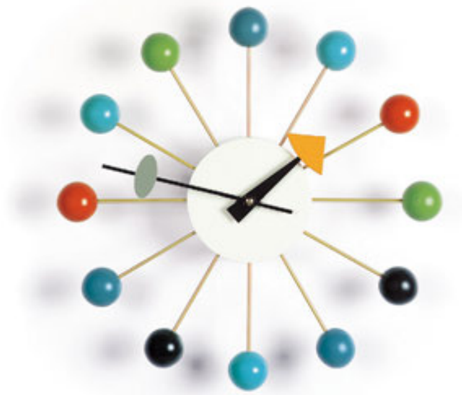
Informationen unter:
Tel. 089/55 21 53-0

Hermes.com

Publicis Et Nous

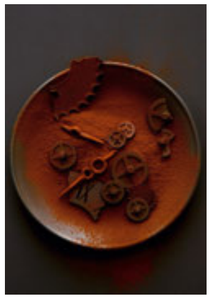
Die Metamorphose -
eine Geschichte von Hermès

HERMÈS
PARIS



Runde Entwürfe: Große Gestalter haben schon immer für Uhren getickt. Viele ihrer Modelle sind nicht einmal aus der Zeit gefallen.

Oliver Holy mag Uhren. Die Leidenschaft scheint ihm nicht zur Last zu werden, wie sein Lächeln beweist.



ZUM TITEL
Der Fotograf Michael Wissing und der Food-Stylist Andreas Neubauer zeigen in der Uhrenstrecke: Zeit heilt alle Sünden.

14 KARL LAGERFELD
22 BOUCHRA JARRAR
30 JEAN-CLAUDE BIVER
72 JOELLE CIOCCO
74 JACK HEUER

ZWÖLF UHR MITTAGS Uhren sind ein Stück Alltag. Zum Beispiel an der Küchenwand. *Seite 28*

ZUM NACHTISCH Die Uhren von heute können alles: Diese schmecken auch noch. *Seite 36*

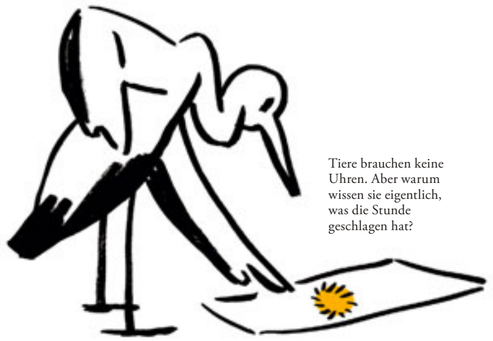
NACH MONATEN Kunstwerke auf dem Zifferblatt kosten vor allem Zeit. *Seite 52*

RUND UM DIE UHR Worüber plaudern eigentlich Experten? Smalltalk auf der Messe. *Seite 54*

SECHS UHR FRÜH Woher weiß der Hahn, wann er krähen soll? Tiere und die innere Uhr. *Seite 56*

VOR SECHZIG JAHREN Warum teure Juwelen an der Côte d'Azur schnell mal weg sind. *Seite 66*

Die nächste Ausgabe des Magazins liegt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung am 24. Mai bei.



Tiere brauchen keine Uhren. Aber warum wissen sie eigentlich, was die Stunde geschlagen hat?

Geht es schöner? Oder hat es Cary Grant nur auf Grace Kellys Juwelen abgesehen? Oder sind wir da einem 60 Jahre alten Film aufgesessen?

FOTOS: ANDREAS MÜLLER, IMAGO, VITRA; ZEICHNUNG: THILO ROTHACKER

KARL LAGERFELD KOMMENTIERT EINEN GROSSKONFLIKT

Ätzender ist Wladimir Putin kaum je gesehen worden. Karl Lagerfeld, der Politik scharfsinnig durchblickt und vielschichtig analysiert, nimmt sich dieses Mal den Ukraine-Konflikt vor und porträtiert die beiden wichtigsten Akteure. Auf der einen Seite Putin, wie ein Freischärler, in dem körperbetonten Look, den er so liebt. Auf der anderen Seite der amerikanische Präsident Barack Obama, in lässiger Pose, mit breitem Lächeln und frechem Spruch. „Putin tut immer so, als hätte er mit den Aufständen im Osten der Ukraine nichts zu tun", sagt Lagerfeld dazu. „Er soll die Maske fallenlassen und es offen zugeben." Ein böser Kunstgriff ist schon der Vergleich der Körpergröße von Obama (1,85 Meter) und Putin (1,70 Meter). Noch markanter der Spitzname des russischen Präsidenten: In „Rampotine" stecken nicht nur „Rambo" und (in französischer Schreibweise) „Poutine". Man hört auch eine Anspielung auf „Rasputin" heraus, den am Zarenhof verehrten Quasi-Heiligen, der am Ende für Russlands Unglück im Ersten Weltkrieg büßen musste. Pass auf, Putin, soll das heißen, dass sich die Machtspiele nicht am Ende gegen dich richten. *(kai.)*

BVLGARI.COM

SERPENTI COLLECTION

FOTOGRAFIERT VON KRISTIAN SCHULLER

EXTRAORDINARY EXPERIENCES

Zugang zu Veranstaltungen für geladene Gäste und kostenfreier Eintritt in die exklusivsten Private Members' Clubs. Privater Einkauf bei den legendärsten Modemarken der Welt. Und maßgeschneiderte Empfehlungen, für Sie handverlesen, um sicherzustellen, dass jeder Stadtbesuch für Sie zu einem außergewöhnlichen Erlebnis wird. Entdecken Sie mehr unter vertu.com

Das neue Vertu Constellation

VERTU

HANDMADE IN ENGLAND

CROISETTE KATAR

Genug Geld gibt es in Doha. Aber purer Luxus schafft noch keine Atmosphäre. Wie am Mittelmeer sieht es hier nicht aus.

Von Melanie Mühl

Der Nachteil absurd reicher Länder: Das Einkaufen bereitet dort nur dann Vergnügen, wenn man selbst reich ist. Der auf Luxusgüter konzentrierte Markt lässt einem nicht die geringste Chance, in Schnäppchenkategorien zu denken. Gucci also oder Trash: Handtaschen für mehr als 1000 Euro oder muffig riechende Stoffsäcke vom Markt, in denen bisweilen Tierchen nisten. Es gibt einfach kein Preis-Mittelfeld.

In Doha, der Hauptstadt des am Persischen Golf gelegenen Staates Katar, wo im Jahr 2022 die Fußballweltmeisterschaft ausgetragen wird, weshalb Gastarbeiter dort unter katastrophalen Bedingungen und in einer Geschwindigkeit Stadien hochziehen, als handele es sich um Reihenhäuser, shoppen die reichen Einheimischen besonders gerne in der Villaggio-Mall. Von der Innenstadt liegt der Einkaufstempel 20 Fahrminuten entfernt. An einem Freitagabend stehen die Chancen gut, dass aus diesen 20 schnell 60 Minuten werden, da man zwischen lauter weißen SUVs fährt. Sie sind in Doha allgegenwärtig und verstopfen folglich oft die Straßen.

Die Villaggio-Mall möchte so wirken wie Venedig. Ein Kanal mit Gondeln durchzieht das Gebäude, die Fassaden der Geschäfte wurden in Pastellfarben gestrichen, und über den Besuchern wölbt sich ein mit Schäfchenwolken verzierter blauer Himmel. Nachdem man bei Louis Vuitton, Christian Dior, Gucci, Prada und Dolce & Gabbana vorbeigeschaut hat, kann man in dieser Mall, deren Atmosphäre so viel vom echten Venedig hat wie ein Supermarkt, noch auf der größten Eisfläche Dohas Schlittschuh laufen.

Doha ist eine künstliche Welt, die unablässig wächst. Eine Stadt, die ihr Gesicht im Monatsrhythmus verändert, in der Visionen keine Grenzen kennen. Ein Spielplatz für Superreiche. Nicht einmal die Altstadt ist alt, aber die Geschichte ist architektonisch gut rekonstruiert. Diese gebaute Illusion, die der Scheich sich in einem sentimentalen Augenblick wünschte, damit er sich leichter in die Kindheit zurückträumen kann, ist mit ihren labyrinthischen Gassen gut gelungen. All das hat etwas Faszinierendes und Verstörendes zugleich.

ZEICHNUNG: VALENTINE EDELMANN

Einer der milliardenteuren Spielplätze trägt den Namen „The Pearl". Das sind die 13 künstlichen Inseln, die ausdrücken wollen: Was Dubai kann, können wir auch. Katar ist mit Erdgasvorräten gesegnet und viel reicher als Dubai. „The Pearl", vollgestellt mit Luxushochhäusern, will die arabische Riviera sein, weshalb man der Promenade den Namen La Croisette verpasst hat, als käme die Inselwelt so ihrem Vorbild näher. Dabei ist die Croisette nicht einmal in stürmischen Gewitternächten so tot wie dieser Ort. Tagsüber hat man die arabische Riviera fast für sich allein. Ab und zu sieht man ein paar Frauen auf High Heels, die mit Goldschmuck behängt und verschleiert sind. Die unwirklich glänzenden Yachten wirken wie Ausstellungsstücke. Man wäre nicht verwirrt, kämen gleich Dutzende Transporter angerollt, um sie abzuholen.

Der Werbefilm „The Pearl Qatar – Riviera Arabia", der auf Youtube abzurufen ist, zeigt die belebte Wunschversion der leblosen Inselwelt: Vor allem westlich aussehende Menschen sitzen in den Cafés, flanieren am Wasser, kaufen Schmuck oder cruisen in knallroten Autos. Auch ein strahlendes Kind darf mal durchs Bild laufen. Der Spruch „The emotion of a Mediterranean Croisette" geht bei allem Verständnis für die Absurdität von Werbebotschaften dann aber doch einen Tick zu weit.

Die Geschäfte bei Vera Wang, Blumarine, Stella McCartney, Missoni und Kenzo dürften trotzdem hervorragend laufen. Höchstwahrscheinlich investiert auch Sheikha Moza bint Nasser, die einflussreichste Frau des Emirats, hier bisweilen Geld. Die zweite von drei Ehefrauen des Scheichs Hamad bin Khalifa Al Thani ist eine schöne, gebildete Frau, die sich perfekt inszeniert. Tippt man ihren Namen bei Google ein, schlägt einem die Suchmaschine die Kombinationsstichwörter „fashion" und „before plastic surgery" vor. Die 54 Jahre sieht man ihr, vermutlich dank Botox und diversen Fillern, jedenfalls nicht an. Auf der Best-dressed-Liste der „Vanity Fair" hat die Mutter von sieben Kindern einen Stammplatz.

Zum Schluss müssen wir noch darauf hinweisen, dass auch die Souks eine Fundgrube sind. Pashminas kosten ein paar Euro, und an jeder Ecke bieten Verkäufer Dischdaschas an, die weißen Gewänder der Männer. Gekürzt geben sie hervorragende Hemdblusenkleider ab. ◂

PRÊT-À-PARLER

① ② ③ ④ ⑤

BLUMEN, FEDERN, GLITZER: REIFE NICHT NUR FÜR UNREIFE FRAUEN

Die Spritze Botox in die Stirn hat keinen besonders guten Ruf, obwohl man sich damit sofort jünger fühlen soll. Dieses Schicksal teilt sich Botox interessanterweise mit dem Haarreif: Auch er hat ein schlechtes Image, obwohl er Haare schön in Form bringt. Auch mit einem Haarreif fühlt man sich gleich um ein paar Jahrzehnte jünger, schließlich ist er vor allem ein Accessoire kleiner Mädchen, die ihn entweder tief in der Stirn tragen oder, die Haare straff nach hinten gekämmt, mitten auf dem Kopf.

Die Mode scheint sich in diesem Frühling vorgenommen zu haben, den Haarreif zu rehabilitieren. Dazu muss man sich nur mal das schwere Band von Valentino (5) aus dunkelrotem Leder mit dicken goldenen Münzen anschauen. Bei der Schau des römischen Hauses in Paris bändigte es den Schopf jedes einzelnen Models. 72 Mal konnte man den gleichen Haarreif sehen, als wollten die Chefdesigner Maria Grazia Chiuri und Pierpaolo Picciolo sichergehen, dass ihre Botschaft auch wirklich bei den Zuschauern in den Rängen ankommt. Diese Botschaft könnte zum Beispiel lauten: „Der Haarreif ist besser als sein Ruf."

Apropos Paris: Auch Marc Jacobs hielt es, nach 16 Jahren als Louis-Vuitton-Chefdesigner, in seiner letzten Schau für die Marke für angemessen, mit übergroßen Teilen im Haar Adieu zu sagen: „Für das Showmädchen in jedem von uns", schrieb er dazu im Kollektionstext und schickte Models in Jeans und mit schwarzen Straußenfeder-Haarteilen des Londoner Hutmachers Stephen Jones raus. Und das soll man zu Jeans auf der Straße tragen? Selbst in Paris würden sich die Leute umgucken. Für den Verkauf wurden die Federn also gestutzt (1); so könnte man schon auf eine Party gehen und trotzdem noch Showgirl sein. Mit der Federkrone von Prada (2) wäre man hingegen eher eine Indianerin. Nein, nicht allen Köpfen widerstrebt der Gedanke, kostümiert loszuziehen: Die Street-Style-Stars, die zwischen New York und Paris vor den Modenschauen herumlungern, warten nur darauf, mit Krone im Haar fotografiert zu werden.

Und was noch? Blumen! Anders als Federn versteht die auch das Mädchen von nebenan, das einmal im Jahr mit dem Gänseblümchenkranz vom Festival heimkehrt und davon träumt, einmal im Leben mit pompösem Blumenkranz im Haar zu heiraten. Da wären die Haarreife von Dolce & Gabbana (4) oder von der New Yorker Designerin Eugenia Kim (3) ein schönes Angebot, das niemals welkt. Wer sie zur eigenen Hochzeit getragen hat, kann sie anschließend zwischen ein paar Lagen Seidenpapier verwahren und in 30 Jahren der eigenen Tochter zur Hochzeit vererben. Es sei denn, die ist dann eher an Glitzersteinen im Haar interessiert, so wie die Schauspielerin Lupita Nyong'o, die so bei der Oscar-Verleihung im März ihre Auszeichnung als beste Nebendarstellerin entgegennahm. Sie ist 31 Jahre alt und somit das beste Beispiel dafür, dass ein Glitzerreif im Haar eben doch nicht nur etwas für kleine Mädchen ist. Andererseits: Wer sich schon zwischen Botox und dem Haarreif entscheiden muss, sollte bedenken, dass ein Reif eine faltige Stirn erst so richtig hervorhebt. *(jwi.)*

FOTOS: DIETER RUCHEL

KINDERKRAM

Ihr Mann Ullrich, hatte unsere Freundin, die Buchhändlerin gesagt, gehe wieder mit ganz neuem Elan zur Arbeit. Er sei nämlich in eine andere Abteilung versetzt worden und nun für den Einkauf in seinem Unternehmen zuständig.

Einkauf, hatte meine Frau gefragt, was denn für Einkauf?

Das soll er euch selbst erzählen, beim nächsten Spieleabend, ja? hatte die Buchhändlerin gesagt, und dann waren sie gekommen, die Buchhändlerin mit einer Flasche Wein, Ullrich mit einer großen Schachtel unter dem Arm.

Ob uns der Name Klaus Teuber etwas sage, fragte Ullrich nach dem Essen, als er uns die Schachtel unter die Nase hielt. Nein? Das sei nämlich der Erfinder von „Die Siedler von Catan“, und in dieser Box stecke Teubers neues Spiel.

Norderwind, las unser Sohn vor, muss das nicht Nordwind heißen?

Schon mal was von poetischer Freiheit gehört, kleiner Besserwisser? sagte Ullrich, und die Buchhändlerin lächelte hilflos. Der Junge hat ja recht, Ullrich, sagte sie, das klingt wirklich etwas komisch, aber ihr Mann war schon dabei, Pappteile aus den großen Bögen auszustanzen, die in der Schachtel zum Vorschein kamen.

Das Spiel geht so, sagte er, jeder von uns hat ein Schiff, und damit bringen wir Waren in die Hafenstädte Norderkap, Trutzhavn und Olesand.

Was denn für Waren, fragte unser Sohn.

Was man halt so braucht, sagte Ullrich. Getreide, Fisch, Holz, Wein, Piratenkapitäne.

Wo kauft man die denn ein, die Piratenkapitäne, sagte meine Frau, du bist doch jetzt Spezialist für Einkäufe, Ullrich.

Die Piraten kauft man natürlich nicht ein, sagte Ullrich, die nimmt man unterwegs gefangen.

Wir zogen jeder reihum Karten, die uns erlaubten, Waren zu laden oder wieder zu verkaufen, die Ausrüstung unseres Schiffs zu verstärken und Gefechte mit den Piraten zu führen. Verlor man, dann war die Runde zu Ende, und wenn man gewann, bekam man eine lila Figur, die man in einen Schlitz am Bug des Schiffs stecken konnte. Unser Sohn hatte dabei Glück, und irgendwann hatte er einen dritten Piratenkapitän gefangen, obwohl jedes Schiff nur Platz für zwei hatte.

Und jetzt? fragte meine Frau.

Ganz einfach, sagte Ullrich, du schubst einen deiner Gefangenen über Bord und hast dann Platz für einen neuen dieser Dreckspiraten.

Ullrich, sagte die Buchhändlerin, nicht alle Seeräuber gehen diesem Beruf freiwillig nach. Viele waren ursprünglich ehrliche Seeleute, wurden zwangsverpflichtet und …

Was schlägst du vor? fragte Ullrich, drei Gefangene, zwei Steckplätze, na?

Könnten sie nicht in die Mannschaft des Handelsschiffs aufgenommen werden, fragte meine Frau, im Heck sind doch noch viele Steckplätze frei.

Jeder hat eine zweite Chance verdient, pflichtete die Buchhändlerin bei.

Und wer bringt dann die Waren in die Hafenstädte, sagte Ullrich. Diese Halunken reißen sich doch in Nullkommanix das Holz und das Salz unter den Nagel und segeln dann in den Sonnenuntergang davon.

Vom Wein ganz zu schweigen, sagte meine Frau, und ich goss ihr nach.

Ullrich steuerte dann sein Schiff geschickt durch alle Widrigkeiten, versorgte die Häfen und hatte das Spiel nach einer knappen Stunde gewonnen.

Seht ihr, sagte er, es ist alles eine Frage der richtigen Strategie. Man kauft Waren ein, möglichst günstig, dann verkauft man sie möglichst teuer und bringt sie sowieso dorthin, wo sie am meisten gebraucht werden. Das gibt dann auch die meisten Punkte.

Und die Piraten? fragte unser Sohn.

Lass mal, sagte Ullrich.

Und ich brachte unseren Sohn ins Bett.

Tilman Spreckelsen

ER STECKT VIEL HANDARBEIT IN DIE TASCHEN

Im Wirrwarr von Bogotá kann man die Werkstatt von Cezar Giraldo leicht übersehen. Im Schaufenster präsentiert er seine handgefertigten Lederwaren, dahinter arbeitet er an einer Tasche. Der Laden ist voller junger Menschen, die schneiden, hämmern, kleben, nähen. „Seit eine unserer Taschen in einem amerikanischen Modemagazin präsentiert wurde, kommen wir kaum noch hinterher“, sagt der Fünfzigjährige, während er ein Schnittmuster vorbereitet. „Ich musste drei zusätzliche Helfer einstellen. Jetzt sind wir zu acht, und der Raum wird langsam eng.“ Früher war Cezar Mode-Unternehmer. Der schnelllebigen Branche wurde er aber überdrüssig. Vor 15 Jahren eröffnete er seine Werkstatt in der Macarena, einem Viertel der kolumbianischen Hauptstadt, das vor allem Künstler, Galeristen und Studenten anzieht. „Es war ein großer Schritt, meinen Beruf aufzugeben und mich dem Kunsthandwerk zu widmen. Meine Freunde dachten, ich sei verrückt, aber ich wollte etwas tun, was mich erfüllt.“ Frei, kreativ und handwerklich zu arbeiten ist ihm wichtig. „Alle Modelle beruhen auf eigenen Entwürfen“, sagt er. Inzwischen sind die Taschen nicht nur in Süd- und Nordamerika erhältlich: Auch „La Carteria“ in Stuttgart führt sie. *Jonas Wresch*

PRÊT-À-PARLER

EIN TISCH WÄCHST ÜBER SICH HINAUS

Es gibt viele Tische, deren Platten sich verkleinern oder vergrößern lassen. Doch in der Höhe sind nur die wenigsten verstellbar. Der Schweizer Architekt und Designer Jürg Bally (1923 bis 2002) schuf mit seinem „S. T. Tisch“ schon im Jahr 1951 einen wahren „Aufzugstisch“, wie er bald mit sparsamem Schweizer Witz genannt wurde. Der Name weist einerseits auf die Funktionalität des Möbels hin: Ausgesprochen wird aus „S“ und „T“ der höhere Ess- und niedrigere Tee-Tisch. Andererseits lässt sich auch unschwer das Wort „ästhetisch“ heraushören: ein Prädikat, das Ballys Tisch bestens beschreibt.

Der offizielle Prototyp der Arbeit aus der frühen Nachkriegszeit steht heute in der Designsammlung des Museums für Gestaltung in Zürich. Er wird auf das Jahr 1950 datiert. Der Tisch, der zwischen 1954 und 1995 schon einmal und die meiste Zeit von Jürg Bally selbst seriell hergestellt wurde, hat drei organisch geformte und nicht senkrecht stehende Beine, was die auf ihnen ruhende Platte noch zusätzlich schweben lässt. Die Verstellmechanik, die über einen Hebel in Betrieb versetzt wird, bleibt unter der Platte verborgen. Mit dem Hebel lässt sich ein Stahlband in Bewegung setzen, das sich in einer Trommel auf- oder abwickelt und auf diese Weise die in Schienen laufenden Beinenden, die in ihrer Mitte über ein bewegliches Zapfenscharnier verbunden sind, enger zusammen oder weiter auseinander rückt. So hebt oder senkt sich die Tischplatte.

Das Schweizer Unternehmen Horgenglarus hat das Möbel nun von dem Designer Daniel Hunziker und zusammen mit der Familie Bally überarbeiten lassen. Als „ess.tee-tisch“ kommt diese Re-Edition auf den Markt. Der Aufzugsmechanismus wurde weiterentwickelt, der Tisch kann jetzt in zehn Abstufungen – von 32 bis 74 Zentimeter – in der Höhe verstellt werden. Damit ist er ideal auch fürs Kinderzimmer: Er wächst über die Jahre einfach mit. *(pps.)*

FOTOS: JONAS WRESCH, FRANK RÖTH, HORGENGLARUS (3)

cassina.com

Vor allem Design.
“Miloe” von Piero Lissoni und Cassina.

Cassina

CASSINA STORES
München Nymphenburger Strasse 5 - ph. +49 89 54 88 45 850
Köln Spichernstrasse 6/10 - ph. +49 221 952765/80

PRÊT-À-PARLER

COUTURE FÜR DEN ALLTAG

Herzlichen Glückwunsch, Bouchra Jarrar! Die Pariser Modekammer hat Sie als „membre permanent" aufgenommen. Als eine von nur rund einem Dutzend Modeschöpfern sind Sie nun offiziell Haute-Couture-Designerin.
Ich zeige meine Kollektionen schon seit vier Jahren zur Couture-Woche, dann wurde mir der Titel angeboten. Das heißt: Die Modekammer kommt auf einen zu. Das ist nichts, wonach man fragen sollte.

Wie haben Sie davon erfahren?
Man hat mich angerufen, eine tolle Überraschung. Ich habe das als Anerkennung für meine Vision verstanden. Drei Wochen später konnte ich unter dem Titel meine Kollektion für Frühjahr und Sommer präsentieren.

Sie haben Ihre eigene Handschrift. Kleider sieht man bei Ihnen auf dem Laufsteg kaum, stattdessen Hosen und Lederwesten. Eigentlich werden bei Couture-Schauen doch immer noch vor allem Abendroben präsentiert.
Mir ist es wichtig, dass man meine Mode überall tragen kann. Es soll Mode sein, die real ist, konkret, von Frauen für Frauen. Schließlich bin ich eine Frau, kenne mich gut aus mit Frauen und ihren Bedürfnissen.

Wie hat sich diese Handschrift entwickelt?
Ich nenne sie „Couture accessible", zugängliche Couture. Ich entwerfe ja sowohl Couture- als auch Prêt-à-porter-Kollektionen. Die sind auf natürliche Weise miteinander verbunden.

Soll man diese „Couture accessible" denn tatsächlich überall tragen können? Soll sie alltagstauglich sein oder doch eher als Alternative zu traditioneller Abendgarderobe gesehen werden?
Beides, die Stücke sind für den Tag wie für den Abend. Meine Lieblingssilhouette ist sehr von der Hose bestimmt. Schauen Sie, ich trage selbst eine! Das ist natürlich von der Herrenmode inspiriert.

In der Damenmode sind zur Zeit viele maskuline Elemente zu sehen. Frauen tragen wieder mehr Hosen oder rahmengenähte Schuhe. Warum eigentlich?
Weil es eben nicht um Phantasie geht, sondern um die Realität. Wenn ich meine Kollektionen entwerfe, geht es darum, dass meine Kundin die Stücke länger als eine Saison tragen kann. Es muss sich ja auch verkaufen. Meine Entwürfe gibt es schon in 55 Läden.

Und es sollen vermutlich mehr werden?
Ja, aber es ist es wichtig, dass man nicht überall erhältlich ist. Man kann nicht an jeden verkaufen. Es geht vielmehr

Hosen statt Abendroben: Die Pariser Modekammer hat Bouchra Jarrar (42) vor kurzem als Haute-Couture-Designerin anerkannt. 30 Jahre lang wurde keine Frau in den Kreis aufgenommen.

darum, stetig weiter zu wachsen. Die vergangenen drei Monate waren sehr wichtig, um die Marke als Couture-Haus aufzustellen. Jetzt kann es mit der kommerziellen Weiterentwicklung losgehen.

Sind Sie Perfektionistin?
Ja, ich möchte meine Sache immer gut machen. Es ist mir wichtig, dass man sich als Kundin in meinen Hosen oder Jacken wohlfühlt und doch ein bisschen anders als normalerweise in Hosen oder Jacken.

Ihre Eltern kommen ursprünglich aus Marokko. Sie sind aber in Cannes geboren und haben sechs Geschwister.
Ja, fünf Schwestern und einen Bruder, ich bin die jüngste. Als Kind habe ich mich immer schon gefragt, wie man so ein Kleidungsstück herstellt.

Haben Sie es damals ausprobiert?
So wie alle kleinen Mädchen, indem ich mir Kleider für meine Puppen ausdachte. Aber das ist wirklich lange, lange her.

Haben Sie die auch genäht?
Sehr gerne sogar. Auch wieder, weil es eben so echt war. Zeichnen war schön und gut, aber mit dem Nähen war ich dem Fach viel näher.

Haben Sie damals auch lieber wahre Geschichten als Märchen gelesen?
Ja, ganz sicher niemals Märchen. Später habe ich alles über Modegeschichte verschlungen. Ich war besessen davon, nach Paris zu ziehen, von Cannes schien das so weit weg. Ich glaube, dass man das meiner Mode heute noch ansieht. Ich finde, sie ist sehr pariserisch.

Haben Sie einen Traum-Shop, der doch bitte sofort Ihre Kollektionen ordern sollte?
Ja, Andreas Murkudis in Berlin.

Die Fragen stellte Jennifer Wiebking.

AB MONTAG IM HANDEL

Gute Schuhe sollen mindestens 15 Jahre halten, Taschen 50 und Uhren und Schmuck gleich mehr als ein Menschenleben. Wer weiß, wo man einige der Produkte auf dieser Seite dann wiederfindet, erst einmal muss sie aber jemand kaufen. Die Buckle-Uhr von Salvatore Ferragamo (1), der Atlas-Cuff von Tiffany & Co. (2), die „Arabesque"-Kollektion von Pomellato (3), der Bulgari-Armreif „Bulgari" (4), die blauen Wildlederschuhe von Brioni (5), die Dior „Lady Dior"-Handtasche (6) sind nämlich noch keine 50 Jahre alt, noch nicht mal 15. Sie sind brandneu und erst ab kommendem Montag, dem 28. April, erhältlich. Die einzige Ausnahme ist da die vierfarbige Shiny Himalaya Bag von Hermès (7). Sie ist keine Neuheit, sondern wurde bereits im Jahr 1982 gefertigt. Aber sie ist so selten und, nach 32 Jahren, zugleich so gut erhalten, dass sie nun im Rahmen der „Spring Luxury Accessories Signature Auction" am New Yorker Auktionshaus Heritage Auctions versteigert wird: Am kommenden Montag, um zehn Uhr vormittags. *(jwi.)*

FOTOS: DPA, AFP, REUTERS, HERSTELLER (7)

www.nespresso.com/lattissima-pro

DeLonghi

NESPRESSO®

„NICHT NUR KAUFEN“

Masamichi Katayama, Sie haben von Colette bis Nike schon viele Flagship Stores entworfen. Und Sie verantworten alle neuen Geschäfte der japanischen Kette Uniqlo, nun auch den ersten deutschen Laden. Wozu brauchen wir Konsumtempel?
Von 100 Läden werden 90 ins Internet gehen. Nur zehn werden bleiben, und die werden im Erleben viel intensiver sein als alles, was es bisher gab. Da geht es nicht nur ums Kaufen. Die Kunden wollen genießen. Der Laden muss im Gedächtnis bleiben. Der Rest wandert ins Internet ab.

Die Vorgabe von Uniqlo-Präsident Tadashi Yanai lautet, dass jedes Regal immer zu mindestens 90 Prozent gefüllt ist. Warum muss man Aberhunderte gleiche Produkte stapeln?
Wir sind ein Warenhaus. Uniqlo heißt „Unique Clothing Warehouse“. Ein Lagerhaus bedeutet Volumen. Und das muss man so organisieren, dass es unterhält. Wir zeigen die Masse zum Beispiel an Kaschmirpullovern in unterschiedlichen Größen und Farben, aber wir gestalten sie kunstvoll und integrieren sie in die Architektur.

Unterscheidet sich der Laden hier am Tauentzien in Berlin von den Großgeschäften in New York oder Schanghai?
Uniqlo vertritt eine sehr rationale Idee. Alles ist wirklich basic, überall gleich. Als Designer transportiere ich diese Weltanschauung global. Wir verfolgen einen ästhetischen Rationalismus. Der Laden muss aufgeräumt und schön aussehen: viel Volumen, minimalistisch anordnen, eine harmonische Atmosphäre schaffen. Deshalb habe ich in diesem Store Bauhaus-Möbel zusammengestellt: ein Barcelona Bed und zwei Barcelona Chairs von Mies van der Rohe, zwei Wassily Chairs von Marcel Breuer, zwei E1027-Tische von Eileen Grey, einen F51-Chair von Walter Gropius. Das unterscheidet den Store in Berlin von anderen.

Und wie plazieren Sie die Ware im Laden?
Ich bin Zimmermannssohn, sehe es also pragmatisch. Die Leute sollen kommen, etwas finden, etwas wollen, etwas kaufen. Man muss das Gefühl erzeugen: Dort ist etwas, hier ist etwas. Und die Menschen müssen die Produkte in die Hand nehmen. Wo die Treppen stehen, wo das Atrium sein soll, das unterscheidet sich von Haus zu Haus. Zu prominent sollen die Produkte nicht plaziert sein. Nicht die Kleidung steht im Zentrum, sondern die Menschen.

Die Fragen stellte Florian Siebeck.

ZIEHT EIN DESIGNER INS MUSEUM

„Wohnt hier jemand? Und wer? Was heißt überhaupt wohnen?“ Nein, hier wohnt niemand. Auch nicht Konstantin Grcic. Er könnte aber, denn Möbel zum Wohnen hat er ja nicht nur selbst entworfen, er hat sie nun auch im Vitra Design Museum aufbauen lassen. Wie Grcic wohnt, wird letztlich zwar nicht verraten, doch bekommt der Besucher eine Vorstellung, wie er sich das Wohnen im 21. Jahrhundert vorstellt. In der Ausstellung „Konstantin Grcic – Panorama“ geht es aber nicht nur um Konstantin Grcic. Der Münchner Designer, Jahrgang 1965, gibt auch Antworten auf die letzte der von ihm gestellten Fragen.

Seine Ausstellung ist in vier Teile gegliedert: Der erste Bereich („Life Space“) zeigt ein experimentelles Wohnumfeld, eine Minimalwohnung, die er mit eigenen Entwürfen, etwa dem Stuhl „Waver“ (Vitra) aus dem Jahr 2011 und dem Tisch „Pallas“ (Classicon, 2002), aber auch mit althergebrachten Einrichtungsgegenständen wie einem Orientteppich eingerichtet hat. Es folgt der „Work Space“ (unser Bild), Grcic’ Werkstatt sozusagen. Eine Felswand, violett bestrahlt, führt zu den Ursprüngen der Menschheit zurück, dem Höhlendasein gegenüber stehen Prototypen des Designers, die aus einem 3D-Drucker stammen. Im dritten Teil beschäftigt sich Grcic mit dem öffentlichen Raum („Public Space“). Hier lässt der Designer eine monumentale Stadtlandschaft der Zukunft erstehen, bevor er im vierten Raum wieder den Blick auf das richtet, was ihn alltäglich beschäftigt: das Entwerfen neuer Objekte („Object Space“). In einer langgezogenen Vitrine liegen besondere Lebensbegleiter des Gestalters, über viele Jahre gesammelte Inspirationsquellen. Es ist der vielleicht persönlichste Teil der Schau, gibt er doch Einblicke in das, was Konstantin Grcic ausmacht: Produkte zu entwickeln, die dem Menschen das Leben lebenswerter machen. Die Ausstellung „Konstantin Grcic – Panorama“ ist noch bis zum 14. September im Vitra Design Museum in Weil am Rhein zu sehen. *(pps.)*

EINE UHR WIE EIN ERBSTÜCK

Mehrere Chronographenscheiben sind praktisch, wenn man mehrere Pferde im Rennen hat.

Uhren gehören wohl zu den schönsten Stücken, die man in seinem Leben erben kann. Nachdem sie der Großvater, die Tante, die Mutter nach Jahrzehnten am Handgelenk liebgewonnen hat, übernimmt das Stück mit ordentlich Patina, das mit der Zeit nur wertvoller wird, einfach der Enkel, die Nichte, die Tochter und trägt es weiter. Auch das Luxushaus Montblanc hat in diesem Jahr gewissermaßen geerbt und den ersten patentierten Chronographen vom Uhrmacher Nicolas Rieussec aus dem Jahr 1821 neu aufgelegt. Rieussec kam damals auf die Konstruktion mit den zwei Chronographenscheiben, um die Laufzeit seiner Pferde beim Rennen genau festzuhalten. Die Neuauflage dürfte jetzt, 193 Jahre später, nicht ungenauer sein, ist aber zudem mit einem Zeiger für die zweite Zeitzone ausgerüstet – für die Enkel der Patentanmelder, die mit ihrem Start-Up auch in Brasilien oder Indien gut beschäftigt sind. *(jwi.)*

PRÊT-À-PARLER

INTERWJUH FÜR EIN BILDERBLATT

Fritz Raddatz am 17. August 2012: Das launige Gespräch fand seinen Nachhall im letzten Band seiner „Tagebücher“, der gerade bei Rowohlt erschienen ist.

Am 4. September 2002 notierte Fritz J. Raddatz in sein Tagebuch über eine abendliche Unterredung mit Walter Kempowski: „Dies und 1000 andere spitzige Kleinigkeiten erzählt er einerseits voller Abscheu und Abgründigkeit – andererseits, damit es über ihn notiert wird, was ja hiermit geschieht.“ Jahre später haben nun wir das Glück, uns einmal so ähnlich wie Kempowski fühlen zu dürfen. Am Freitag, dem 17. August 2012, hatten wir uns um kurz vor 16 Uhr im Hamburger Hotel Grand Elysée zum Interview getroffen. Es sollte ein Gespräch zum Thema „Stil“ werden, für das Vorgängerheft dieses Magazins namens „Z“. Raddatz hatte zuvor klargestellt, dass es nicht bloß um Manschettenknöpfe und Messerbänkchen gehen dürfe, und darauf bestanden, dass ein Konferenzzimmer mit Raucherlaubnis auf F.A.Z.-Kosten zu reservieren sei. Es wurde ein sehr vergnüglicher Nachmittag. Zwei Tage später, am 19. August 2012, hat Raddatz dazu in seinem Tagebuch notiert: „Und wie ‚passe‘ ich überhaupt noch zu mir? Ein pinkelnder Geck, außen weiße Flanellhose und ‚innen‘, nach einem 1½-Stunden-Interview, schleunigst das Herrenklo aufsuchen müssend. Das eine so albernunnötig (das Interview für irgendein Bilderblatt) wie das andere, der Harndrang, demütigend-peinlich. Ich bin ein geschminkter Greis.“ Das Interview, das ausweislich des Mitschnitts zwei Stunden, 25 Minuten und fünf Sekunden dauerte, erschien am 27. Oktober in dem Bilderblatt. In seinem Tagebuch hat er dazu notiert: „Mein heute in der FAZ erschienenes Interwjuh [sic] zum Thema ‚Stil‘ könnte man auch als Fieberthermometer benutzen …“ Ganze drei Tage später ließ er uns in einer unzweideutig formulierten Mail daran erinnern, dass man ihm fest versprochen habe, ihm drei Exemplare des Magazins mit seinem Interview zu schicken, das sei bisher nicht geschehen, und das möge man doch bitte nachholen, denn unter Stil verstehe man auch, Zusagen einzuhalten. Keine drei Wochen danach erreichte uns dann Raddatz’ Bitte, ihm ein Leserecho auf sein Interview zusammenzustellen (Blogbeiträge und Leserbriefe aus F.A.Z. und F.A.S.). Wiederum zwei Wochen später, am letzten Tag des alten Jahres, hat Fritz J. Raddatz sein großartiges Tagebuch wohl für immer beendet. Schade. *(tifr.)*

FOTOS: DPA, HENNING BODE; HERSTELLER

MAILAIKA REISST'S

Das Foto sagt schon alles: Malaika Raiss weiß, wie es geht. Man nehme zwei tolle deutsche Models (links Franzi Müller, rechts Katrin Thormann), erschaffe einen Look, der tragbar ist und zugleich begehrenswert („fancy", wie die Designerin sagt), präsentiere seine Kollektion auf der Berliner Modewoche, lächele Backstage in die Kameras, und schon wird das alles laufen.

Ja, so geht es. Aber es ist längst nicht genug. Wie schwierig das Geschäft mit der Mode ist, hat gerade erst der Umzug des Labels Achtland nach London gezeigt. Von anderen Berliner Marken ist sogar rein gar nichts übriggeblieben. Und es könnte sogar noch schwerer für all die jungen Designer werden, wenn die „Mercedes-Benz Fashion Week" nicht mehr Relevanz auf den Laufsteg bringt.

Malaika Raiss macht die Schwierigkeiten an einer simplen Rechnung zum spröden Thema Zwischenfinanzierung klar: „Das ist für mich ein ständiges Problem. Wenn ich wachsen möchte, habe ich mehr Kunden. Dann muss ich noch mehr vorfinanzieren. Ich trage aber noch immer eine Anfangsschuld mit mir herum. Ich kann also keine Rücklagen schaffen, um daraus eine Vorfinanzierung zu ermöglichen. Man wird dann leider immer ein bisschen ausgebremst, weil man keine Rücklagen hat."

Und es geht trotzdem. Wie es geht, das zeigt ein nicht ganz unwichtiges Detail auf dem Foto: das freundliche und doch bestimmte Lächeln der Modemacherin. Malaika Raiss, die aus Südhessen stammt, zur Hälfte Finnin ist und ihren Vornamen der Ostafrika-Leidenschaft ihrer Eltern verdankt, hat sich beim Aufbau ihrer im Jahr 2010 gegründeten Marke in Berlin einen wirklichkeitsnahen Ehrgeiz bewahrt. Und der flüstert ihr ein: Man muss seine Phantasien auch verkaufen können.

Im vergangenen Jahr jedenfalls hat sie es ganz gut geschafft, unter anderem dank einer Kooperation mit dem Berliner Online-Händler brands4friends. „Darüber habe ich viel verkauft", sagt sie. Auch die Fotostudios, die Logistik, das Marketing-Know-how brachten sie weiter. Ganz nebenbei umging sie den deutschen Einzelhandel, der sich mit deutschen Marken bekanntlich schwer tut.

Die Kooperation geht zwar nicht weiter, weil nun eine neue junge Marke an der Reihe ist. Aber die Zusammenarbeit mit dem Shopping-Portal hat ihrer Marke mehr gebracht als nur den Abverkauf: „Ich kam näher an den Endkunden heran. Das haben wir am Feedback in unserem eigenen Online-Shop gemerkt." Die rothaarige Modemacherin der Pastellfarben wird sich in Zukunft also nicht nur auf den Laufsteg und ihr Backstage-Lächeln verlassen. Davon könnten auch andere Designer lernen. *(kai.)*

Mit Fingerspitzengefühl: Der Holztisch „Ripple" lässt sich ganz leicht in die Höhe heben, ist aber so stabil, dass er auf seiner Platte einen Menschen trägt.

TISCHLEIN RECK DICH

Die „Fichtengans" war nicht nur das größte jemals gebaute Flugzeug. Die Hughes H-4 Hercules bestand auch aus einem ungewöhnlichen Material: Holz. Der Auftrag zum Bau des Giganten durch die amerikanische Regierung wurde 1942 erteilt, ein kriegswichtiger Werkstoff durfte nicht verwendet werden. So setzten der Schiffsbauer Henry J. Kaiser und der legendäre Luftfahrtpionier Howard Hughes Holz der Sitka-Fichte (englisch „Sitka Spruce") ein. Das Kieferngewächs kommt nur in Nordamerika vor. Wie tauglich das Material ist und ob die „Spruce Goose" ihren Namen überhaupt zu recht trägt (das Flugzeug besteht hauptsächlich aus laminiertem Birkenholz), darüber streiten die Experten bis heute. Das Flugboot mit einer Länge von 66,74 und einer Flügelspannweite von 97,51 Metern erhob sich am Ende nur einmal für 1,5 Kilometer vom Boden. Danach dümpelte die „Fichtengans" eine Zeitlang im Hafen von Long Beach (Kalifornien), seit 1992 steht sie in einem Museum in Oregon.

Das Holz der Sitka-Fichte aber hat durchaus besondere Eigenschaften. So ist es recht leicht, was sich der britische Designer Benjamin Hubert, Jahrgang 1984, zunutze macht. Sein Tisch „Ripple" kann auch vom schwachen Geschlecht in die Höhe gehoben werden. Dabei ist er immerhin 2,50 Meter lang und einen Meter breit und bietet zehn Personen Platz zum Essen. Zugleich ist er so stabil, dass eine Person auf seiner Platte stehen kann. Das Geheimnis ist vor allem die gewellte Unterseite der Platte, die dem Tisch seine Festigkeit gibt. Denn „Ripple" besteht aus nur 0,8 Millimeter dicken und dreifach übereinander gelegten Schichten Fichtenholz. Damit benötigt Hubert auch nur ein Fünftel so viel Material, aus dem sonst ein Holztisch gemacht wird. *(pps.)*

PRÊT-À-PARLER

HIER SITZT MAN SCHÖN FUNKTIONAL

Die Liege des „Docteur Pascaud" war eine Errungenschaft: anatomisch geformt, mit verstellbarer Rückenlehne und Nackenrolle. Moderne Zahnarztstühle basieren auch auf diesem praktikablen Möbel. Dem voluminösen Sessel fehlte aber jede Leichtigkeit. Der Mediziner Jean Pascaud war kein Designer, ihm kam es nicht auf die Form, sondern auf die Funktion an. Auffällig ist, dass im Paris der späten zwanziger Jahre für seine „Le Surrepos" in Zeitungsanzeigen geworben wurde und dass Le Corbusier zur gleichen Zeit eine Chaiselongue skizzierte, die aus einer gepolsterten und zweifach geknickten Fläche besteht. Entfernt erinnert Le Corbusiers Entwurf von 1928 auch an das Schaukelsofa der Gebrüder Thonet aus dem Jahr 1883, das ebenfalls eine verstellbare und justierbare Rückenlehne hat, wie man sie von Arztliegen kennt.

Der Architekt Charles-Édouard Jeanneret, der sich seit den frühen zwanziger Jahren schlicht „Le Corbusier" nannte, begann erst 1928 damit, Möbel zu entwerfen. Angemessene funktionale Möbel waren Teil seines Konzepts des Hauses als „Wohnmaschine". In seinem Pariser Architekturbüro, das er mit seinem Vetter Pierre Jeanneret 1922 gegründet hatte, nahm damals gerade die junge Französin Charlotte Perriand ihre Arbeit auf. Gemeinsam begannen sie, Stahlrohrmöbeln zu entwerfen, die heute zu den bedeutendsten Designikonen überhaupt zählen.

Ihre Chaiselongue „B306" (auch „LC4" – für „Le Corbusier 4" – genannt) ist eine Mehrzweckkonstruktion, bei der die Liege mit ihren Metallbögen vom Untergestell unabhängig ist. Sie lässt sich ganz einfach herunterheben, aus der Liege wird ein Schaukelsofa. Le Corbusier nannte den Entwurf „Ausruhe-Maschine" („machine de repos").

Dass auch dieses Werk meist einfach Le Corbusier zugeschrieben wird, ist nicht zu rechtfertigen. Der Anteil von Charlotte Perriand an dem Möbel war maßgeblich, worauf Cassina und Louis Vuitton im Jahr des 110. Geburtstags der Designerin mit einer Sonderedition hinweisen. Ihr zu Ehren ist die Liege nicht nur mit feinstem Sattelleder bezogen, sondern trägt auch den Namen „LC4 CP". *(pps.)*

Beschwingt ausruhen: Die geknickte Liege aus dem Jahr 1928 zählt zu den Designikonen des 20. Jahrhunderts.

FOTOS: GETTY FOR IMG, BENJAMIN HUBERT, CASSINA

SWAROVSKI.COM

Armband «Slake» 69€, Armreif «Stone mini» 99€*
Halskette «Asset» 99€*, Kette mit Anhänger «Astrid» 69€*
Ohrstecker «Arrive» 49€*

*UNVERBINDLICHE ENDVERBRAUCHER–PREISEMPFEHLUNG

SWAROVSKI

Die Bahnhofsuhr: „Pünktlichkeit ist das Markenzeichen der Bahn“, so Hans Hilfiker, seit 1932 Ingenieur der Schweizerischen Bundesbahnen (SBB). Das Markenzeichen seiner 1944 für die SBB entworfenen Bahnhofsuhr ist die rote Kelle als Sekundenzeiger. Seit 1986 gibt es den Designklassiker auch als Armbanduhr (Mondaine).

Die Kupferuhr: Der dänische Designer Henning Koppel war darauf bedacht, selbst aus Alltagsgegenständen schöne und luxuriös wirkende Objekte zu machen. Dafür steht auch seine „Copper Clock“ mit Präzisions-Quarzwerk aus dem Jahr 1978 (Georg Jensen).

STELL DICH EIN

Mit Uhren setzen sich Designer schon seit dem Bauhaus auseinander. Entstanden sind Klassiker des Alltagsdesigns, denen nie die Stunde schlägt.

Von Peter-Philipp Schmitt

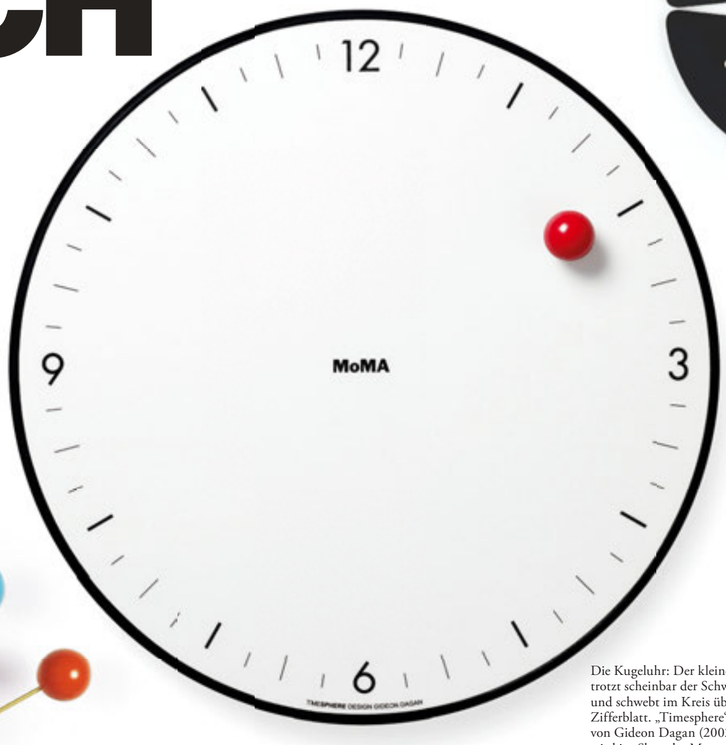
Die Kinderuhr: Dass der Amerikaner George Nelson auch als Grafik-Designer tätig war, zeigen seine Wanduhren „Zoo Timers“ (Vitra) aus dem Jahr 1965. Neben „Elihu the Elephant“ entwarf er noch eine Eule („Omar the Owl“) und einen Fisch („Fernando the Fish“).

Die Armaturuhr: Der Wecker von dem Italiener Joe Colombo (1970) scheint mit seiner halb runden, halb eckigen Form dem Tachometer eines Autos nachempfunden zu sein. „Optic“ verweist aber auch auf das Objektiv einer Kamera: Die Tischuhr (Alessi) hat ums Zifferblatt einen Blendschutz, der auf der Rückseite so verlängert ist, dass sie schräg oder gekippt stehen kann.

Die Wanduhr: Klar und schlicht sollte das Zifferblatt der Uhren sein, die Max Bill für Junghans entwarf. Der Designer, der in Dessau am Bauhaus studierte und später an der Hochschule für Gestaltung in Ulm lehrte, wollte eine mathematisch-rationale Schönheit, die sich an seinen Uhren ablesen lässt.

Die Bauhausuhr: Max Bill, in der Schweiz geboren, zählt zu den großen deutschen Gestaltern. Zu seinen elegantesten Entwürfen gehört die „Tischuhr“ (Junghans) aus dem Jahr 1958 – mit veredeltem Holzgehäuse, Mineralglas und Aluminiumfüßchen.

Die Flügeluhr: Minimalistischer, aber auch verspielter kann die Zeit kaum angezeigt werden. Die „Walter Wayle II“ (Alessi) von Philippe Starck aus dem Jahr 1990 besteht aus zwei Rotorblättern, die sich frei an der Wand drehen. Das Werk der Uhr, die es auch im MoMA-Store in New York gibt, ist verdeckt.



Die Kugeluhr: Der kleine rote Ball trotzt scheinbar der Schwerkraft und schwebt im Kreis übers Zifferblatt. „Timesphere“ stammt von Gideon Dagan (2002) und wird im Shop des Museum of Modern Art in New York verkauft.

Die Blütenuhr: Die erste Uhr für das amerikanische Unternehmen Howard Miller entwarf George Nelson 1947; fast 150 Uhren-Designs sollten folgen. Seine „Petal Clock“ entstand zehn Jahre später. 1957 begann auch seine Zusammenarbeit mit Vitra. Nach Nelsons Tod 1987 legte der Schweizer Hersteller viele der frühen Uhrentwürfe wieder neu auf.

Die Tischuhr: Gewölbt wie ein Fischauge ist das Glas über dem Zifferblatt der „Night Clock“ (Vitra) von George Nelson. Der Amerikaner gestaltete das elegante Messingobjekt 1948. Nicht zuletzt mit seinen vielen Uhrentwürfen wollte Nelson modernes Design in die altmodischen Wohnungen seiner Landsleute bringen.

Die Autouhr: Im Jahr 1966 war die „Cronotime“ von Pio Manzù nur als Jahrespräsent für treue Fiat-Kunden gedacht. Doch der Entwurf, der aus einem sich peripher gegeneinander verdrehenden zweiteiligen Gehäuse besteht, kam so gut an, dass Alessi ihn später neu auflegte.

Die Keramikuhr: Im Zeitalter des frühen Plastiks wählte George Nelson ein natürliches Material für seine organisch geschwungenen „Ceramic Clocks“. Warum seine Entwürfe nicht schon 1953 in Serie gingen, lässt sich nicht klären. Vitra brachte sie dann aber 2009 auf den Markt.

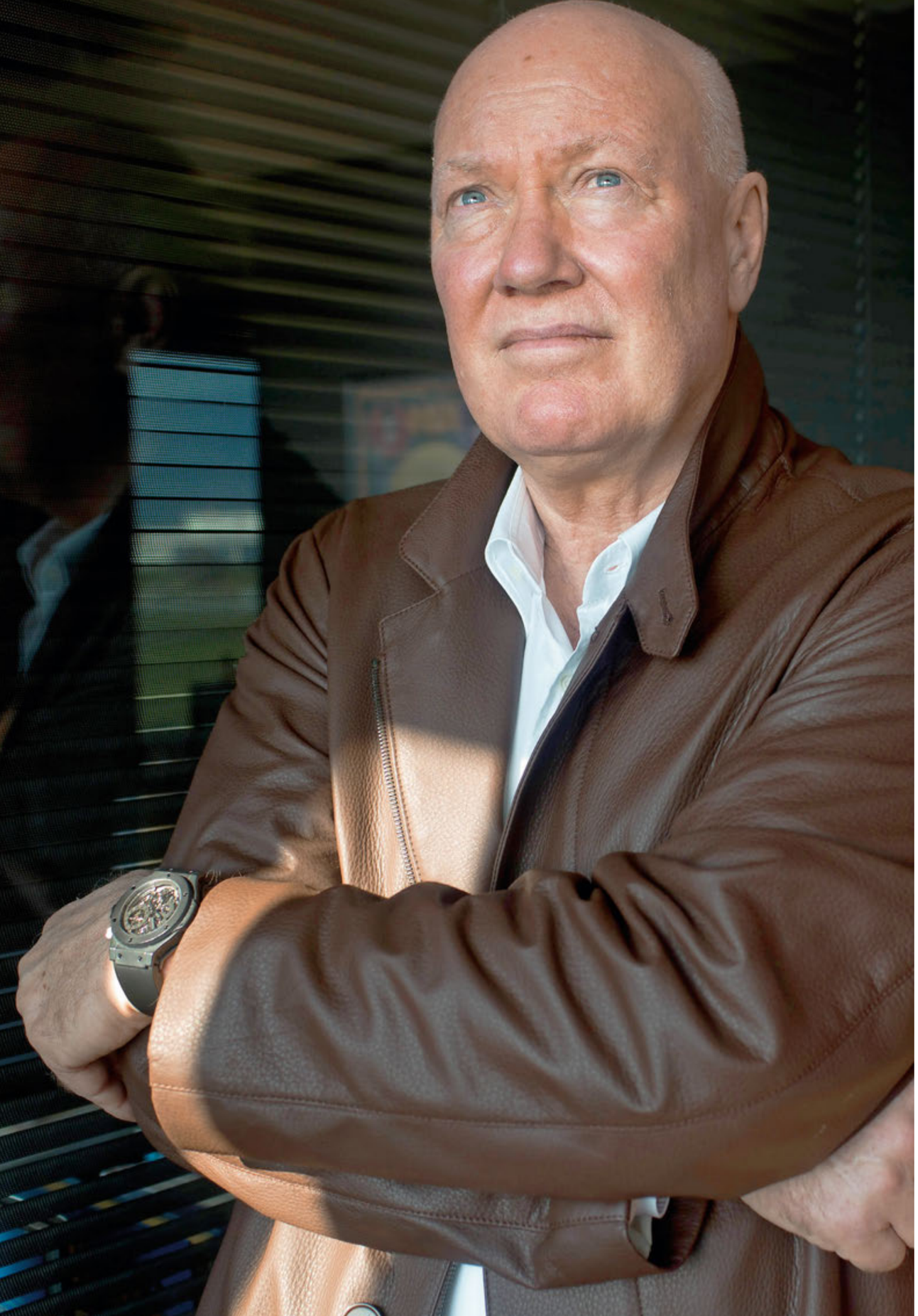
Die Küchenuhr: Nach einigen vor allem schwarzweißen Jahren brachten auch die Designer von Braun Farbe ins Spiel. Dietrich Lubs entwarf 1982 diese recht schlichte Wanduhr mit dem Namen „ABK 30“ im Auftrag von Dieter Rams, der damals schon seit 20 Jahren Leiter der Formgebung des Kronberger Unternehmens war.

Die Skulpturuhr: Kaum eine andere Designikone verkörpert so das Lebensgefühl der fünfziger Jahre wie die bunte „Ball Clock“ (Vitra) von George Nelson. Dabei entwarf der Amerikaner das verspielte Symbol der Nachkriegsjahre schon 1948.

FOTOS: MONDAINE WATCH LTD, MARC EGGIMANN/VITRA (3), ANDREAS SUTTER/VITRA (2), ALESSI (4), PETER KRASILNIKOFF/GEORG JENSEN, BRAUN (2), JUNGHANS (5), ALEN & MORE

Die Radiouhr: Schon 1955 entwickelten Fritz Eichler und Artur Braun das erste Röhrenradio („SK 1“) für das Unternehmen Braun. Der erste elektrische Braun-Wecker („Phase 1“) von Dieter Rams und Dietrich Lubs kam 1971 auf den Markt, sieben Jahre später fügten sie Radio und Uhr zusammen. Heraus kam die Radiouhr „ABR 21“.

Die Pendeluhr: Wie eine Miniaturarchitektur wirkt die „Mantel clock“ des amerikanischen Architekten Michael Graves (Alessi). Der Entwurf von 1988 wird von Hand gefertigt und besteht aus Ahornfurnier. Das Pendel schlägt in einer Kolonnade aus schwarz lackiertem Holz, das Zifferblatt befindet sich in der Beletage des Bauwerks.



Spielzeug für Erwachsene: Die Hublot am Handgelenk ist für Jean-Claude Biver eine Art Fortsetzung von Träumen aus seiner Kindheit.

ALLES HAT SEINE ZEIT

Jean-Claude Biver ist die schillerndste Figur der Uhrenszene. Auf Zeit-Reise mit dem Mann, der die teuersten Uhren verkauft.

Von Maximilian Weingartner, Fotos Daniel Pilar

Wenige Minuten zuvor saß Jean-Claude Biver noch entspannt in einer Lounge, checkte Mails auf seinem Mobiltelefon und plauderte mit einem alten Freund. Jetzt steht er vor 600 Zuhörern auf einer Bühne der Tourismusmesse Berlin (ITB) und redet sich in Rage. Eingeladen wurde er, um darüber zu sprechen, wie man eine Luxusmarke führt. An seinem Arm trägt der 65 Jahre alte Manager eine 200.000 Euro teure schwarze Uhr, der man ihren Wert auf den ersten Blick gar nicht ansieht. Es ist ein Zeitmesser der Schweizer Manufaktur Hublot, deren ehemaliger Vorstandsvorsitzender er ist und der er nun seit zwei Jahren als Präsident vorsteht.

Jean-Claude Biver kennt sich also aus, wie man Dinge an den Mann bringt, die kein Mensch braucht. „Es ist nicht leicht, Erfolg zu erklären, sonst wäre jeder hier im Raum erfolgreich“, sagt Biver und befindet sich noch im ersten Gang seines Vortrags, der nicht so wird, wie es die Zuhörer aus ihren Business Schools gewöhnt sind. Sie gucken etwas irritiert auf den selbstbewussten Mann, dessen Abbild auf zwei riesigen Leinwänden übertragen wird. Biver trägt einen blauen Anzug mit kurzem Revers, dazu rahmengenähte braune Monk-Strap-Schuhe. Der große Mann mit dem weißen Haarkranz und dem kleinen Bauch ist eine Legende in der immer noch konservativen und von der Schweiz aus dominierten Uhrenszene. Blancpain, Omega, Hublot: Gleich dreimal gelang es ihm, eine leicht angestaubte Uhrenmarke aufzupolieren.

Nun sollen die Anzugträger in der schmucklosen Halle des vielleicht hässlichsten Gebäudes der Welt, des ICC in Berlin, erfahren, was die Tourismusbranche in Sachen Luxus von der Uhrenbranche lernen kann, also von Jean-Claude Biver. Er sei schlecht in der Schule gewesen, erzählt er gleich mal launig in fließendem Englisch mit

leichtem französischen Akzent, und wie alle Angehörigen seiner Generation habe er Arbeit gehasst. „Ich war ein Hippie!“ In Lausanne studierte er Wirtschaft, ohne genau zu wissen warum. Die Vierer-WG hatte eine gemeinsame Kasse für das gemeinsame Leben.

Seine erste Lektion habe er von den Beatles und den Rolling Stones gelernt. Er liebte die Musik wie Millionen andere Jugendliche auch, fragte sich aber immer, warum John Lennon, Mick Jagger und die anderen Musiker so alberne Frisuren haben müssten. „Weil sie damit einzigartig waren“, sagt Biver. „Man muss anders, einzigartig und der erste sein, um Erfolg zu haben.“ Wenn all das zusammenkomme, könne man als Unternehmer nicht verlieren. Die Erzählung aus dem Leben des JCB ist zu einem un-

„All You Need Is Love“: Für Biver ist die Arbeit Leidenschaft, den Beatles-Hit singt er deshalb sogar beim Vortrag auf der Bühne eines Messezentrums.

SEINE ZEIT

orthodoxen Motivationsseminar geworden. Biver lässt die Zeit schneller vergehen. Seine Erfolgsgeschichte scheint ihn selbst zu berühren, oder er zieht eine Show ab, die er immer wieder durch seine zahllosen Vorträge geübt hat. Er bleibt nicht stehen, läuft ständig vor und zurück, bewegt sich fast tänzelnd über die Bühne, gestikuliert theatralisch, lacht, und seine Stimme wird immer lauter – bis ihn die Bronchitis außer Atem und zum Husten bringt.

Er haut mehr Weisheiten raus als jedes Management-Lehrbuch, alle bewiesen durch Lebenserfahrung. „Nur durch Fehler kann man lernen.“ – „Allein ist man schwach, das ist die Tragödie der Diktatoren.“ – „Im Team zu arbeiten ist das Beste.“ Dann beginnt er den Beatles-Hit „All You Need Is Love“ zu singen. Die Ableitung zum wahren Geschäftsleben folgt sofort: „Liebe ist das Wichtigste im Leben. Und Leidenschaft ist ein Ausdruck von Liebe. Und wenn deine Arbeit deine Leidenschaft ist, dann gibt es keine Grenzen.“

Der Saal ist begeistert. Jean-Claude Biver bedankt sich, verlässt die Bühne, zieht sein Sakko aus. Sein hellblaues Hemd ist nass von Schweiß. Sofort ist er wie ein Rockstar umrundet von Groupies, die ein Autogramm oder ein Foto mit ihm haben möchten. Ein junger Mann schenkt Biver den Prototyp einer Uhr. Der Meister bedankt sich höflich. Dann, in der Lounge, schnell wieder tiefenentspannt, gibt er Interviews für Bloomberg TV und die „Financial Times“.

Jean-Claude Biver ist ein gefragter Mann. Etwa 150 Tage im Jahr ist er unterwegs, hält mindestens 60 Vorträge an Universitäten und besucht Wohltätigkeitsveranstaltungen. Oder er eröffnet neue Geschäfte in der ganzen Welt, etwa mit dem schon in die Jahre gekommenen brasilianischen Fußballidol Pelé in Rio de Janeiro, der Markenbotschafter des Unternehmens ist und auch für das Potenzmittel Viagra sein Gesicht hergibt. Gleich nach dem Vortrag auf der ITB hat Biver ein Treffen mit Kunden und Partnern in der Berliner Dependance von Hublot am Kurfürstendamm.

Eine nagelneue Mercedes-S-Klasse mit Chauffeur wartet schon. Inzwischen ist ein Angestellter von Hublot aus Deutschland dazugestoßen. Meist reist Biver aber allein und trägt seine Koffer auch selbst, was schwierig ist, wenn einem immer jemand etwas abnehmen will. Während eines kurzen Telefonats mit seiner Frau, mit der er mehrmals täglich via Telefon, Mail oder Whatsapp kommuniziert, hat der oberste Repräsentant von Hublot 63 neue Mails erhalten.

Schon seit zwei Jahren ist er nicht mehr im operativen Geschäft. Aber Biver ist immer noch der erste Uhrenverkäufer. Im Store neben dem Geschäft von Louis Vuitton am edlen Abschnitt des Kurfürstendamms stellt er sich sogleich hinter die Theke und beginnt seine One-Man-Show. Nach und nach treffen die Gäste ein. Der Berliner Ferrari-Händler, der Berliner Rolls-Royce- und BMW-Verkäufer, ein Beamter aus dem Verteidigungsministerium, zwei arabische Schmuckdesigner, alle in weiblicher Begleitung. An ihren Füßen kastige Schuhe für 100 Euro, an ihren Handgelenken eine Uhr für Zehn- oder Hunderttausende.

Serviert wird Veuve Clicquot – und Bivers berühmter Käse. „Vielleicht der teuerste der Welt“, sagt Biver und nimmt ein Stück in den Mund. Erst jetzt trauen sich die anderen, auch zuzugreifen. Unglaublich, jetzt macht der Mann auch noch Käse, liest man in den bewundernden Blicken. Hinter Bivers sandsteinfarbener Villa aus dem 19. Jahrhundert am Genfer See liegt ein hölzernes Gehöft. Aus der Milch der 80 Kühe produziert er pro Jahr rund fünf Tonnen Käse.

Sie gehören zu den teuersten: Der durchschnittliche Preis einer Hublot liegt bei 16.000 Euro.

Wie kommt er dazu? Biver muss lachen, seine wasserblauen Augen strahlen. „Na, die ersten Uhrmacher waren Bauern im Jura-Tal“, sagt er und wischt dabei mit einer Serviette immer wieder den Glastisch ab, auf dem sich Fingerabdrücke angesammelt haben. Im Winter reparierten sie ihre Geräte, woraus sich dann die Uhrmacherkunst entwickelte. „Ich gehe nun den umgekehrten Weg.“ Nicht zum Lebensunterhalt: Er verschenkt lieber seinen Käse, zum Beispiel an Freunde, die in der Gastronomie arbeiten. Ein Stück kostenlosen Käse bekommen auch die Ehefrau von Tony Blair und Königin Elisabeth II. „Geld mache ich mit Uhren.“

Wenn man in die Vitrinen des Geschäfts blickt, in das man nur durch zwei Türen gelangt, weiß man auch warum. Der durchschnittliche Preis einer Hublot liegt bei etwa 16.000 Euro. Hublot-Uhren gehören zu den teuersten und exklusivsten der Welt. Mit der Fünf-Millionen-Uhr, die bescheiden „Big Bang“ genannt wurde, hielt das Unternehmen lange den Rekord der teuersten Uhr der Welt. 14 Monate Arbeit stecken darin, zwölf Diamantschleifer, fünf Diamantfasser, zahlreiche Uhrmacher – sie alle arbeiten daran, eine Uhr mit sage und schreibe 1282 Edelsteinen zu verzieren. Allein die 100 Diamanten haben dabei 100 Karat.

„Wir bauen ja keine Uhren“, sagt Biver und beginnt wieder den Tisch im Hublot-Shop zu wienern, hinter dem er immer noch steht. Ein Mitarbeiter gibt ihm derweil ein Zeichen zum Aufbruch, gleich steht ein Essen im In-Restaurant „Grosz“ auf dem Programm. Biver lässt sich jedoch nicht beirren. „Wir bauen Emotions- und Kunstobjekte, die heute überhaupt keinen rationalen Grund haben zu existieren.“ Die Zeit ablesen könne man auch mit einer Uhr für 100 Euro oder mit dem Handy. „Wir verkaufen, was Geld nicht kaufen kann.“

Vor allem Oligarchen und Scheichs sind Kandidaten für extraordinäre Objekte wie die Millionen-Uhr. Aber

LIEBEN | VERTRAUEN

BUCHERER
1888

UHREN SCHMUCK JUWELEN

Berlin Düsseldorf Frankfurt Hamburg München Nürnberg | Basel Bern Davos Genève Interlaken Lausanne
Locarno Lugano Luzern St. Gallen St. Moritz Zermatt Zürich | Wien | Paris | *bucherer.com*

Zu Tisch: Biver trifft seine Gäste zum Abendessen im Berliner Restaurant „Grosz“. In seinen eigenen Läden wienert er schon mal die Schaukästen mit der Serviette.

Und schon wieder weiter: In einer Embraer Phenom mit vier Sitzen kommt er noch spätabends schnell von Berlin nach Genf.

SEINE ZEIT

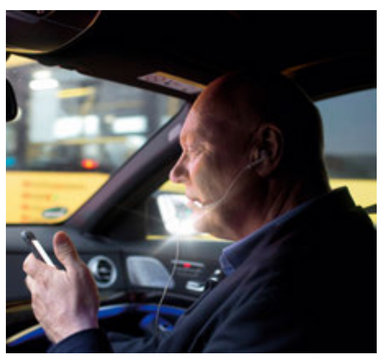
auch die meisten anderen Modelle sind im Gegensatz zu Bivers unscheinbarem Exemplar, mag es noch so teuer sein, alles andere als dezent. Die Uhren sind von komplizierter Technik, feinsten Materialien und extravagantem Design, über das man durchaus streiten kann, nicht zu vergleichen mit den mehrheitlich immer noch eher klassischen Luxusuhren anderer Häuser. Hublot-Uhren sind groß, dick, auffallend und teuer.

„Dass sich die Leute, gerade auch in Asien, stark individualisieren, hat der Schweizer Uhrenindustrie enorm viel geholfen“, sagt Biver. „Die Uhr hat sich zum Kommunikationsinstrument gewandelt, das anderen Leuten meinen Geschmack, meinen Status, meinen Stil anzeigt.“ Die Menschen in den aufstrebenden Ländern nutzten Uhren wie einen Identitätsnachweis. „Die Uhr ist ein Pass, sie gibt an, wer man ist.“ Vor 30 Jahren habe der Metzger, wenn er gute Geschäfte gemacht hat, sich einen Mercedes gekauft. „Die Rolle des Autos als Statussymbol ist teilweise durch die Uhr ersetzt worden.“

Perfekt also für Leute, die in der Öffentlichkeit stehen und zeigen wollen, dass sie es geschafft haben. Der schnellste Mann der Welt, Usain Bolt, Basketballer und NBA-Star Kobe Bryant, Fußballtrainer und Egomane José Mourinho und Rapper wie Jay-Z sind Markenbotschafter. Immer wieder sieht man auf dem roten Teppich Prominente wie den Schauspieler Jet Li, der eine Hublot in die Kameras hält. Auf Youtube ist auch ein Video zu finden, in dem sich zwei bekannte Boxer nach einer Pressekonferenz wild prügeln, einer von ihnen trägt sichtbar eine Hublot. Sind ihm solche Kunden peinlich? „Nein, das wäre arrogant“, sagt Biver. „Wer bin ich zu entscheiden, wer meine Produkte kauft?“

Jean-Claude Biver und seine Anhänger sind mittlerweile über den Ku'damm in ein Separee des „Grosz“ gezogen, das im Stil der zwanziger Jahre eingerichtet ist. Die meisten der Gäste und Kunden waren natürlich schon zur Eröffnung da gewesen. Viel Gold ist zu sehen hinter der schweren Eingangstür, Fliesen in Schachbrettmuster, gediegenes Holz in dunklen Tönen, pompöse Jugendstilsäulen und Spiegel, die an den Ecken so angeknabbert sind, als hätten sie an diesem Ort schon Jahrzehnte überstanden. Nur die Hälfte der Modelle von Hublot würde er selbst tragen, sagt Biver, während er die Uhren seiner Gäste mustert. Oft fällt sein Blick zuerst auf die Uhr, wenn er jemanden kennenlernt. Bivers Modell hat ein Armband aus Kautschuk, der Rest ist aus unverwüstlicher Keramik. Statt auf ein Ziffernblatt schaut man direkt auf das wunderschöne Uhrwerk. „In all diesen Rädern kann man die Geschichte einer Dampfmaschine erkennen“, sagt Biver. „Als kleiner Junge habe ich Dampfmaschinen gerne gehabt. Bei Hublot habe ich immer gesagt, das ist das, was wir verkaufen müssen: Dampfmaschinen, von denen die Kinder geträumt haben. Und wenn sie erwachsen werden, dann träumen sie weiter. Mit der Hublot am Handgelenk, die eine Dampfmaschine ist.“

Jean-Claude Biver hat in den achtziger Jahren die Rückkehr zur mechanischen Uhr eingeleitet, als die Branche am Boden lag, niedergestreckt vom billigen japanischen Quarzgetriebe. Im Jahr 1983 erwarb Biver gemeinsam mit Jacques Piguet für 18.000 Euro die Rechte an der Marke Blancpain, die seit dem Jahr 1956 nicht mehr aktiv gewesen war, verkaufte sie später für 60 Millionen Schweizer Franken an den Uhren-Giganten Swatch, wechselte gleichzeitig in dessen Konzernleitung, formte Omega zur Luxusuhr und wechselte dann auf dem Zenit im Jahr 2004 zu Hublot, einem Unternehmen mit 36 Mitarbeitern. Acht Jahre später erzielen 500 Angestellte einen Umsatz von 500 Millionen Euro. Die Rendite in der Luxusuhrenbranche liegt zwischen 18 und 22 Prozent.



Sie haben 63 neue Nachrichten: Während eines kurzen Telefonats mit der Ehefrau läuft einiges auf.

Die Rechnung im „Grosz“ zu bezahlen fällt da nicht schwer. Biver bedankt sich nach zwei Stunden Dinner bei seinen Gästen für ihr Kommen und wünscht ihnen noch einen schönen Abend. Die Limousine wartet schon wieder auf ihn. Nächstes Ziel: Flughafen Schönefeld. Am nächsten Tag muss er von Genf nach Moskau fliegen, ein Konzert von Depeche Mode besuchen und bei einer Charity-Veranstaltung eine Million Euro eintreiben. Daily Business. Fast geräuschlos gleitet der Mercedes die 30 Minuten über die Autobahn. Biver checkt wieder Mails und plaudert kurz mit dem Fahrer über die zu grelle blaue Beleuchtung im Innenraum. Ist er zufrieden mit dem Verlauf des Abends? Naja, sagt er, 30 Gäste seien erwartet worden, 15 nur gekommen. Berlin sei ein schwieriges Pflaster. In München werde im Durchschnitt eine Uhr am Tag verkauft, in der Hauptstadt sind es weniger.

Im Flugzeug, einer Embraer Phenom mit vier Sitzen, kann Jean-Claude Biver das erste Mal am Tag sein Handy nicht benutzen. Er macht es sich bequem, zieht die Schuhe aus und legt seine Füße auf den gegenüberliegenden Sitz. Der Kapitän bringt Schnittchen, frisches Obst und Schweppes, viel Schweppes. Die Maschine wird anderthalb Stunden in der Luft sein. Dann muss Biver, der bekannt dafür ist, sehr früh aufzustehen, noch einmal so lange bis zu seinem Haus am Genfer See fahren. „Ich stehe in der Regel zwischen drei und fünf Uhr morgens auf“, sagt er, während die Maschine sanft gen Himmel abhebt. „Dabei brauche ich keinen Wecker, ich werde von selbst wach.“ Noch vor dem Familienfrühstück telefoniert er mit Geschäftspartnern in Asien oder beantwortet Mails: „Hausaufgaben machen.“ Abends bleibt er dann meist bis 20 Uhr im Büro, um danach mit der Familie zu Abend zu essen.

FOTOS: DANIEL PILAR

Das hohe Tempo fordert seinen Tribut. Biver nennt die Scheidung von seiner ersten Frau Ende der achtziger Jahre „eine Niederlage, die mir zum ersten Mal zeigte, dass ich nicht alles verstehen und beherrschen konnte, aber gleichzeitig war es eine phantastische Chance für ein neues Leben“. Im Jahr 2000 erkrankte er an der Legionärskrankheit. Zudem erwartete seine zweite Frau ein Kind von ihm. „Das waren für mich Zeichen, dass ich mein Leben ändern musste.“ Familie, sagt er, sei ihm sehr wichtig. Die Eltern sind wohlhabend, der Vater besaß ein namhaftes Schuhgeschäft in Luxemburg und konnte die beiden Söhne auf ein Internat schicken. „Ich habe Eigenständigkeit gelernt, habe gelernt, Verantwortung für den jüngeren Bruder und Führung zu übernehmen.“

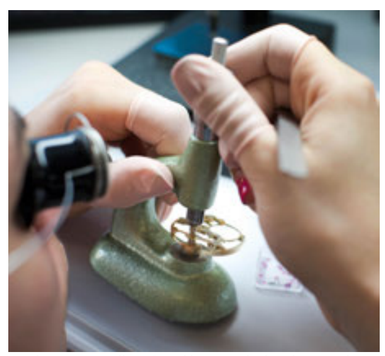
Der Vater ist Luxemburger, die Mutter Französin. In den Ferien waren die Kinder oft bei den Großeltern in Burgund, die dort ein Restaurant und Hotel betrieben. Von ihnen habe er Gastfreundschaft und Lebensgenuss gelernt, erzählt Biver. Tatsächlich verfügt er zum Beispiel über eine der größten Sammlungen des weltberühmten Weinguts Château d'Yquem, deren älteste Flasche aus dem Jahr 1811 datiert. Die Familie habe ihm drei Werte vermittelt: erstens die Liebe als das Teilen von Glück und Unglück, als Respekt vor anderen und als die Gabe des Verzeihens; zweitens das Bestreben, sich seiner Herkunft und Freunde zu erinnern und nicht abzuheben; drittens die Bescheidenheit gegenüber eigenen Erfolgen.

Obwohl er auf den ersten Blick mit seiner bisweilen dominanten Art angeberisch wirkt, scheint Biver in der Tat im Kern bescheiden. Was seine Ansichten anbelangt, aber auch seine Art. Er kann sich leicht für etwas begeistern und andere mitreißen. Auch wenn es nicht um Uhren und ihn selbst geht, argumentiert er leidenschaftlich, sei es die Ukraine-Krise oder Steuerhinterziehung – sein Vermögen wird auf etwa 150 Millionen Schweizer Franken geschätzt. Bei diesem Thema will er gar gleich seine Steuererklärung hervorholen, um zu beweisen, dass er korrekt und viel bezahle. Geld? „Freiheit zum Investieren und Unternehmen, und dass meine Familie und ich gut leben können. Als Statussymbol brauche ich es nicht.“

Vielleicht auch deshalb fing er vor einem Jahrzehnt mit Hublot noch einmal von vorne an. Für 2,6 Millionen Franken kaufte er sich mit 20 Prozent ein – wegen dieser Entscheidung erklärten ihn viele in der Branche und auch Freunde für verrückt. Damals arbeitete er in der Konzernleitung an der Seite von Swatch-Legende Nicolas Hayek für Omega. Wahrscheinlich hätte er vier Jahre später gerne Hublot ganz übernommen. Doch der Haupteigentümer, Carlo Crocco, wollte verkaufen und einen Maximalpreis erzielen. Biver hatte keine Lust, seine eigene Leistung noch einmal zu bezahlen, und verkaufte ebenfalls – und aus dem Unternehmer Jean-Claude Biver wurde der Angestellte eines Luxuskonzerns.

Seit sechs Jahren nun gehört Hublot mit Sitz in Nyon zu LVMH (Moët Hennessy — Louis Vuitton), dem Konzern des französischen Milliardärs Bernard Arnault. „Das Einzige, was sich mit einer Übernahme verändert, ist der Aktionär“, sagt Biver. „Alles andere würde den Kern dieser Marken umgehend zerstören – und damit den eigentlichen Wert, der in ihnen steckt.“

Was er nicht sagt: Nicht alle Marken sind begeistert, wenn der Pariser Luxuskonzern zugreifen will. So wehrte sich Gucci im Jahr 1999 erfolgreich gegen einen Übernahmeversuch – und flüchtete 2001 unter das Konzerndach des ewigen LVMH-Rivalen Kering (Yves Saint Laurent, Balenciaga, Bottega Veneta, Puma). In jüngster Zeit hat Arnault heimlich einen rund vierzehnprozentigen Anteil an Hermès erworben, einem der letzten unabhängigen Traditionsunternehmen der Luxusbranche. Mittlerweile kontrolliert LVMH mehr als 23 Prozent der Aktien.



Mindestens eine Million: So viel kosten nicht die Uhren, sondern die Maschinen in der Firmenzentrale, pro Stück.

Im Foyer des schwarzen Hublot-Firmengebäudes, das von außen ziemlich zweckmäßig gestaltet ist, hängt ein gigantisches Foto von Jean-Claude Biver und Luca di Montezemolo, dem Präsidenten von Ferrari. Beide posieren vor einem roten Sportwagen aus dem Hause der italienischen Rennwagen-Dynastie. Hier soll es eben nicht nur zweckmäßig zugehen: Jeden Montag lässt Biver für 15.000 Schweizer Franken frische Blumen kaufen und im ganzen Haus verteilen.

Vom Eckbüro des Präsidenten blickt man auf Obstplantagen und auf den nur ein paar Kilometer entfernten Genfer See. Ein gerahmtes Trikot des FC Bayern München, als Verein Markenbotschafter von Hublot, ein paar Modelleisenbahnen, Uhrenkataloge und ein alter Sessel schmücken den Raum. Die Morgensonne scheint hell. Jean-Claude Biver ist, obwohl er erst spät und gesundheitlich angeschlagen ins Bett gekommen ist, um sechs Uhr aufgestanden und gut gelaunt.

Hublot produziert in Nyon 36.000 Uhren im Jahr. Biver führt zuerst in die Metallurgie-Abteilung, wo ein kaum dreißigjähriger Materialwissenschaftler gerade mit einer Bohrerspitze aus Stahl ein Aluminiumplättchen traktiert – und das, ohne einen Kratzer zu verursachen. Das Patent für die Erfindung ist natürlich schon angemeldet. In einem riesigen Raum stehen fast ein Dutzend Maschinen, die alle mindestens eine Million Euro gekostet haben und mit denen man die unterschiedlichen Teile für das Uhrwerk aus Metallen und Gold formt, bevor sie mit der Hand zu einem Kunstwerk zusammengebaut werden.

Jean-Claude Biver ist sichtlich stolz. Wie kann er denn hier durchlaufen, ohne daran zu denken, dass ihm nichts mehr davon gehört? „Man kann auch etwas besitzen, ohne formeller Eigentümer zu sein. Ich besitze die Führung von Hublot, gestalte die Strategie, motiviere die Mitarbeiter“, sagt er. „Eine Firma zu führen gibt genauso viel Freude und Befriedigung, wie sie zu besitzen. Besitzen ist passiv, Führen ist aktiv.“ ◂

CREME VON GUANAJA-SCHOKOLADE MIT BLATTGOLD

Zutaten für ca. 4 Portionen:
400 ml Sahne
½ Tl Zimt
Mark von 1 Vanilleschote
75 g Puderzucker
3 Blatt Gelatine
100 g Guanaja-Zartbitter-Schokolade
ca. 8 Blätter essbares Blattgold
8 Zeiger aus Zartbitter-Schokolade

1. Sahne mit Zimt, Vanillemark und Puderzucker verrühren und 2-3 Minuten bei schwacher Hitze köcheln lassen. Gelatine 5 Minuten in kaltem Wasser einweichen. Danach ausdrücken und in der heißen Sahne auflösen.

2. Schokolade kleinhacken, nach und nach in die heiße Sahne rühren und darin schmelzen. Creme ca. 2 cm hoch in 4 Förmchen mit etwa 9 cm Durchmesser gießen und für 3 Stunden in den Kühlschrank stellen.

3. Förmchen bis zum Rand kurz in heißes Wasser tauchen. Dann die Creme sorgfältig am Rand mit einem kleinen Messer lösen und auf Teller stürzen.

4. Creme vollständig mit Blattgold überziehen und mit jeweils 2 Zeigern aus Schokolade verzieren.

Von links nach rechts: Piaget Altiplano 900P, 38-mm-Gehäuse aus 18 Karat Rotgold, 22.800 Euro; Audemars Piguet Millenary 4101 mit einem Gehäuse aus Roségold, 32.100 Euro; Girard-Perregaux Chrono Hawk Hollywood mit weißem Zifferblatt, 18.900 Euro; Gucci G-Timeless Slim Automatik mit Lederarmband, 2500 Euro

MAHL ZEIT

Männer lieben Käse zum Nachtisch? Noch lieber mögen sie Zartbitter oder Nougat. Erst recht, wenn das Dessert in die Zeit passt.

Fotos Michael Wissing
Rezepte Andreas Neubauer

MAHL

JOGHURT-PARFAIT AUF ERDBEER-CRÈME-FRAÎCHE

Zutaten für ca. 6-8 Portionen:

Für das Parfait:
200 g griechischer Sahne-Joghurt
Mark von 1 ausgekratzten Vanillestange
Saft von ½ Limette
2 Eiweiße
1 Prise Salz
75 g Zucker

Für die Erdbeer-Crème-fraîche:
50 g reife Erdbeeren
150 g Crème fraîche
2 El Puderzucker

Außerdem:
12-16 Zartbitter-Schokoröllchen
ca. 2 El fein gehackte Pistazien zum Bestreuen

1. Den Joghurt mit Vanillemark und Limettensaft glattrühren. Eiweiß mit einer Prise Salz zu steifem Schnee schlagen, dabei langsam den Zucker einrieseln lassen. Eischnee behutsam unter den Joghurt heben.

2. Eine rechteckige flache Wanne von etwa 15 mal 20 cm mit Folie auslegen. Joghurt-Mousse etwa 1,5 cm hoch in die Wanne streichen und für ca. 5-6 Std. in das Gefrierfach stellen.

3. Inzwischen die Erdbeeren zuerst waschen, putzen und würfeln, dann zusammen mit der Crème-fraîche und dem Puderzucker zu einer feinen Creme pürieren.

4. Joghurt-Parfait aus dem Gefrierfach nehmen und mit einem Messer in etwa 4 x 4 cm große Quadrate schneiden. Erdbeer-Crème-fraîche mit einem breiten Pinsel auf Teller verteilen. Parfait daraufsetzen. Jedes Parfait mit 2 Schokoröllchen als Zeiger verzieren und nach Belieben mit gehackten Pistazien bestreuen.

Im Uhrzeigersinn von oben: Omega Speedmaster Mark II mit beidseitig entspiegeltem Saphirglas, 4600 Euro; Chronoswiss Timemaster Chronograph Skeleton, 9700 Euro; Jaeger-LeCoultre Master Compressor Chronograph mit 46-mm-Gehäuse aus Keramik, 12.400 Euro; Tag Heuer Carrera Calibre 1887 Monaco Grand Prix Limited Edition mit 43-mm-Gehäuse, 5100 Euro; Certina DS-2 Chronograph mit Edelstahlgeäuse und Aluminium-Lünette, 620 Euro

ZEIT

MAHL

WARME RHABARBER-CONSOMMÉ MIT VANILLE-PANNA-COTTA

Zutaten für ca. 4 Portionen:

Für das Zuckerglas:
250 g Zucker
50 g Glukose-Sirup

Für die Consommé:
500 g Rhabarber
150 g Zucker
500 ml Prosecco

Für die Panna Cotta:
250 ml Sahne
50 g Puderzucker
Mark von 1 Vanilleschote
4,8 g Agar-Agar
Puderzucker zum Bestäuben

1. Für das „Zuckerglas“ den Zucker mit 100 ml Wasser und dem Glukose-Sirup in einen Topf geben und so lange kochen, bis eine Temperatur von 150 Grad erreicht ist. (Dafür am besten ein spezielles Zucker-Thermometer verwenden.) Die Mischung auf eine Silikonmatte gießen, mit einer zweiten Matte belegen und rasch mit einem Rollholz möglichst dünn ausrollen. Dann abkühlen lassen und in vier gleichgroße Stücke brechen.

2. Rhabarber waschen, klein würfeln und zusammen mit Zucker und Prosecco in einen Topf geben, einmal aufkochen, dann bei schwacher Hitze 30 Minuten ziehen lassen.

3. Inzwischen für die Panna Cotta die Sahne mit Puderzucker und Vanillemark in einen Topf geben. Agar-Agar hinzufügen, die Mischung unter ständigem Rühren mit einem Schneebesen zum Kochen bringen. Vom Herd nehmen und rasch in spezielle Silikonformen für Zahnräder und Zeiger füllen und abkühlen lassen. Fest gewordene Panna Cotta behutsam aus den Formen drücken und in tiefe Teller verteilen.

4. Consommé durch ein Tuch pressen und warm zu den Panna-Cotta-Zahnrädern in die tiefen Teller gießen. Je ein großes Stück „Zuckerglas“ darauflegen, mit Puderzucker bestäuben und sofort servieren.

Von oben nach unten: Lange & Söhne Grosse Lange 1 Mondphase in Platin, 50.900 Euro; Panerai Luminor 3 Days lefthanded, Linkshänderuhr, 8200 Euro; Maurice Lacroix Masterpiece Mystery, 11.300 Euro

ZEIT

MAHL

QUARK-MOUSSE MIT VEILCHEN-SIRUP

Zutaten für ca. 6-8 Portionen:

Für die Mousse:
3 Blatt Gelatine
2 El Veilchen-Likör
250 g Sahne-Quark
Saft von ½ Limette
2 Eiweiße
1 Prise Salz
75 g Zucker

Außerdem:
50 ml Veilchen-Likör
125 ml Veilchen-Sirup
12-16 weiße Schokoröllchen
Puderzucker zum Bestäuben

1. Gelatine 5 min. in kaltem Wasser einweichen. Veilchen-Likör erwärmen, Gelatine ausdrücken und darin auflösen. Den Quark mit Veilchen-Likör und Limettensaft glattrühren. Eiweiß mit einer Prise Salz zu steifem Schnee schlagen, dabei langsam den Zucker einrieseln lassen. Eischnee behutsam unter den Quark heben.

2. Eine rechteckige flache Wanne von etwa 15 mal 20 cm mit Folie auslegen. Quark-Mousse etwa 1,5 cm hoch in die Wanne streichen und für ca. 3 Std. in den Kühlschrank stellen.

3. Inzwischen den Veilchen-Likör zusammen mit dem Veilchen-Sirup um die Hälfte einkochen. Dann abkühlen lassen und in eine kleine Spritztüte umfüllen.

4. Quark-Mousse aus dem Kühlschrank nehmen. Ca. 6-8 Kreise mit etwa 4 cm Durchmesser ausstechen. Veilchen-Sirup in kleinen Tupfen und Punkten in einem etwa 3 cm breiten Band auf Teller spritzen. Je einen Quark-Mousse-Kreis daraufsetzen und jeweils mit 2 Schokoröllchen als Zeiger verzieren und nach Belieben mit Puderzucker bestreuen.

Von links nach rechts:
Rolex Oyster Perpetual Datejust II in Edelstahl, 5750 Euro; De Bethune Titan Hawk mit blauen Edelstahl-Zeigern, 37.500 Euro; Nomos Lux mit Weißgold-Gehäuse, 14.800 Euro; Cartier Calibre de Cartier Chronograph, Modell Stahl/Stahl, 9050 Euro

ZEIT

MASCARPONE-MOUSSE AUF GELEENUDELN VON ESPRESSO UND AMARETTO

Zutaten für ca. 6 Portionen:

Für die Mousse:
3 Eier
100 g Zucker
Mark von 1 Vanillestange
400 g Mascarpone
1 Prise Salz

Für die Geleenudeln:
200 ml kalter kräftiger Espresso
100 ml Amaretto
1 El Puderzucker
4,8 g Agar-Agar
6 PVC-Schläuche
(0,5 cm Durchmesser und 1 m Länge)
1 Spritze mit 3 mm großer Öffnung

Außerdem:
ca. 2 Tl Kakao zum Bestäuben
zerbröselte Amaretti zum Bestreuen

1. Eier trennen. Eigelbe mit 50 g Zucker und Vanillemark in einer Schüssel verrühren. Schüssel über ein heißes Wasserbad stellen und in ca. 5 min. zu dick-cremiger Konsistenz aufschlagen. Anschließend die Schüssel vom Wasserbad nehmen, Mascarpone unterrühren. Eiweiße mit einer Prise Salz steifschlagen, restlichen Zucker (50 g) dabei einrieseln lassen. Eischnee unter die Mascarpone-Creme heben. Eine rechteckige flache Wanne von etwa 15 mal 20 cm mit Folie auslegen. Mascarpone-Mousse etwa 1,5 cm hoch in die Wanne streichen und für ca. 2 Std. in das Gefrierfach stellen.

2. Inzwischen für die Geleenudeln Esspresso mit Amaretto und Puderzucker in einen Topf geben. Agar-Agar hinzufügen, die Mischung unter ständigem Rühren mit einem Schneebesen zum Kochen bringen. Vom Herd nehmen, den Schaum von der Oberfläche abschöpfen, um eventuelle Verunreinigungen zu entfernen. Die PVC-Schläuche einzeln aufrollen und mit Klebeband zusammenbinden. Die Espresso-Mischung in die Spritze aufziehen und in die Schläuche spritzen. Die gefüllten Schläuche in kaltes Wasser legen, damit der Inhalt fest wird. Die leere Spritze wieder aufziehen, und die Luft in die Schläuche spritzen, um die Geleenudeln herauszudrücken. Diese jeweils in ca. 30 cm lange Stücke teilen, zu Bändern flechten und behutsam auf Teller legen.

3. Mascarpone-Mousse aus dem Gefrierfach nehmen. 6 Kreise mit etwa 5 cm Durchmesser ausstechen. Jeden Kreis leicht mit Kakao bestäuben und auf die geflochtenen Bänder legen. Abschließend zerbröselte Amaretti auf das Dessert streuen.

MAHL

ZEIT

Von links oben im Uhrzeigersinn: Patek Philippe Aquanaut Travel Time mit Zwei-Zeitzonen-Mechanik, 27.550 Euro; Jeanrichard 1681 Automatik mit Manufakturkaliber, 4600 Euro; Longines Avigation Oversize Crown, Chronograph mit Mono-Drücker-Funktion, 2390 Euro; Gucci G-Timeless Automatik in Stahl mit Stahlarmband, 980 Euro.

ZARTBITTER-SCHOKOLADEN-CANACHE MIT KARAMELL-CREME UND KNUSPER-SPIRALE

Zutaten für ca. 6 Portionen

Für die Karamell-Creme:
150 g Zucker
150 ml Sahne

Für die Knusper-Spirale:
25 g Butter
75 g brauner Zucker
1 Eiweiß
25 g Mehl

Für die Canache:
100 g Zartbitter-Schokolade
150 g Vollmilch-Schokolade
100 ml Sahne
2 Tl Honig

Außerdem:
Zahnräder und Zeiger aus Zartbitter-Schokolade
Feine Federn aus karamellisiertem Zucker
Etwas Kakao zum Bestäuben

1. Zucker in einem Topf braun karamellisieren. Topf vom Herd ziehen, frisch aufgekochte Sahne unterrühren. So lange weiterrühren, bis sich der Karamell aufgelöst hat. Karamell-Sahne in eine Schüssel umfüllen und zugedeckt im Kühlschrank über Nacht auskühlen lassen. Am nächsten Tag die durchgekühlte Karamell-Sahne mit einem Handrührgerät zu dick-cremiger Konsistenz aufschlagen.

2. Für die Knusper-Spiralen Butter mit Zucker in einem Topf zerlassen. Etwas abkühlen lassen, dann Eiweiß und Mehl zufügen und rasch zu einer glatten Masse verrühren. Teig zugedeckt im Kühlschrank einen Tag ruhen lassen.

3. Aus einem Plastikbogen eine Schablone von etwa 1,5 cm Breite und etwa 25-30 cm Länge ausschneiden. Ofen auf 180 Grad vorheizen. Waffelteig mit Hilfe einer Palette und der Schablone dünn auf eine Silikonbackmatte auftragen. Teig im heißen Ofen goldbraun backen. Die gebackenen Waffelstreifen rasch in noch heißem Zustand locker zu einer Spirale aufrollen.

4. Für die Canache-Creme beide Schokoladensorten klein hacken. Sahne mit Honig aufkochen, Topf vom Herd ziehen, Schokolade nach und nach dazugeben und in der heißen Sahne schmelzen. Masse zu dick-cremiger Konsistenz abkühlen lassen. Dann in einen Spritzbeutel mit Lochtülle umfüllen.

5. Karamell-Creme mit einem Löffel auf Teller streichen. Canache in einzelnen Tupfen daneben spritzen. Das Dessert mit der Knusper-Spirale, einigen Zahnrädern und Zeigern sowie feinen Zuckerfedern garnieren und mit etwas Kakao bestäuben.

MAHL

ZEIT

Von links im Uhrzeigersinn: IWC Aquatimer Automatic in Edelstahl mit einem schwarzen Kautschukarmband, 4900 Euro; Alexander Shorokhoff Glocker mit einem Gehäuse aus Edelstahl, 1990 Euro; Meistersinger Pangaea 1Z mit dunkelblauem Zifferblatt, 1798 Euro; Rolex Oyster Perpetual GMT-Master II in Edelstahl, 7.200 Euro.

Oliver Holy schätzt zeitloses Design. Das zeigt auch sein Firmensitz am Gelände des alten Flughafens München-Riem. Der Bau des Architekten Joachim Jürke besteht aus Glas, Beton und Holz. Von der Dachterrasse aus hat er einen herrlichen Blick auf die Alpen.

holy watch

Für ihn muss es eine Rolex sein. Oliver Holy, der das Design-Unternehmen Classicon führt, sammelt die Uhren der Luxusmarke aber nicht. Er trägt sie einfach nur, jeden Tag.

Von Peter-Philipp Schmitt

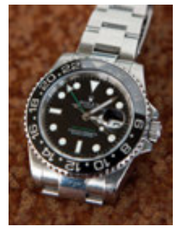
Eine Rolex am Handgelenk eines Zwanzigjährigen ruft auch bei Oliver Holy Stirnrunzeln hervor. „Wenn er die Uhr aber von seinem Vater oder Großvater hat, ist das etwas anderes“, meint der Vierzigjährige. Er selbst bekam seine erste Rolex schon zur Konfirmation. „Das ist eine Tradition in unserer Familie: An dem Tag schenkt der Patenonkel dem Patenkind eine einfache Submariner.“ Der Konfirmand trug sie mit Stolz. Für ihn war die Uhr aber schon damals kein Statussymbol. Kaum einer habe ja in den achtziger Jahren gewusst, was eine Rolex ist. „Damals gab es den Hype noch nicht.“

An diesem Tag hat der Münchner Unternehmer gleich fünf Rolex-Uhren mit in sein Büro am alten Flughafen Riem gebracht. Es sind die Lieblingsstücke einer nicht allzu großen Sammlung. Oliver Holy versteht sich nicht als Sammler. Die Uhren sind für ihn Gebrauchsgegenstände, wie an den Kratzern auf den Gläsern und am Gehäuse unschwer zu erkennen ist. Er trägt sie, allesamt, je nach Lust und Laune. Qualität am Handgelenk zu haben ist ihm wichtig. Auch weil Oliver Holy nach einem Skiunfall seit seinem achten Lebensjahr im Rollstuhl sitzt und er darum mit seinen Uhren häufig an Hindernisse gerät.

„Das ist meine ‚Runterrammeluhr‘“, sagt Holy und zeigt auf sein Handgelenk. „Ich weiß, das hört sich bei einer Rolex schrecklich an, aber die ist wirklich unkaputtbar.“ Die Rolex GMT-Master II, die als Besonderheit eine Datumslupe hat, war ebenfalls ein Geschenk. Oliver Holy bekam sie von seinem Vater 2008 – im Jahr seines 35. Geburtstags. „Es war ein Kombi-Geschenk“, erzählt Holy. „Zum Geburtstag und zu Weihnachten. Mein Bruder hat genau die gleiche Uhr bekommen. Da kann mein Vater nichts falsch machen, vor allem weil er weiß, dass wir uns tierisch darüber freuen.“

Sein Vater, das ist Jochen Holy, der zusammen mit seinem jüngeren Bruder Uwe aus der einstigen Schneiderei des Großvaters Hugo Ferdinand Boss den internationalen Luxuskonzern Hugo Boss formte, aus dem sich die Holy-Brüder aber schon vor mehr als 20 Jahren zurückzogen. An Mode und einem riesigen Unternehmen war der Sohn

Cosmograph Daytona: Die eigens für Rennfahrer im Jahr 1963 entwickelte Uhr bekam Oliver Holy zu Abitur und 18. Geburtstag von seinem Vater Jochen Holy geschenkt.



GMT-Master II: Auch diese Uhr war ein Geschenk – zu seinem 35. Geburtstag. Oliver Holy trägt die Pilotenuhr besonders gern auf Reisen über mehrere Zeitzonen hinweg.

Day-Date in Gold: Die kleinere Rolex hat sich Oliver Holy gekauft. Er trägt sie zum Smoking, wenn er zu einer Hochzeit eingeladen ist oder bei den Salzburger Festspielen.

Explorer II Steve McQueen: Die Uhr, die nach dem Schauspieler benannt wurde, ist ein Lieblingsstück von Oliver Holy, dessen zweiter Vorname Steve ist. Sie war die erste Rolex, die er sich 1996 gekauft hat.

holy watch

und Neffe schon damals nicht interessiert. Oliver Holy wollte einen kleinen Betrieb, in dem er seine Angestellten kennt. 2003 ergab es sich, dass er mit Hilfe seines Vaters das noch junge Unternehmen Classicon zunächst als Mitgeschäftsführer übernehmen konnte.

Stephan Fischer von Poturzyn hatte die Firma Classicon (Classic Contemporary Design) 1990 gegründet. In den Besitz des ehemaligen Vorstandsmitglieds der traditionsreichen Vereinigten Werkstätten in München gingen wertvolle Lizenzen berühmter Klassiker über, darunter vor allem Entwürfe von Eileen Gray. Zugleich holte er vielversprechende zeitgenössische Designer ins Unternehmen, unter ihnen den jungen Konstantin Grcic. Als sich Fischer von Poturzyn aus der Firma zurückziehen wollte, kaufte Vater Holy seinem Sohn Classicon, der dafür sein Jurastudium kurz vor dem Examen abbrach.

Oliver Holy machte sich schnell unabhängig von der finanziellen Hilfe seiner Familie. Schon bald hatte er Erfolge vorzuweisen, das Unternehmen florierte, auch weil der junge Chef die Produktlinien ausgewogen erweiterte – die Klassiker genauso wie Zeitgenössisches von Designern wie Clemens Weisshaar, Sebastian Herkner oder den Engländern Barber Osgerby. Auf der größten Möbelmesse der Welt in Mailand hat er gerade erst einen eleganten kleinen Sekretär präsentiert, unter dessen Arbeitsfläche aus Leder, die sich aufrollen lässt, alle digitalen Geräte verschwinden können. Der Entwurf des „Pegasus Home Desk“ stammt von Tilla Goldberg und dem Stuttgarter Studio Ippolito Fleitz Group.

Oliver Holy ist oft auf Reisen, das bringt sein Beruf mit sich. Gerade darum schätzt er seine Rolex GMT-Master II, die ihm ganz einfach zwei Zeitzonen anzeigt. Genau dafür ist sie auch gemacht: Die Uhr ging auf eine Ausschreibung der Fluggesellschaft Pan Am im Jahr 1954 zurück. Eigens für die Piloten entwarf Rolex eine Uhr, die mit einem vierten Zeiger eine zweite Zeitzone markiert. So erklärt sich auch der Name der Uhr: Denn der zusätzliche Zeiger mit seiner auffälligen Pfeilspitze sollte auf „Greenwich Mean Time“ (GMT), auf mittlere Greenwich-Zeit, eingestellt sein.

Jede Rolex hat ihre Geschichte. Das gilt auch für die zweite Uhr, die Oliver Holy wieder vom Vater geschenkt bekam – dieses Mal 1991 zum 18. Geburtstag und zum Abitur. Es ist ein Cosmograph Daytona, eine Uhr, die 1963 für die Ansprüche von Rennfahrern entwickelt wurde und die berühmt dafür ist, dass sie der Hollywoodstar und Gelegenheitsrennfahrer Paul Newman nicht nur in einem Film, sondern mehr als 35 Jahre lang auch privat und bis zu seinem Tod 2008 täglich getragen haben soll. „Die Daytona hat eine Stoppuhr-Funktion“, sagt Holy. „Die benutze ich zwar nie, aber ich könnte.“ Für ihn ist die Uhr mit den drei kleinen Zifferblättern im Zifferblatt einfach wunderschön.

Daher rührt seine Leidenschaft für die Schweizer Marke: Die Uhren sind für ihn zeitlos schön. Nur darum kauft er sich immer mal wieder eine neue Rolex. Das sei wie mit den Möbeln, die er für sein Unternehmen sorgfältig auswählt, um sie dann herstellen zu lassen. „Was mir nicht gefällt, hat keine Chance. Ich würde mir nie eine Uhr kaufen, nur weil sie teuer ist oder was ganz Besonderes oder Seltenes.“ Auch nicht als Kapitalanlage. „Ich weiß nicht einmal, was die Dinger im Hier und Jetzt wert sind.“

Doch neugierig ist er dann doch. Und so schaut er im Internet nach, was seine „Tagesuhr“, die er noch immer am Handgelenk trägt, wert ist. Die Seite chrono24.de gebe einen guten Überblick, was Luxusuhren der verschiedenen Jahrgänge kosten, sagt Holy. Seine GMT-Master II wird zur Zeit zum Beispiel für 5350 Euro angeboten. Allerdings ist die Rolex im Internet nahezu makellos und wie neu, seine Uhr mit markantem Schlag dürfte ihm sicherlich weniger einbringen.

„Mit einer Rolex macht man definitiv kein Geld kaputt“, sagt Holy. Aber gilt das nicht auch für andere Marken? Doch, sagt Holy, wenn auch Rolex für ihn klar die Spitzenposition unter den Markenuhren einnimmt – und das gelte inzwischen für alle Modelle des Genfer Unternehmens. „Die gehen preislich einfach nur nach oben.“

Sea-Dweller: Die Uhr für Taucher stammt aus Oliver Holys Geburtsjahr – 1973.

Casio G-Shock: Eine Uhr aus Holys Teenagerzeit, typisch für die „Generation Golf“.

Ähnliche Wertsteigerungen erlebt man seiner Meinung nach höchstens mit Uhren der Marken Patek Philippe, Omega, IWC, Breitling, Audemars Piguet, Jaeger-LeCoultre und Panerai. „Ich kaufe mir aber die Uhren nicht, um sie nach ein paar Jahren wieder zu verkaufen. Das würde ich nie machen, es sei denn, es müsste sein.“

Dass Rolex-Uhren kein Schnäppchen mehr sind, weiß er natürlich. Das war einmal. Noch 1996 hatte sich Holy auf einem Flohmarkt in New York eine Rolex gekauft, die er schon immer haben wollte: eine Explorer II, die sogenannte Steve-McQueen-Rolex. „Das war die erste, die ich mir selbst gekauft habe“, sagt er und fügt hinzu: „Sie hat fast nichts gekostet.“ Zu der Zeit habe sich noch niemand für Vintage-Uhren interessiert. „Wer wollte schon alte, kaputte Uhren in den achtziger, neunziger Jahren haben, der Zeit der Wölfe an der Wall Street.“ Holy zahlte immerhin 1500 Dollar, sein Cousin vor sieben Jahren für das selbe Modell 14.000. „Der Wert der Uhr hat sich in gut zehn Jahren also fast verzehnfacht“, sagt Holy und sucht schon im Internet nach dem aktuellen Preis seiner Uhr. Es sind noch einmal 6000 Dollar mehr. „Meine ist allerdings ziemlich abgerockt.“ Von Wertsteigerung hatte er Mitte der Neunziger sowieso keine Ahnung. „Ich wusste nur, Steve McQueen hat sie getragen, die will ich haben“, erzählt Oliver Holy, dessen zweiter Vorname Steve ist – nach dem „King of Cool“, wie der Haudegen vieler Actionfilme der Sechziger und Siebziger genannt wird.

Auf dem Tisch liegen noch zwei Rolex, die er unbedingt haben wollte: eine Day-Date und eine Sea-Dweller. Beide hat er sich selbst gekauft. Die Day-Date aus dem Jahr 1982 fällt unter den anderen Uhren schon deshalb auf, weil sie aus achtzehnkarätigem Gold ist und im Durchmesser ein paar Millimeter kleiner als die anderen Modelle. Zudem zeigt sie im Zifferblatt den jeweiligen Wochentag an – auf Deutsch. Holy, der gerne in die Oper in München, aber auch zu den Salzburger Festspielen fährt, hat sie sich für feierliche Anlässe und passend zu seinem Smoking gekauft. Die Day-Date selbst feierte gleich in ihrem Entstehungsjahr ein glanzvolles Debüt: Der amerikanische Präsident Dwight D. Eisenhower bekam eine der ersten zur Feier seiner Wiederwahl 1956 geschenkt.

Oliver Holys Sea-Dweller ist eine „Double-Red“, benannt nach den beiden roten Zeilen auf dem Zifferblatt. Von diesem Modell existieren nur wenige Uhren, weil sie nicht lange hergestellt wurde. Er kaufte sie, weil sie aus dem Jahr 1973 stammt. „Ich wollte immer eine Rolex aus meinem Geburtsjahr haben.“ Was sie gekostet hat, verrät er nicht. Ihr heutiger Wert liegt bei rund 20.000 Euro. Die Sea-Dweller wurde eigens für Taucher entwickelt. Mit der 40 Jahre alten Uhr konnte man 2000 feet (610 Meter) tief ins Meer hinunter. „Mit der neuen Sea-Dweller kann man 3000 oder sogar 4000 Meter tief runter“, sagt Oliver Holy. „Da zerreißt's zwar deinen Körper, aber die Uhr übersteht's.“ Er selbst legt Wert darauf, dass alle seine Uhren funktionieren und wasserdicht sind. „Ich will nicht darüber nachdenken, wenn ich mit ihnen dusche oder ins Schwimmbad gehe.“

Die Sea-Dweller am Arm diente Holy sogar als Türöffner, wie er erzählt. Auf einer Messe kam einmal ein Hersteller auf den Stand, der sich die Möbel von Classicon ansehen wollte. Der Amerikaner war neu in seinem Unternehmen. Holy wusste aber, dass die Firma Classicon-Plagiate im Programm hatte – und zwar von dem „Adjustable Table E 1027“ aus dem Jahr 1927, dem Erfolgsentwurf von Eileen Gray, für den Holy die Lizenz besitzt. „Ich habe das Thema nicht angesprochen“, sagt Holy. Der Amerikaner aber habe ihn auf seine Sea-Dweller angesprochen, auch weil er selbst eine am Handgelenk trug, ein Geschenk des Vaters. Sie plauderten angeregt über alte Uhren und Autos und auch über Fälschungen. „Kurze Zeit später nahm er dann die Plagiate aus seinem Programm. Seither bestellt er die Originale bei uns.“ ◂

FOTOS: ANDREAS MÜLLER

Die „Queen“ aus der Serie Florilège von Vacheron Constantin zeigt die Königin-Strelitzie in Cloisonnée-Emailtechnik. Handaufzugswerk im 37-Millimeter-Weißgoldgehäuse mit Diamant-Lünette. Etwa 111.000 Euro.

KUNST VOR ZWÖLF

Wer die Zeit von einem Unikat ablesen will, muss Geduld haben. Denn die Zifferblatt-Kunstwerke auf Damenuhren entstehen in monatelanger Handarbeit.

Von Monika Schramm

Schmuckstücke, von denen frau auch die Zeit ablesen kann: Damenuhren waren nie einfach nur Zeitmesser. Es ist daher kein Zufall, dass sich in Genf neben den Uhrmachern seit Jahrhunderten auch die Kunsthandwerker niederlassen, die aus Uhren Schmuckstücke machen. Auch sie haben es mit winzigen Dimensionen zu tun. Denn der Raum in einem Gehäuse oder auf dem Zifferblatt einer Armbanduhr ist knapp. Und so miniaturisierten die Künstler ihre Motive, entwickelten ihre Techniken weiter und schufen Dekore für unvergleichliche Schmuckstücke.

Heute erleben Intarsienmalerei, Email-Miniaturen, Lackieren, Gravieren und Guillochieren oder das Granulieren eine unglaubliche Renaissance. Leider gibt es nicht mehr allzu viele Menschen, die sie beherrschen. Aber offenbar wächst die Zahl der Menschen, die ein solches Kunstwerk besitzen wollen. Und die müssen warten können, manchmal monatelang.

Vor allem die Hersteller von Luxusuhren holen die raren Künstlerinnen und Künstler in ihre Werkstätten. Ihre Erfahrung ist buchstäblich Gold wert. Das Wissen zu erhalten und weiterzugeben sieht man als wichtige Aufgabe an. Dabei hüten die Fachleute ihre Betriebsgeheimnisse gut. Mittlerweile haben die großen Marken eigene Ateliers für die künstlerische Gestaltung von Zifferblättern. Dort wird für zahlungskräftige Kunden Atemberaubendes hergestellt, das den uhrmacherischen Komplikationen in teuren mechanischen Herrenuhren an Präzision, Aufwand, Einfallsreichtum und Können in nichts nachsteht.

Intarsienarbeiten kennt man von Möbeln: kunstvoll gestaltete Bilder auf Tischen oder Kommoden, zusammengesetzt aus Holzteilchen. Dieser uralten Kunst bedienen sich auch viele Uhrenhersteller bei Zifferblättern. Sie legen nicht nur Holz ein: Die Intarsienkünstler zaubern auch aus Stroh, Rosenblättern oder Vogelfedern die schönsten Bilder auf Mini-Flächen von nicht einmal fünf Quadratzentimetern.

Hermès hat sich von Stroh-Intarsien für die Uhrenserie Arceau inspirieren lassen. Die Zifferblätter mit geometrischen Mustern in verschiedenen Farbtönen erinnern nicht von ungefähr an klassische Hermès-Designs. Das Stroh stammt von langen, glatten Roggenhalmen. Da Getreide heute auf kurze Halme gezüchtet ist, bezieht Hermès die langen von einem französischen Betrieb, der als einziger diese Sorte noch anbaut. Sie werden von Hand gemäht und in mehreren Bädern gefärbt.

Der Kunsthandwerker schneidet die Halme mit einer feinen Klinge der Länge nach auf, glättet sie mit einem Werkzeug aus Knochen und schneidet sie in Teilchen. Auf Millimeterpapier setzt er dann das Motiv zusammen, wobei er auf Farbschattierung und Wuchsrichtung achtet. Danach klebt er es und bringt es auf das Zifferblatt auf. Damit die Intarsien zur Geltung kommen, hat die Arceau wie die meisten derart gestalteten Uhren keine Indices, sondern nur die beiden Zeiger für Stunden und Minuten.

Cartier hat mit Strohintarsien Tierfiguren aufs Zifferblatt gebracht: In Braun- und Gelbtönen leuchtet ein Löwenkopf auf der Uhr. Außer Stroh legen die Künstler im Cartier-Atelier auch Rosenblätter ein. Sie werden in einem speziellen Verfahren getrocknet, gefärbt und in Konservierungsflüssigkeit getränkt. In Stückchen klebt man sie auf dünnste Holztäfelchen und schneidet sie dann passend aus: Der entstandene Papagei mit seinem Edelsteinauge ist eine wahre Farborgie, wie im richtigen Leben. Fast ebenso lebendig wirken die Hasen, die bei Patek Philippe in Holz in eine 38 Millimeter große Calatrava eingelegt werden. Bis zu 185 Teile aus 18 unterschiedlichen Holzarten sind hier zu herrlich lebendigen Bildern zusammengesetzt.

Die Miniatur in Email ist die kostbarste. Zeit darf im Arbeitsleben eines Email-Künstlers keine Rolle spielen, Ungeduld ist schädlich, eine ruhige Hand Voraussetzung. Das Ergebnis einer so zeitaufwendigen und hochspezialisierten Handarbeit steht in Gegensatz zur schnellen Massenproduktion und ist darum um so faszinierender. Jedes Stück ist ein Unikat, ist Ausdruck eines individuellen Könnens, das nur wenige Menschen haben.

In seiner Kollektion Métiers d’Art Florilège hat sich Vacheron Constantin, eines der engagiertesten Häuser für Kunsthandwerk, für die Cloisonné-Technik entschieden. Dabei werden die Blütenbilder auf das goldene Zifferblatt graviert und guillochiert, die Strukturen sind nach dem Emaillieren erkennbar und geben der Blüte Perspektive und Tiefe. Im zweiten Schritt wird feinster Golddraht um die einzelnen Flächen des Blumenmotivs gelegt, so dass man die Farben voneinander trennt; würden sie beim Brennen ineinander laufen, wäre das Bild verloren. Die einzelnen Segmente füllt die Künstlerin mit Emailfarben. Dann wird mehrere Male gebrannt, mit genau definierter Zeit und Temperatur fürs Brennen und Abkühlen.

Beim Grubenschmelz- oder Champlevé-Verfahren hebt der Graveur unterschiedlich tiefe „Gruben“ auf dem künftigen Zifferblatt aus, die der Emailleur dann mit dem farbigen Emailpulver füllt. Je nach Tiefe der Grube kann er mit einer einzigen Farbe ganz unterschiedliche Farbtöne erzeugen, die er jeweils bei 800 Grad brennt. 15 Durchgänge braucht der Künstler bei Vulcain, um die Ansicht eines Schweizer Bergdorfs auf der Uhr zu verewigen.

Im Meisteratelier von Jaeger LeCoultre steht die Miniaturmalerei in Grand-Feu-Email im Vordergrund. Es kann schon mal 150 Stunden dauern, bis das Lieblingsbild einer Kundin auf dem Zifferblatt ihrer Uhr prangt. Es fängt an mit dem Auftragen einer weißen Basis-Email. Sie wird bei 900 Grad im Brennofen gehärtet, für alle weiteren Brände reichen 800 bis 850 Grad. Bei jedem Brand wird eine andere Farbe fixiert, in der Helligkeit aufsteigend von dunkel nach hell. Daher wird hier nicht am Bild als Ganzem gearbeitet, sondern die Künstlerin tupft anhand der Skizzen auf der Grundierung mit einem Pinsel aus einem einzigen Marderhaar Punkt für Punkt eine Farbe auf und brennt sie. Dann kommt die nächste Farbe. Mit der abschließenden Glasur können es bis zu 20 Brände werden, von denen keiner schiefgehen darf.

Noch älter als das Emaillieren ist die Granulation, die schon die Etrusker beherrschten. Cartier hat sie wieder aufleben lassen auf einer Rotonde de Cartier mit einem granulierten Panther auf dem Zifferblatt. Dafür werden kleine Golddrahtstückchen über einer Flamme erhitzt. Die so entstehenden winzigen Kügelchen legt er zu einem Motiv auf dem goldenen Zifferblattgrund zusammen und lässt sie mit diesem verschmelzen. Dabei kommt ein Relief heraus, dessen dritte Dimension aus den unterschiedlich großen Kügelchen und ihrer Anordnung entsteht.

Für die Kollektion „Maki-e“ hat sich Vacheron Constantin mit einem Lackspezialisten in Japan zusammengetan. Unter Japanlack aus dem Saft des Lackbaumes versteht man ein aus Dutzenden von Schichten aufgebautes, immer wieder poliertes tiefes Schwarz. Maki-e bedeutet „gestreutes Bild“: Bei dieser am höchsten entwickelten Lackkunst wird das Motiv mit feinem Gold- oder Silberstaub auf die noch feuchte Lackoberfläche aufgetragen.

Und dann sind da noch die Künstler, die Bilder aus (Edel-)Steinchen zusammensetzen. Besonders anspruchsvoll sind außergewöhnliche Formate. So ließ sich ein Designer bei Bucherer vom Bambus inspirieren. Entstanden ist für die Alacria-Kollektion rechteckiger Damenuhren die „Diva Bamboo“ aus Hunderten schwarzer und orangefarbener Saphire. Die schwierig zu schleifenden Baguette-Steine und die filigranen weißgoldenen Stäbe, zwischen denen sie sitzen, symbolisieren den schlanken Bambus.

Und ganz nebenbei ticken in diesen Schmuckstücken meist anspruchsvolle mechanische Werke. Trotzdem kann es passieren, dass frau beim Anblick des Kunstwerks an ihrer Hand die Zeit vergisst. ◂

Man möchte ihn glatt streicheln, den in 18 Holzarten eingelegten Hasen von Patek Philippe. Calatrava in einem 38-Millimeter-Gehäuse aus Platin mit Automatikwerk. Zwölf Diamanten stehen für die Stunden. Rund 80.000 Euro.

„Frühlingsuhr“ aus der Serie Flowers of the year der Manufaktur Leinfelder. Kirschblütenast, von Hand auf ein rosa schimmerndes Perlmutt-Zifferblatt gemalt, mit einer saphirbesetzten Lünette. Rotgoldgehäuse, 37 Millimeter, Automatikwerk. 24.900 Euro.

Rosenblatt-Intarsie: Papagei auf der Ballon bleu de Cartier. Im 42-Millimeter-Weißgoldgehäuse tickt ein Automatikwerk. 95.500 Euro.

Die „Winteruhr“ aus der Kollektion La Symbolique des Laques von Vacheron Constantin lässt Schneeflocken auf Japanlack tanzen, in der Lacktechnik Maki-e. Wartezeit sieben Monate. Roségoldgehäuse mit superflachem Handaufzugswerk. 83.000 Euro.

Bei Vacheron Constantin graviert und guillochiert der Künstler die Blütenbilder auf das goldene Zifferblatt.

Von Bambus inspirierte Alacria Diva Bamboo von Bucherer. Rechteckiges Weißgoldgehäuse und Zifferblatt, mit 410 Diamanten und Saphiren verziert. Quarzwerk. 115.000 Euro.

Dem chinesischen Jahr des Pferdes huldigt Arnold & Son. Auf den Zifferblättern der beiden nur im Set erhältlichen Uhren galoppiert ein Pferdepaar in chinesischer Tinten-Tuschmalerei, einmal schwarz-weiß und umgekehrt. 40-Millimeter-Roségoldgehäuse, Handaufzugswerk. Zusammen 46.100 Euro.

Der granulierte Panther auf der Rotonde de Cartier 42 mm schaut aus diamantbesetztem Gelbgoldgehäuse. Auch deswegen kostet das Kunstwerk, in dem ein Automatikkaliber steckt, rund 240.000 Euro.

FOTOS: PR

Jaeger LeCoultre hat sich der edelsten Email-Technik verschrieben, der Miniaturmalerei. Bis ein solches Bild auf der Reverso Pavonia erstrahlt, können Monate vergehen. Gelbgoldgehäuse, Handaufzugswerk. Preis auf Anfrage.

Zweifarbige Strohintarsien in der Arceau-Kollektion von Hermès (verschiedene Varianten). 42-Millimeter-Weißgold-Gehäuse, automatischer Aufzug. 41.000 Euro.

Für Schweiz-Fans hat Vulcain das Walliser Bergdorf Champéry in Champlevé-Emailtechnik auf dem Zifferblatt verewigt. 42-Millimeter-Rotgoldgehäuse, automatisches Weckeruhrwerk Cricket-V-20. 39.000 Euro.

BEGEGNUNGEN IN BASEL

Von Babysittern, Bruchlandungen und deutschen Kunden: Smalltalk auf der größten Uhrenmesse der Welt

CARAN D'ACHE
Auch ein Füllfederhalter kann ein Schmuckstück sein. Oder sogar ein Kugelschreiber. Vor drei Jahren trafen sich Silvio Denz, Chef der französischen Kristallfirma Lalique, und Carole Hübscher, Chefin von Caran d'Ache, dem Schweizer Unternehmen für luxuriöse Schreibgeräte, in Paris. „Wir haben herausgefunden, dass unsere Häuser von ganz ähnlichen Werten bestimmt sind", erzählt Carole Hübscher an ihrem gut besuchten Messestand in Halle 2.1. Um sie herum stoßen die Gäste mit Champagner an, denn Caran d'Ache und Lalique haben soeben einen neuen Füllfederhalter präsentiert, den ersten gemeinsamen. Der ist mit einem echten Relief ausgestattet, mit lauter winzigen Tropfen auf der Oberfläche, die sowohl für die Tropfen Tinte von Caran d'Ache als auch für das geschmolzene Kristallglas von Lalique stehen sollen. Acht bis zehn Stunden wird jeder Stift poliert. „Überhaupt braucht es erst einmal zwei Tage, bis man dieses Tropfen-Relief produziert hat", sagt Hübscher. Es ist eben ein Schmuckstift.

DE GRISOGONO
Allegra Gruosi, mit 31 Jahren die älteste Tochter von Fawaz Gruosi, dem Gründer des Luxusschmuckhauses de Grisogono, kann sich glücklich schätzen. Ihr wurden schon Ringe, Ohrringe, Armbänder und Anhänger gewidmet. Aber eine Uhr, die nach ihr benannt ist, fehlte noch in der Allegra-Kollektion. Jedenfalls bis Basel. Hier, in Halle 1, wird die Allegra-Uhr vorgestellt, ein Modell mit diamantenbesetztem Gehäuse und lauter einzelnen Lederstriemen als Armband. Wer mag, kann die Lederbänder auch kunterbunt zusammenmischen, in allen Farben des Regenbogens. „Sie passt zur Jeans und zum Abendkleid", sagt Allegra Gruosi, die neben der Bühne steht, auf der ihre Uhr gefeiert wird. Sie nimmt sich gerade eine Auszeit vom Geschäft des Vaters, wohnt im Londoner Stadtteil Notting Hill und kümmert sich um ihren Sohn, Brandon, zwei Jahre alt. Vielleicht ist die eigene Uhr die beste Motivation, wieder im Schmuckhaus anzufangen. „Bald geht es zurück an die Arbeit."

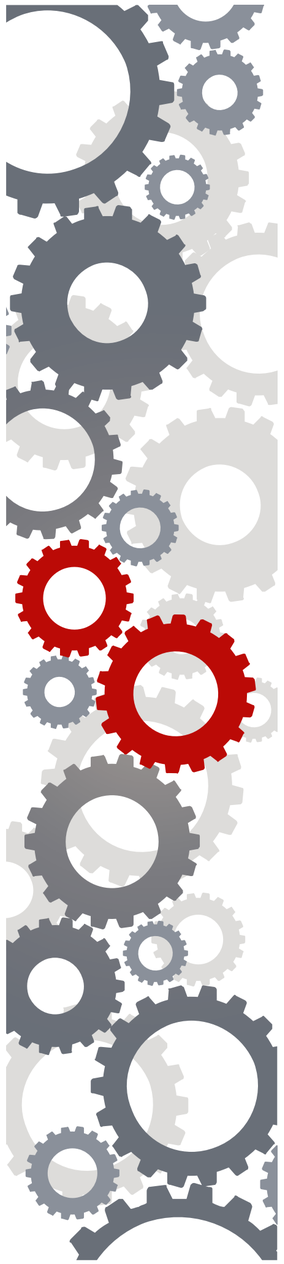
TAG HEUER
Halle 1, im Erdgeschoss. Ein Handwerker im roten Arbeitskittel arbeitet vor dem Stand von Tag Heuer konzentriert an einer Uhr. Stunden später und nochmals Stunden später sitzt er immer noch da. Am nächsten Morgen, die Besucher drängeln sich durch die Schleusen am Eingang, auf dem Weg zu den Ständen der Uhrenmarken, die an die Größe von Flagshipstores erinnern: Der Handwerker sitzt auch schon da. Mittagspause? Eher kurz. Am Abend, nicht weiter überraschend, tüftelt der Handwerker noch immer an seinen Einzelteilen. Er baut nämlich, hier auf der Messe, eine Monaco V4 von Tag Heuer zusammen. Es ist das erste Tourbillon der Welt mit Riemenantrieb und kostet 120.000 Euro. So etwas braucht wohl seine Zeit.

BREMONT
Die Brüder Nick und Giles English haben zwei Leidenschaften. Die erste: Uhren, deshalb begannen sie 2002 mit dem Wagnis, eine eigene Uhrenmarke zu gründen, Bremont. Die zweite, das wohl noch größere Wagnis: die Fliegerei. 1995 stürzten Nick English und sein Vater in einer alten Maschine ab. Der Vater überlebte den Unfall nicht. Nick brach sich mehr als 30 Knochen. Aber die Brüder ließen sich nie beirren, auch nicht, als der andere Bruder, Giles, im vergangenen Sommer beim Fliegen auf ein Feld abstürzte und sich die Wirbelsäule brach. Auch er steht auf der Baselworld, um die Neuheiten der Marke zu präsentieren. „Dazu gehört eine Serie in Zusammenarbeit mit Boeing", sagt Giles English lachend. Überhaupt ist es wohl nur eine Frage der Zeit, bis er wieder in seinem eigenen Flugzeug sitzt. „Ich bin schon dabei, die Einzelteile zusammenzubauen." Seine Frau wisse nichts davon. „Deshalb ist das ein echtes Projekt."

SCHAFFRATH
Dass Schmuckstücke nicht nur wie starre Kunstwerke vom Ohrläppchen oder am Hals hängen müssen, sondern selbst am Ringfinger tanzen können, zeigt die Firma Schaffrath. Vor mehr als 90 Jahren begannen zwei Brüder aus Hanau, Diamanten zu schleifen. Bis heute ist der Betrieb in Familienhand, aber er hat sich gewandelt. Die Nachkommen entwarfen nämlich vor zehn Jahren den Liberté-Ring mit beweglichem Diamanten. Der sitzt fest in seinem Gehäuse und tanzt dennoch ohne Unterlass am Ringfinger. „Es soll dabei um innovativen Schmuckgeist gehen", sagt Christian Schaffrath, der das Unternehmen heute gemeinsam mit seinem Cousin in vierter Generation führt, natürlich noch immer in Hanau.

EBEL
Krim-Krise? Antikorruptionsgesetz in China? Loek Oprinsen, Chef der Schweizer Uhrenmarke Ebel, teilt nicht die Probleme, die viele seiner Kollegen mit Kunden im Osten und Fernen Osten fürchten. Er setzt auf den deutschen Kunden, das hat er schon immer gemacht. „Der deutsche Kunde ist für uns der allerwichtigste", erzählt er am Stand der Marke. „Wir haben noch nie vom Tourismus profitiert, denn so wie ich das beobachte, sind diese Trends nicht dauerhaft. In den neunziger Jahren sind die Japaner zum Einkaufen nach Europa gekommen und gegangen. Dann kamen die Amerikaner und sind gegangen. In den vergangenen Jahren waren es die Chinesen." Das, so meint er, erkennen jetzt auch die Juweliere. „Der deutsche Kunde ist das Fundament für jedes Geschäft."

LOUIS VUITTON
Erste Erkenntnis aus Basel: Zwei abgebildete Zeitzonen auf einer Uhr sind besser als eine. So weiß der Geschäftsreisende von heute zugleich, wann er zum Mittagessen in der Innenstadt von Peking sein muss und wann es Zeit ist, seinem kleinen Sohn zu Hause „Gute Nacht" zu sagen. Louis Vuitton hat die Idee aufgenommen und gleich 24 Zeitzonen auf der „Escale Worldtime" untergebracht. Dazu arbeitet ein Handwerker eine Woche lang an einem einzigen Zifferblatt, unter dem Mikroskop mit 38 verschiedenen bunten Acrylfarben und einem Pinsel mit nur einem Haar. Klingt unglaublich, stimmt aber. Deshalb hat das Traditionshaus zwei Handwerker nach Basel mitgebracht, die vor Publikum arbeiten. Selbst hier bewahren sie ihre ruhige Hand.



SHINOLA
Zweite Erkenntnis aus Basel: Frauen tragen große Uhren, Männer gerne wieder kleinere. Die Modelle von Shinola, einer der wenigen amerikanischen Uhrenfirmen, sind unisex und deshalb gerade passend. Aber die Marke Shinola, die bis in die siebziger Jahre in den Vereinigten Staaten Schuhcreme herstellte, ist in der Uhrenbranche eine junge Marke und somit flexibel für Trends. Im Jahr 2011 kaufte der ehemalige Fossil-Gründer die Rechte an der Marke Shinola und heuerte Daniel Caudill als Creative Director an. Seitdem lässt er unter diesem Namen in Detroit Uhren fertigen. 200 Mitarbeiter sind schon bei Shinola angestellt. So ist auch Tae'Aunno zur Uhrenmesse mitgekommen. Eigentlich schraubt sie in Detroit die Zeiger an. „Pro Uhr dauert das nur wenige Minuten."

SWAROVSKI
„Entschuldigen Sie bitte, ich musste gerade noch den Babysitter organisieren." Nathalie Colin lässt sich am Stand von Swarovski in einen tiefen Ledersessel fallen. „Ich bin unterwegs, mein Mann fliegt nachher nach Marokko, und irgendjemand muss bei der Tochter in Paris bleiben." Sie lacht trotzdem und hat inmitten des blitzenden Swarovski-Schmucks genug Grund dafür. „Im vergangenen Jahr haben wir 300.000 Uhren verkauft", erzählt die Kreativ-Direktorin von Swarovski. Dabei sind die nur ein kleiner Teil der Swarovski-Welt. „Schmuck macht 80 Prozent aus", sagt Nathalie Colin. „Uns geht es darum, die Verbindung zwischen Schmuck und Uhren zu unterstreichen." Für Colin ist die Uhr Teil des Schmucks, sie ist ein Accessoire, das mal wie ein Armreif aussieht, mal mit einem Gehäuse versehen ist, das auch eine Brosche sein könnte. „Eine Uhr muss heute einen emotionalen Mehrwert bieten", sagt Colin. „Oder einen modischen." Die Zeit hat diese Mutter natürlich trotzdem ständig im Auge.

MEISSEN
Christian Kurtzke, seit 2008 Chef der Traditionsmanufaktur Meissen, hat viel mit der Marke vor. Das zeigt er selbst auf der Uhrenmesse. „90 Prozent der Juweliere gehen als erstes auf unsere Taschen zu", sagt Kurtzke und zeigt auf die Lederwaren-Kollektion, die da zwischen den Seidentüchern, dem Porzellan und, ach ja, dem Schmuck in Halle 1, erster Stock, ihren Platz hat. Kurtzke verwandelt eben den ehemaligen Porzellanbetrieb in eine Lifestyle-Marke. „In den vergangenen fünf Jahren haben wir die komplette Markentransformation vorgenommen. Bis 2020 planen wir 300 Boutiquen." Die Berliner Designerin Frida Weyer entwirft nun passende Abendkleider, von denen hier auch eine kleine Auswahl gezeigt wird – auf der Uhrenmesse! *Jennifer Wiebking*

H. Moser Uhren.
So rar, dass sie
nicht einmal in
unserer Werbung
erscheinen.

H. Moser & Cie.
VERY RARE

Entdecken Sie auf h-moser.com, was H. Moser so rar macht.

BÄR

Der Hunger tickt

Langsam wacht er auf und verlässt nach mehreren Monaten Winterpause zum ersten Mal seine Höhle – dann tappt der Braunbär durch den Wald. Ein wenig ähnelt er einem Menschen, der sich gerade den Schlaf aus den Augen reibt und dabei seiner morgendlichen Routine nachgeht. Und weil der Braunbär in den vergangenen Monaten den Toilettengang ganz hat ausfallen lassen, muss das jetzt schleunigst nachgeholt werden. Zu fressen gab es ebenfalls seit Monaten nichts mehr, das Tier hat also einen Bärenhunger. Dabei hatte sich der Bär im Herbst so richtig Winterspeck angefressen. Bis zu 40 Kilogramm Beeren und Nüsse hatte er in sich hineingestopft und dabei an manchen Tagen gleich drei Kilogramm an Körpergewicht zugelegt. Kein Wunder, dass er langsam schläfrig wurde. Der Bär schläft übrigens gar nicht richtig, sondern döst eher durch den Winter – und spart dabei jede Menge Energie. Weshalb er gerade an diesem Frühlingstag wieder aufwacht, weiß der Bär nicht so recht. Die innere Uhr mag eine Rolle spielen. Aber es ist auch der Hunger. Schließlich hat er bald ein Viertel seines Gewichts verloren.

DIE INNERE UHR DER NATUR

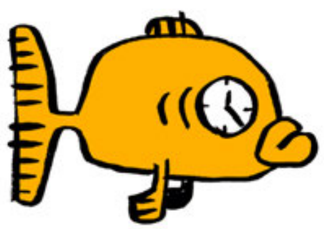
Warum wissen Tiere eigentlich, was die Stunde geschlagen hat?

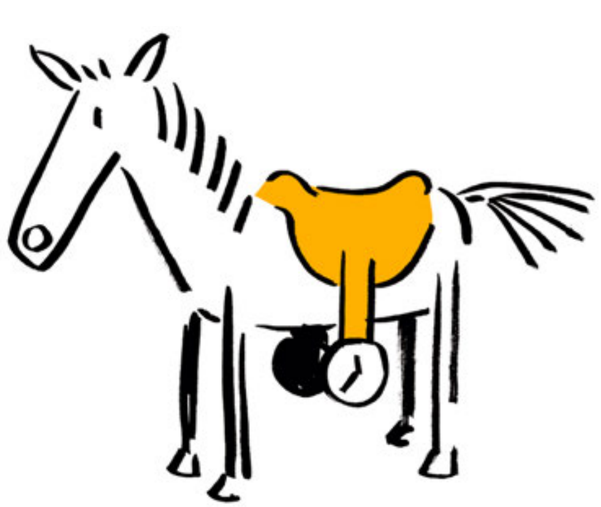
Von Christina Hucklenbroich, Roland H. Knauer und Kerstin Viering

FISCH

Cool bleiben und abwarten

Es wird immer ungemütlicher, und die Flossen wollen auch nicht mehr so recht. Also bloß keine Hektik! Für die meisten Fische läuft das Leben im Winter in Zeitlupe ab. Schließlich gehören sie zu den wechselwarmen Tieren, die ihre Körpertemperatur nicht aktiv regulieren können. Ist das Wasser kalt, arbeitet der Stoffwechsel nur auf Sparflamme. Schnelles Schwimmen und andere anstrengende Aktivitäten lassen die meisten Arten sein. Vor allem die Karpfen dümpeln nur noch phlegmatisch am Grund von Seen und Teichen herum. Einige Arten wie die Schleie graben sich sogar in den Gewässergrund und verfallen in eine Starre, bis es wieder wärmer wird. Das klingt nicht, als müsste so ein Fisch eine innere Uhr bemühen, um den richtigen Zeitpunkt für die Ruhephase festzustellen; die Kälte zwingt ihn automatisch zum Kürzertreten. Aber dann untersuchten Wissenschaftler Antarktisdorsche. Diese Tiere sind schon im Sommer nicht sehr aktiv, doch im Antarktis-Winter zwischen März und November sind sie noch lahmer. Dabei ist das Wasser dann auch nicht viel kälter als zuvor. Auch einige Fische scheinen also eine innere Uhr zu nutzen. Sie wird wohl vom Licht gesteuert.





PFERD

Frühjahrsfruchtbar

Haben Pferde ein ausgeprägtes Zeitgefühl? Turnierreitern wäre das vielleicht recht: Neben Fehlerpunkten durch abgeworfene Hindernis-Stangen zählt bei Springwettbewerben auch die Zeit. Mit dem Zeitgefühl von Pferden befassen sich aber nicht die Reiter, sondern Biologen und Züchter. Demnach unterteilen Pferde ihre Tage anders als Menschen. In der Nacht schlafen sie nicht am Stück, sondern sind zwischendurch immer wieder wach. Sie fressen auch in mehreren Perioden, die längste beginnt am Nachmittag und endet gegen Mitternacht. Wie sie den Tag einteilen, hängt auch von Haltung und Umgebung ab. Stärker ausgeliefert sind Pferde ihren Fortpflanzungsrhythmen: Die Dauer des Tageslichts gibt ihren Körpern vor, wann sie fruchtbar sind. Stuten sind „saisonal polyöstrisch“: Sie haben im Jahr mehrere Eisprünge, aber nach einer Saison (mehreren Monaten) endet die fruchtbare Phase. In Mitteleuropa liegt die Hauptzeit, in der Stuten trächtig werden, im späten Frühjahr und Frühsommer. Manche Züchter versuchen, die innere Uhr der Pferde zu verstellen und die Fruchtbarkeit zu erhöhen: indem sie das Licht im Stall lange brennen lassen.

AAL

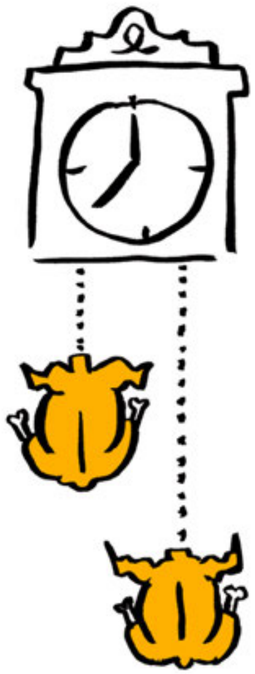
Bei hohem Fettanteil ab zur Fortpflanzung

Auch in diesem Frühjahr werden die Hoffnungen der Feinschmecker wieder enttäuscht: Viel zu wenige junge Aale schwimmen die Flüsse hinauf, um ein paar Jahre später als fetter Räucheraal auf dem Teller zu landen. Am Timing der Fische liegt das nicht. Die innere Uhr zeigt ihnen verlässlich, wann und wohin sie wandern sollen. Unterwegs aber macht der Mensch ihnen das Leben schwer. Die Reise beginnt in der Sargassosee im Atlantik östlich von Florida. Dort klinken sich die Aal-Larven in den Golfstrom ein, fressen unterwegs Kleinstlebewesen und kommen drei Jahre nach Geburt an den Küsten Europas an. Jetzt verwandeln sie sich in Glasaale, die schon schlangenförmig, aber noch durchsichtig sind. Im Frühjahr wandern die Schlängler, fünf bis sieben Zentimeter lang, die Flüsse zu flachen und warmen Gewässern im Oberlauf hinauf. Nur die wenigsten schaffen den Aufstieg, weil Wehre den Weg versperren. Zum Aufbruch läutet die innere Uhr dann im Herbst, wenn das Gewebe der Aale zu mindestens einem Viertel aus Fett besteht. Die Tiere denken nur noch an die Fortpflanzung und verzichten sogar aufs Fressen. Aber nur wenige schaffen es bis in die Sargassosee: Die meisten Aale werden vorher von den Turbinen der Wasserkraftwerke gehäckselt.

STORCH

Heimkehr nach Plan

Nach ihren langen Winterferien waren viele Störche an Ostern schon wieder zu Hause. Der Urlaub in Spanien oder in Afrika, irgendwo zwischen dem Tschadsee und Südafrika, war wie jedes Jahr toll. Die unruhigen Geister unter den Vögeln streifen weit umher. Die gemütlichen Typen genießen das Weißstorch-Paradies an einer großen Wiese, über die viele Frösche hüpfen. Ende Februar oder Anfang März werden die Tiere unruhig. Der Job ruft sie zurück nach Mitteleuropa, wo sie ihr Nest haben, ihre Eier legen und ihren Nachwuchs aufpäppeln. Die innere Uhr sagt den Tieren, dass es Zeit ist aufzubrechen. Der ungeduldige Weißstorch kann den Aufbruch kaum erwarten, ein anderer Vogel ist die Ruhe selbst und startet erst auf den letzten Drücker. Lockt unterwegs ein Rastplatz mit vielen Fröschen, bleiben sie schon mal ein paar Tage im Niltal hängen oder in Südfrankreich. Auch Schlechtwetterfronten sitzen Weißstörche gerne aus, weil dann an einen energiesparenden Segelflug nicht zu denken ist. Ende März oder Anfang April kommt der Horst oben auf einem Schornstein in Sicht. Der Heimkehrer renoviert sein Nest mit Zweigen und trockenem Gras. Der Partner hat seinen Urlaub anderswo verbracht. Gemeinsam widmen sie sich nun dem Ernst des Lebens, bis zum nächsten Winterurlaub.



HAHN

Wann er kräht auf dem Mist

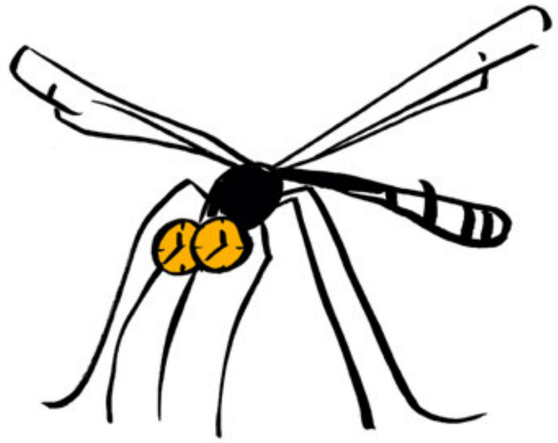
Nachbarschaftsstreitigkeiten, in denen es um einen Hahn geht, der mitten in der Nacht lautstark kräht, gibt es reichlich. „Der Hahn ist in Zukunft schalldicht zu verwahren“: Manche Gerichtsurteile sind deutlich. Japanische Wissenschaftler zeigten 2013 mit einer Studie in der Zeitschrift „Current Biology“, dass es tatsächlich kaum andere Lösungen gibt. Gardinen vor dem Stallfenster, die das Morgenlicht verhindern, helfen jedenfalls nicht. Die Forscher um Takashi Yoshimura hielten vier Hähne im Labor. Ließen sie die Lichtverhältnisse in zwölfstündigem Rhythmus wechseln zwischen Helligkeit und Dämmerlicht, dann krähten die Hähne etwa zwei Stunden vor Sonnenaufgang. Im Sommer kann es also schon mal um drei Uhr nachts zum „Kikeriki“ kommen: keine gute Zeit. Die Forscher von der Nagoya-Universität stellten zudem fest, dass die Hähne weiter zur gewohnten Zeit krähten, wenn man sie 24 Stunden lang im Dämmerlicht hielt. Hähne reagieren also nicht flexibel auf Lichtreize, sondern besitzen eine echte „innere Uhr“. Einmal programmiert, läuft sie eine ganze Weile im bisherigen Rhythmus weiter.

ZEICHNUNGEN: THILO ROTHACKER

STECHMÜCKE

Wecker im Wasser

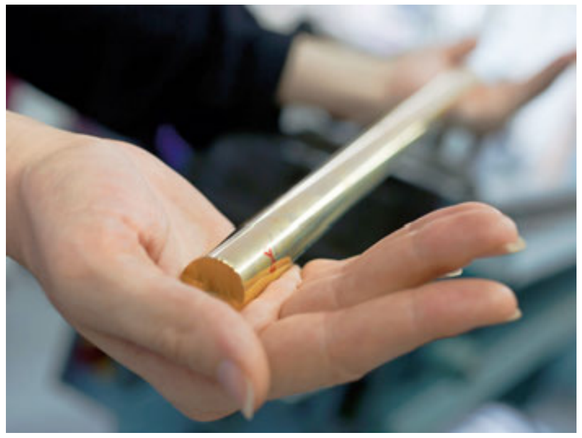
Wohl kaum ein anderes Geräusch unterbricht Frühlingsgefühle so abrupt wie das „Ssssrrr“ der fliegenden Blutsauger, die ein Opfer suchen. Rund 50 Arten aus der Stechmückenfamilie gibt es in Deutschland; daher hat man fast nirgends seine Ruhe vor ihnen. Der Wecker für die Mücken klingelt im Wasser, in dem sich ihre Eier und Larven entwickeln. Ob es sich dabei um einen See, einen Dorftümpel, eine Regentonne, eine Pfütze oder eine Gießkanne handelt, ist vielen Arten egal. Nur sollte das Wasser nicht so schnell austrocknen, denn der Mücken-Nachwuchs braucht ein paar Tage, um sich zu entwickeln. Wer also Regentonnen abdeckt und Gießkannen ausgießt, kann die Stechmückenplage in einem trockenen Jahr dezimieren. Hat der Nachwuchs erst einmal das Fliegen gelernt, begnügen sich die Männchen mit Pflanzensäften und anderen harmlosen Drinks. Die Weibchen aber haben Appetit auf Blut. Darin schwimmt das Protein-Gemisch, mit dessen Hilfe sie die Eier produzieren, aus denen später die Larven der nächsten Generation schlüpfen. Ihr Opfer entdecken sie am Geruch; auch im Dunkeln finden sie also ihr Ziel.



KRANICH

Spanien ist out

Winterurlaub? Ach, lass mal! Nach dieser Devise scheinen immer mehr Kraniche zu handeln. Noch im Jahr 2000 verbrachten mehr als 70 Prozent der in deutschen Nestern geschlüpften Tiere die kalte Jahreszeit in Spanien, weitere 20 Prozent flogen im Herbst nach Frankreich. Nicht einmal jeder Zehnte blieb hier. Schon neun Jahre später aber waren Spanienreisen out, fast die Hälfte der deutschen Kraniche steuerte das nähere Frankreich an. Und die Fraktion der Zugverweigerer war schon auf fast 20 Prozent gewachsen. Hinter dem Trend steckt offenbar der Klimawandel. Warum so weit nach Südwesten fliegen, wenn die Winter milder werden und sich auf schneefreien Feldern genügend Futter findet? Wer hier bleibt, spart schließlich Energie und kann früher mit dem Brüten beginnen. Allerdings muss er auch seine innere Uhr anders einstellen, als es seine Artgenossen früher taten. Der angeborene Zeitmesser ruft bei Zugvögeln im Frühjahr und Herbst Zugunruhe hervor: Sie wollen aufbrechen. Auch die Route, die sie einschlagen, ist in ihrem Erbgut festgelegt. Wie stur sie an diesem Programm festhalten, ist je nach Art verschieden. Fernreisende, die den Winter südlich der Sahara verbringen, scheinen unflexibel zu sein. Kurz- und Mittelstreckenflieger wie der Kranich können dagegen in wenigen Generationen neue Zugrouten etablieren. Oder eben ganz zu Hause bleiben.



In den Öfen der Scheideanstalt ist aus einem Goldbarren ein fünf Pfund schwerer langer Stab geworden. So wird er in der Werkstatt angeliefert.

Der Rohling kommt auf die Streckbank. Eine Ziehscheibe zieht ihn kalt durch mehrere Matrizen mit sich verjüngenden Löchern. So wird aus dem fingerdicken Stab Zug um Zug ein bleistiftdünner Draht.

Aus dem Draht wird durch eine schwere Walze mit vielen kleiner werdenden Rillen erst eine nagel-, dann eine nadeldünne Goldfaser, haarfein und bis zu 200 Meter lang.

Die Goldfaser wird durch eine Winkelkurbel auf eine rotierende Spindel gedreht. Dadurch entsteht eine lange und dünne Spirale, die fest gewickelt ist.

GOLD FINGER

Ziehen, walzen, wickeln, flechten: Um eine Goldkordel herzustellen, braucht es Fingerfertigkeit.

Von Stephan Finsterbusch, Fotos: Frank Röth

Die Seele bleibt unfassbar, der Körper ist ein Meisterwerk aus Gold. Stefan Hildwein hat es gezogen und gewalzt, erhitzt und gekühlt, Unze für Unze, bis es dünn wie ein Draht und fein wie eine Faser war. Er lässt es langsam durch die Finger gleiten, bei den Flechtern wartet Sandra Klammer schon auf die Fäden. Sie braucht die jetzt, sie will nun weiter. Stefan Hildwein muss wieder an die Maschinen. Alles geht hier Hand in Hand, denn sie machen Gold so zart wie Seide, schmieden Ketten ohne Glieder, Kordeln voll mit Purpur.

Ein Betrieb in der Mitte von Pforzheim, eine Fabrik ohne Fließband, eine Manufaktur wie aus den Zeiten ihres Gründers. Hohe Decken, lichte Hallen, große Fenster. Unten liegt der Showroom, oben die Werkstatt. An den Tischen beugen die Goldschmiede sich tief über die Arbeit. Ringe, Reifen, Edelsteine. Es hämmert, bohrt und schleift bei Wellendorff. Der Polierstein dreht endlos seine Runden. Stefan Hildwein wischt den Schweiß von den Händen, streift die dicken Handschuhe über und greift sich einen neuen Stab. Aufpoliertes reines Gold, dick wie ein Daumen, lang wie eine Elle und teuer wie ein Porsche.

Ein blitzblank geputzter Rohling auf dem Weg zum Collier. Hildwein spannt den Metallstab auf die Ziehbank und legt sich die Matrizen ein. Die großen nach vorn, die kleinen nach hinten. Er spricht von Ziehscheiben und Ziehsteinen, von Lochgrößen und Pferdestärken. Der Motor surrt auf, ein kurzes Knacken im Getriebe, erster, zweiter, dritter Gang. So halten die Wellendorffs seit vier Generationen ihren Laden am Laufen. Das Geschäft hat Tradition, es überlebte Kriege und Krisen, Deflation und Inflation, Bomben, Brände und Feuerbrünste, die ganze deutsche Geschichte.

In 120 Jahren haben sie die Familie zur Firma und ihren Namen zur Marke gemacht. Das eine Auge immer auf dem Goldpreis, das andere auf den Kunden. Die Kordel wurde der Hit des Hauses. Sie machte die Wellendorffs berühmt, von Baden-Baden bis Tokio, von Hongkong bis New York. In der Fabrik an der Kaiser-Friedrich-Straße geben heute Christoph und Georg Wellendorff den Ton an. Der eine im Verkauf, der andere in der Werkstatt, der eine forsch und clever, der andere still und präzise. Zwei Brüder wie zwei Glieder einer Kette, die ineinandergreifen. Stefan Hildwein ist ihr Mann an den Maschinen.

Er ist das erste Glied in einer langen Kette. Arbeitsschritt für Arbeitsschritt reicht sie durch die ganze Werkstatt. Ein Dutzend Stationen mit Hunderten Handgriffen, vom Zurichten bis zum Flechten; am Anfang ist der Goldstab, am Ende die Kordel. Dazwischen liegt viel Kunst und Handwerk. Hildwein ist ein Meister seines Fachs. Er zieht das kostbare Metall durch die Zugsteine mit den immer kleiner werdenden Löchern. Das Gold ist auf der Streckbank. Mit jedem Zug wird es etwas länger, mit jeder neuen Matrize wird es etwas dünner. Am Ende ist es so lang wie ein Aal und so dünn wie eine Flunder. Schließlich kringelt es sich als meterlanger Draht über den Boden, Holzparkett aus alten Zeiten, feuerfest und wasserdicht.

Stefan Hildwein greift sich das lang und flach gezogene Gold und schiebt es durch die große Walze, zwei hammerschwere Stahlzylinder mit feinen festen Rillen. Mit ihnen bringt er den Draht auf die Breite eines Haares. Es ist nun faserfein und heiß wie glühendes Eisen. Er packt es mit der armlangen Zange und hält es in ein Becken voller Wasser, so dass es zischt und dampft. Das ist wichtig, so wichtig wie das Zwischenglühen, weil es den wilden Tanz der Atome dämpft. Gold will gut behandelt sein.

Die Wellendorffs wissen, wie sie das machen lassen. Jedes Teil ist einmalig, jedes Stück ein Unikat, schwer, gediegen und solide. Die Fäden, die Ketten, die Stränge, die Kordeln: Alles hier ist echt, alles ist Made in Germany, „100 Prozent“, sagt Georg Wellendorff. Qualität kostet, nämlich Wissen und Arbeit und Geld. Wellendorff blickt Hildwein über die Schulter, der eine im Anzug, der andere im Blaumann. Der eine macht sich an die Planung, der andere an die nächste Maschine.

Stefan Hildwein muss die Goldfasern mit einer Winkelkurbel in Feinarbeit zu bleistiftdünnen Spiralen drehen. Er fädelt den Draht in die untere Öffnung eines Kastens, der aussieht wie eine große Kaffeemühle, innen durchzogen von nadelfeinen Kanälen, außen bestückt mit tellergroßen Zahnrädern. Hildwein dreht den haarfeinen Draht mit der Holzkurbel durch den Kasten, nimmt ihn am Ausgang wieder auf und drückt ihn mit zwei Fingern auf eine rasch rotierende nageldünne Spindel. Drehung für Drehung wird aus der Faser eine hauchdünne Spirale.

Was dann kommt, bleibt ein Rätsel. Kein Wort, kein Bild, keine Erklärung. Der winzige Hohlraum der eng gewickelten Spirale ist mit einer Goldlegierung auszufüllen. Wellendorff spricht von der Seele, ein Fachbegriff und Zauberwort. Eine jede Spirale muss von innen her Halt und Spannung haben. Die metallene Mixtur ist geheim, die Formel unter Verschluss. Der Vater hatte sie einst entwickelt. Später reichte er sie an die Söhne weiter. Heute hüten sie das Vermächtnis in der Schmuckstadt.

Die Goldschmiede haben Pforzheim in der Gründerzeit groß, reich und berühmt gemacht. Sie hatten auf Maschinen und Massenware gesetzt, auf Tombak und Doublé; außen Gold und innen Silber, Messing oder Kupfer. Kleine Tricks mit doppelten Böden. Die Stücke waren preiswert, begehrt und brachten neue Kunden. Walzgold lag im Trend, Billigschmuck war Mode und Pforzheim groß im Geschäft. Die Stadt an der Enz stieg zum Zentrum ihrer Branche auf. Aus Werkstätten wurden Fabriken, aus Kunsthandwerkern Lohnarbeiter. Colliers kamen vom Fließband, Schmuckketten aus Maschinen.

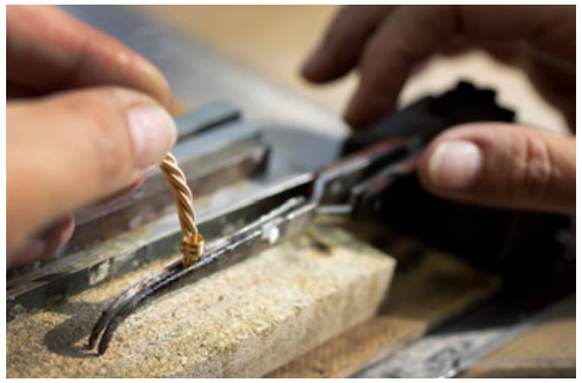
Der Historiker Wolfgang Pieper wird es 100 Jahre später „die Industrialisierung der Schmuckindustrie“ nennen. Es entstanden Hunderte Zulieferbetriebe: Steinschneider und Juwelenschleifer, Walzwerke, Chemikalien- und Bürstenfabriken, Gießereien und Prägeanstalten. Neben den Großbetrieben der Kuppenheims, Raus oder Kollmars standen die Manufakturen von Wellendorff oder Lutz & Weiss. Die Fulds, die Benckiser und die Kaysers gründeten Banken. Die Reichsbank machte eine Zweigstelle auf. Gold kam tonnenweise in die Stadt.

Die Handelskammer zählt im Jahr 1900 mehr als 500 Unternehmen in ihren Registern. Die Firmen hatten Zehntausende Arbeiter auf ihren Lohnlisten. Graveure, Ziseleure, Nielleure, Fasser, Feingießer, Finierer und Metallschmelzer. Sie studierten, probierten, kombinierten Metalle, Säuren und Mixturen. Alte Techniken wie das Granulieren oder Tauschieren kamen wieder auf. Handwerk wurde zur Kunst und zur Industrie. Pforzheim war im Goldrausch. Zwei Generationen später erlebte Vater Wellendorff ein eigenes kleines Wirtschaftswunder.

Sein Großvater hatte die Firma zu Kaisers Zeiten gegründet; sein Vater baute sie aus; seine Söhne sollten sie später in aller Welt bekannt machen. Er selbst hatte den Krieg überstanden, den Wiederaufbau gepackt und war nach dem Aufstieg in den Wirtschaftswunderjahren auf der Suche nach Neuem. Er hatte eine Halskette in Gestalt einer goldenen Kordel vor Augen. Schwer wie ein Barren,

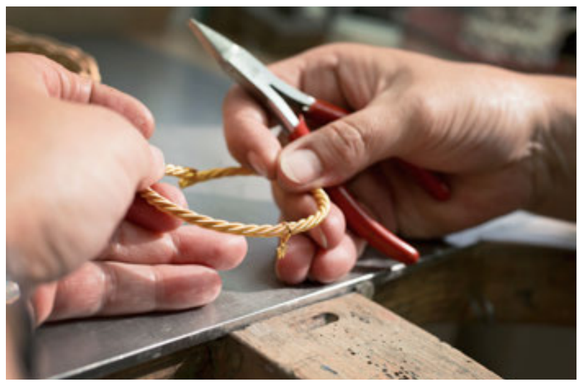
In den Hohlraum der Spirale ist die „goldene Seele“ der angehenden Kordelstränge gefüllt worden. Die Zusammensetzung der Legierung ist ein Geheimnis.

Einem Seil gleich werden die einzelnen Kordelstränge gleichmäßig auf einen Zylinder gewickelt und für die Weiterverarbeitung bei den Flechtern und Drehern bereitgestellt.



Für die Enden eines Armbands oder eines Colliers aus den goldenen Kordelsträngen hat Wellendorff ein Verschlusssystem entwickelt, das leicht zu bedienen ist.

Das „W“, seit Jahrzehnten das Zeichen der Marke Wellendorff, wird in der Werkstatt mit einem Edelstein bestückt.



Das Warenzeichen ist auch Schmuckstück, seit man in den sechziger Jahren die ersten Anhänger mit dem Hauslogo an die Ketten brachte.

GOLD FINGER

weich wie ein Stück Seide; die Form eines Seiles, fingerstark und in sich fest verdreht. Gold in neuer Form. Seine Frau hatte sich das gewünscht. Der Wunsch hatte Folgen.

Die Etrusker hatten einst die ersten Goldkordeln gemacht. Die Nürnberger Meisterschmiede der Dürerzeit griffen sie wieder auf. Wellendorff suchte die alten Geheimnisse. So wie sich 100 Jahre zuvor der italienische Goldschmied Augusto Castellani auf die Spuren der Granulationstechnik der Römer gemacht hatte, so war nun Wellendorff auf den Pfaden der Alten. Nach einigen experimentierfreudigen Jahren lag dann das erste Stück vor ihm. Seine Söhne haben es heute in der Vitrine unten im Showroom liegen. Ein Collier, so stark wie ein Bleistift und geflochten wie ein französischer Zopf.

Sandra Klammer, die Frau mit den goldenen Fingern, hat es tausendmal gesehen, hat es geübt, kopiert und nachgemacht. Links von ihr in der Werkstatt das Fenster, rechts das Mikroskop. Die große Schreibtischlampe wirft einen grellen Schein auf ihre Hände. Jetzt Konzentration. Vor ihr vier Kilometer Goldfäden, 40 Stränge zu je 100 Metern, ein Vermögen.

Drüben bei den Steinfassern setzt Stephan Weiß die Brillanten in das Markenzeichen des Hauses. Ein goldenes „W“, kaum größer als der Druckbuchstabe einer Schreibmaschine, das Label der Firma. Weiß sitzt in der Mitte der Manufaktur. Auf dem Tisch winzige Bohrer und Feilen, Stichel, Ösen-, Ring- und Zargenriegel, Hämmerchen, Zangen, Fräsen und Schalen mit glänzenden Steinen, kleiner als der Kopf einer Stecknadel und teurer als ein Computer. Die Steinschleifer haben ihnen feinste Ecken, Flächen und Kanten verpasst. Dutzende Fassetten, funkelnde Meisterschliffe, ein Feuerwerk an Reflexionen. Weiß arbeitet mit Schlagstempeln und Fasserwachs, mit Vergrößerungsglas, einem ganzen Instrumentarium an Werkzeugen. Und mit ruhiger Hand.

Ohne den Blick von seiner Arbeit zu heben, spricht er mit leiser Stimme von Schleiftechniken und Brillanzwirkung, vom Andrücken und vom Einreiben der Steine. Er erklärt verschiedene Halterungsarten, ihren Aufbau, ihre Wirkung, ihre Vor- und Nachteile. Er spricht von den Unterschieden zwischen Zargen- und Kanalfassungen, Balken-, Pavé- oder Krallenfassungen. Jede Steingröße hat ihre Eigenheiten, jeder Schliff sein Ideal. Es geht um Proportionen, Symmetrien und Polituren, um Brechungswinkel und Lichtverläufe. Und, vor allem, um die Sicherheit.

Ein Stein muss in der Fassung sitzen wie ein Fels in der Brandung. Daher wird Weiß ihn nicht verkleben oder verankern, er wird ihn erst mit einer Pinzette vorsichtig auf seine bereits ausgefräste Fassung setzen, ihn dann mit einer polierten Stahlspitze in die kugelförmige Passform einreiben und so auf ewig haltbar machen. Massage für ein Juwel. Der Stein darf nicht zu tief und nicht zu hoch einsitzen, sonst wackelt er oder rutscht raus. Weiß arbeitet sich an den Fasskanten ab, klein, kleiner und noch kleiner.

Immer wieder geht er mit einem kleinen Stück Leder über sein Werk, wischt es ab, justiert es nach und wirft einen Blick durch das Mikroskop. Dann streicht, bürstet und justiert er wieder und wieder und wieder. Bis alles passt und sitzt und er ein letztes Mal durch die Vergrößerungsgläser blicken kann: alles glatt, gleichmäßig, elegant. Er hat das kleine „W“ mit einem funklenden Stein bestückt. Und nimmt die nächste Fassung ins Visier.

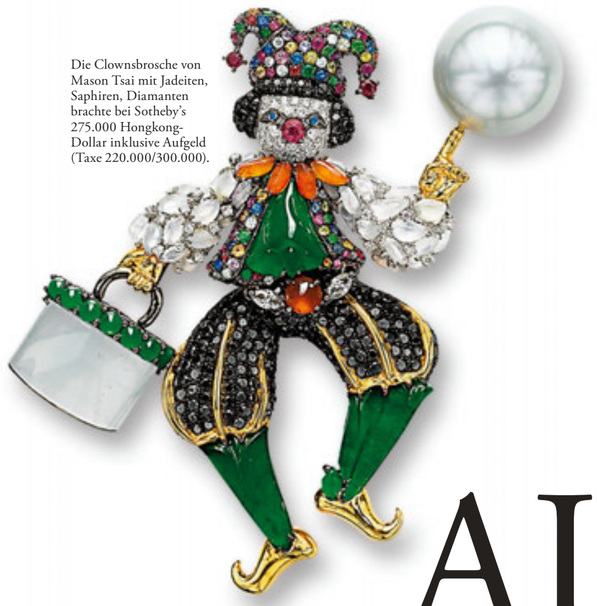
Auf der anderen Seite der Werkstatt hat Sandra Klammer eine neue Ladung Spiralfäden auf dem Tisch. Sie wird die zu einem festen langen Strang zusammenbringen, jede Schlinge ein Kniff, jede kleine Biegung ein Trick. Nicht zu straff und nicht zu locker. Es gibt Hunderte Techniken, japanische, französische, indianische, mit vier, zehn, 30 oder gar 40 Strängen, rund, flach oder eckig, nach Formen und Ornamenten, nach Mustern oder Dekors, im Mosaik-, Fischgrat- oder Würfelmuster.

Sandra Klammer kann Kordeln als breite Zöpfe und schmale Schnüre, als dicke Bänder, Gürtel und auch als schwere Colliers flechten. Keine Maschine kann diese Hände ersetzen. Gold müsse man spüren, sagt Klammer, den Verlauf, die weichen und die harten Stellen, wie es in sich geformt und modelliert ist, wie es arbeitet und durchgebildet ist. Sie braucht drei Tage für einen geflochtenen Meter. Oft flechten sie zu zweit an einem Stück. Einer hält die Fäden auseinander, der andere flicht.

Sie macht das jetzt seit 24 Jahren und hat, wie alle hier, mal Goldschmiedin gelernt. Dann spezialisierte sie sich auf Ketten. Später kamen Kordeln dazu. Wie so viele ging sie nach der Lehre bei Wellendorff noch mal zwei Jahre zur Schule, Hauslehre mit Prädikatsexamen. Heute kann sie im Akkord, nach Leistung und auf den Punkt flechten. Fehler darf sie nicht machen. Wenn sie sich verschlungen hat, gibt es kein Zurück, kein Auflösen oder Entwirren. Gold ist starrsinnig, hart und spröde.

Hat Sandra Klammer sich vertan, hat sie eine Biegung zu schräg angesetzt oder eine Windung überzogen, ist es mit dem Schmuckstück erst mal vorbei. Alles geht zurück auf Anfang. Die Teile müssen wieder in den Ofen, werden geschmolzen und wieder zu ellenlangen Stangen gegossen. Aus Stangen werden Drähte, aus Drähten feinste Fäden. Es wird gezogen und gewalzt, gesponnen und gewickelt. Die Spiralen werden beseelt, zu Kordeln verflochten, und mit einem kleinen brillantbesetzten „W“ versehen. Es ist eine unendliche Geschichte. ◂

Das Gold ist gewickelt, verzwirnt und geflochten. Dazu Ring und Anhänger, und fertig ist das Collier.



Die Clownsbrosche von Mason Tsai mit Jadeiten, Saphiren, Diamanten brachte bei Sotheby's 275.000 Hongkong-Dollar inklusive Aufgeld (Taxe 220.000/300.000).

Der Anhänger aus der Renaissance (Spanien, um 1610) blieb bei Neumeister unverkauft. Die Taxe lag bei 7000/9000 Euro.

ALT GLÄNZT NEU

Großmutters Schmuckstücke können viel einbringen. Aber nur, wenn ihr Name und ihr Wert auch schon früher brillierten.

Von Brita Sachs

Die Rosenbrosche mit Brillanten (van Cleef & Arpels) brachte bei der Sotheby's-Auktion am 7. April 400.000 Hongkong-Dollar inklusive Aufgeld (Taxe 350.000/450.000).

Die Jugendstil-Brosche (Mischwesenkopf) aus Gold kam auf 480 Euro inklusive Aufgeld. Taxe: 250/300 Euro.

Armreif und Ring aus Gelbgold mit Korallenperlen brachten bei Neumeister 5715 Euro inklusive Aufgeld. Taxe: 3000/3500 Euro.

FOTOS: XXX

Die Goldbrosche von Herz Belperron sollte bei Christie's 3000/5000 Dollar erbringen.

Der Diamant-Rubin-Ring hat im Dorotheum einen Schätzpreis von 1700 bis 2200 Euro.

Die beiden Ohrhänger mit tropfenförmig facettierten Blautopas wurden für 635 Euro inkl. Aufgeld bei Neumeister verkauft. Taxe: 400/500 Euro.

Niemand hatte erwartet, dass sie Nein sagen würde, als der Prinz nach acht gemeinsamen Jahren endlich um ihre Hand anhielt. Aber dass William ihr den Verlobungsring seiner verstorbenen Mutter Diana an den Finger steckte, dürfte Kate Middleton dann doch überrascht und angerührt haben. Der zwölfkarätige Saphir, schön blau und von Diamanten umringt, macht ordentlich was her. Aber mehr als der hohe materielle Wert dieses Prachtstücks zählen natürlich sein symbolischer Gehalt und das Andenken an Lady Di, die Königin der Herzen. Gemessen an dem, was sonst noch in den Schmuckschatullen der Royal Family glitzert, nimmt sich der Ring fast bescheiden aus. Aber er soll ja für den Alltag taugen – zugegeben einen Prinzessinnenalltag ohne Abwasch, Unkrautzupfen und U-Bahn-Fahren. Und wenn alles so läuft, wie es bei Hofe üblich ist, wird dieses blaue Wunder mal die Auserwählte des Sohnes tragen, des kleinen George.

Viele machen es wie die Könige, wenn auch meist in bescheidenerem Umfang. Sie vererben ihren Schmuck, oft mitsamt Erinnerungen und Geschichten. Da wären Großmutters Ohrringe, die als einzige Schmuckstücke die Flucht überlebten. Da ist die nach Grabungsfunden gearbeitete Goldbrosche von der unvergesslichen Ägypten-Reise oder der Ring der spendablen Patentante, den die Einbrecher übersahen, weil er zum Glück nicht bei den anderen Sachen lag.

Wer nicht erben kann, der muss den alten Schmuck kaufen. Das ist zwar nicht so preiswert, aber es ist garantiert, dass man das Gewünschte auch bekommt. Man muss es ja nicht so weit treiben wie Andy Warhol: Der Sohn eines Arbeiters, der als Künstler reich wurde, kompensierte einstige Armut mit einer Schmuck- und Uhrensammlung, der er sogar Joan Crawfords wertvolle Aquamarin-Kombination aus dem Hause Boucheron einverleibte, als die Schätze der Hollywood-Diva unter den Hammer kamen. Üppige Auswahl an historischen Stücken, neudeutsch auch gern „Vintage-Schmuck" genannt, bieten Auktionshäuser und spezialisierte Händler. Dorthin trägt man seine Juwelen, wenn einem Sentimentalitäten fremd sind, wenn man ein ungeliebtes Geschenk loswerden will, das mit Geschmackskollisionen behaftet ist, oder wenn man schlicht Geld braucht. Kaum ein Mehrsparten-Auktionshaus, das nicht regelmäßig Schmuckstücke versteigert. Dort kann man bei sämtlichen Epochen und quer durch die Preisklassen fündig werden.

Die romantische Vorstellung von Auktionssälen voller Kavaliere auf der Jagd nach einem schönen Bijou für die Liebste ist aber naiv. Erstens kaufen Frauen durchaus selbst Pretiosen, und sie neigen dabei nicht zum Sparen. Zweitens sind es meist Sammler, die ihre repräsentative Beute nicht spazierentragen wollen, sondern die meisterliche Machart und den individuellen Ausdruck eines erlesenen Stücks Kunsthandwerk genießen wollen. Drittens ist der Handel mit Schmuck und Steinen, der Kampf um das exzellente Objekt, ein Geschäft.

In seinem Geschäft in der Berliner Fasanenstraße weiß Ulf Breede das Lied davon zu singen. Als einer der renommiertesten deutschen Händler für alten Schmuck beobachtet er den Markt seit Jahrzehnten. Zur Zeit konstatiert

Der Armspange aus Weißgold mit Zucht- und Naturperlen (um 1920) blieb bei Neumeister unverkauft. Taxe: 7000/7500 Euro.

Die Panther-Armspange von Cartier wurde am Dorotheum auf 12.000 bis 16.000 Euro geschätzt.

Der Steinbock-Armreif von David Webb hatte bei Christie's eine Taxe von 20.000/30.000 Dollar.

Die Pantherkette von Cartier brachte am 7. April bei Sotheby's 162.500 Hongkong-Dollar inklusive Aufgeld (Taxe: 40.000/60.000).

ALT GLÄNZT NEU

Farbsteinohrgehänge: Der Schätzpreis liegt bei 9000 bis 11.000 Euro am Dorotheum.

er eine sinkende Nachfrage für historisches Geschmeide und gleichzeitig eine Verknappung erstklassiger Objekte. Die Schere spreizt sich: „Topstücke behalten ihren Wert und steigern ihn sogar, aber darunter bricht der Markt weg." Eine gute Nachricht für alle, die statt fürstlicher Parure, mit Farb- und Funkelstein gespickt, das „bürgerliche" Stück wollen, das bezahlbar ist und tragbar ohne Bodyguard-Begleitung.

Das könnten hübsch baumelnde Ohrhänger mit erschwinglichen Steinen sein, die wieder ganz im Trend liegen, vielleicht auch eine Brosche aus den Fünfzigern, deren Schleifenstil man plötzlich wieder mag. Oder das attraktive Set aus breitem Goldarmreif und -ring mit Korallenperlen, von Chaumet in Paris in den Vierzigern gefertigt, das vor kurzem bei Neumeister in München für 4500 Euro zugeschlagen wurde und zur klassischen Garderobe so gut passt wie zum ausgefallenen Outfit.

Aber kommt es überhaupt auf die Signatur an? Das Label-Denken, so bestätigen Fachleute einhellig, hat sich auch beim Schmuck breitgemacht. Der Namenszug berühmter Geschmeideschmieden wie Cartier, van Cleef & Arpels, Boucheron, Bulgari oder Tiffany gibt einer Klientel ohne Spezialkenntnisse Sicherheit.

Wohl ebenso wichtig: Markenschmuck funktioniert als Statussymbol, nach dem Motto „Mein Haus, mein Auto, meine Uhr, meine Frau, ihr Schmuck". So sind etwa Cartiers weltberühmte Pretiosen in Gestalt blitzäugiger Panther unschlagbar leicht wiederzuerkennen. Im Preiswettkampf fallen dagegen zur Zeit Meisterstücke aus Epochen zurück, in denen Firmenzeichen noch unüblich waren. Etwa der einst so geschätzte viktorianische Schmuck. Alt soll Geschmeide durchaus sein, aber bitte nicht altmodisch aussehen. Doch Moden wechseln nun mal.

Art-Déco-Stücke überstehen fast alle Fashion-Launen glanzvoll: leuchtend dank dichtem Diamantenbesatz, supercool mit Weißgold- und Platinfassungen, unverschnörkelt im Design. Glaubt man Gerüchten, sind aber rund 90 Prozent dieser Stücke im Handel Fälschungen oder Imitationen, für die ausgezeichnete Schleifer in Indien Diamanten mit passendem Altschliff versehen.

Diamanten gehören ohnehin gerade zu den Favoriten. Meldungen der internationalen Auktionshäuser von Millionen-Ergebnissen reißen nicht ab: Kaum hatte Christie's in Genf im Mai vergangenen Jahres einen weißen hochkarätigen Diamanten für 26,7 Millionen Dollar veräußert, brachte im Herbst ein Exemplar in Eigröße bei Sotheby's in Hongkong 27,3 Millionen Dollar. Schmuck und Steine von höchster Qualität taugen zur Geldanlage, davon ist auch Frederik Schwarz überzeugt. „Sie bieten auf kleinstem Raum das größte Vermögen", sagt der erfahrene Schmuckexperte bei Christie's. „Der einzigartige orangefarbene Diamant, den wir im vergangenen November in Genf für 29 Millionen Franken verkauften und der mit fast 15 Karat der größte seiner Art ist, passt in die Hand eines vierjährigen Kindes."

Dieser Diamantanhänger erzielte bei der Auktion am 10. April im Dorotheum 219.900 Euro (inklusive).

Man stelle sich einmal vor, man wollte Gold für den gleichen Betrag transportieren!

Heidi Klum hielt ihn uns in der Regenbogenpresse vor die Nase, ihren Verlobungsring mit einem fetten gelben Diamanten. Seal schien ihn passend zur Haarfarbe seiner Traumbraut gewählt zu haben. Ewiges Glück brachte die Trophäe bekanntlich nicht. Doch künden solche Topmodel-Vorbilder in Germany von der Tradition, die in den Vereinigten Staaten und in einigen europäischen Ländern einen Brillantring zur Verlobung gleichsam vorschreibt. Als Faustregel gilt: Mindestens zwei, besser drei Monatsgehälter muss er den Bräutigam kosten.

Diese Sitte setzt sich langsam auch bei uns durch. Aber der entsprechend steigenden Nachfrage nach Diamantsolitärringen ist nicht nachzukommen, denn die Leute behalten ihre Schätzchen. Ein Grund mehr für den Händler Ulf Breede, das Geschäft auf ein zweites Bein zu stellen. Sein erfolgreicher Online-Diamantenhandel erreicht mittlerweile eine internationale Klientel. Im Vergleich zur Auktions-Oberliga in Genf, New York und immer stärker auch in Hongkong spiegeln die deutschen Heimspiele ein bescheidenes Preisniveau. China und andere junge asiatische Märkte sind wild auf die kühlen Kristalle mit innerem Feuer. Hier legt man einen gewissermaßen steinlastigen Geschmack an den Tag und bevorzugt modernere Formen, ohne Interesse an Stücken mit historischer Aura.

Und dann gibt es da noch die kleine, aber durchaus aktive Gruppe der Goldgräber, Steinbrecher und Perlenknacker. Sie erwerben alte Stücke des Materials wegen, zerlegen sie und machen vielleicht neue Klunker aus alten. Da bekommen dann römische Gemmen moderne Fassungen verpasst. Oder eine charaktervolle Barockperle schimmert wirkungsvoll aus einer nagelneuen Kreation.

Große Ausnahmen aber sind Fälle wie der des Blauen Wittelsbachers. Einige hundert Jahre hatte der blaue Diamant auf seiner Runde durch höchste Häuser Europas verschiedene Pretiosen geziert und schließlich, bis 1918, die bayerische Königskrone. Später schenkte Kaufhauskönig Helmut Horten den Stein seiner Frau. Als sie ihn 2008 bei Christie's zur Auktion gab, bot der Londoner Edelsteinhändler Laurence Graff die sagenhafte Summe von 18 Millionen Euro. Historiker und Steinspezialisten schrien auf, als Graff das Kleinod anschließend umschleifen ließ, wodurch es nicht nur an Karat, sondern auch an Geschichte einbüßte. Graff hatte kühl kalkuliert: Der neue Schliff verbesserte das Zertifikat von „graublau" auf „blau", brachte dem Juwel sein ultimatives Licht und Graff einen satten Gewinn: Zwischen 50 und 90 Millionen Dollar soll ihm der Käufer gezahlt haben, der in den Emiraten vermutet wird.

Der Schmuckhandel läuft meist diskret. Wer hängt schon gern den Ausverkauf des Familienschmucks an die große Glocke oder prahlt mit Millionenwerten im Safe? Doch manchmal geht es nicht ohne das Trommeln mit Provenienzen. Wären Liz Taylors Traumjuwelen auf sagenhafte 116 Millionen Dollar gestiegen, wenn Christie's ihre Herkunft verschwiegen hätte? Mit Sicherheit nicht. Denn die mit Taylors Prachtstücken verschweißten Dramen um Liebe und Leidenschaft haben die Vervierfachung der Schätzpreissumme befeuert. 8,8 Millionen Dollar schaffte allein ihr Lieblingsring mit exorbitantem Diamanten, ein Geschenk von Richard Burton. Früher gehörte der Stein der Familie Krupp, den Waffenschmieden der Nationalsozialisten. Liz Taylor gefiel die Idee, „dass ein nettes jüdisches Mädchen wie ich ihn besitzt". Ein schönes Beispiel, wie Schmuck Wechselfälle der Geschichte spiegelt: Das Kleinod wurde auf den neuen Schmuckkontinent Asien verkauft. Hoffentlich gerät seine alte Geschichte nicht in Vergessenheit. ◂

Das Saphir-Diamantohrgehänge wurde vom Dorotheum auf 1500 bis bis 2000 Euro geschätzt.

Der Schafbock-Armreif von David Webb kam bei Christie's auf eine Taxe von 30.000/50.000 Dollar.

MOOD ➡

Ist das ein Trend? Turnschuhe sehen plötzlich minimalistisch aus. (Sneaker unten: Santoni, Sneaker oben: Gucci)

Vor ein paar Saisons waren die Handtaschen so groß, dass man sich in ihnen verstecken konnte. Dann waren Clutch-Taschen angesagt. Jetzt haben die Teile wieder Riemchen. Praktisch. Und dennoch wirbelsäulenschonend winzig. (Tasche: TL-180)

Nicht nur die Baseballmütze ist vom französischen Modelabel Kitsuné. Die Designer haben mitten in Paris, am Palais Royal, ein Café eröffnet: 30, rue de Montpensier.

Es ist Frühling. Zeit zum Fahrradfahren. Aber in dieser Saison nicht mehr ohne Helm. Die Silberkappe von Bobbin Bicycles ist ein echtes Schmuckstück.

011

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

Was man noch zum Fahrradfahren braucht: diese Leine (Aggripine). Sie kettet die Handtasche an den Korb, damit Diebe sie nicht klauen können.

Genderklischees, die Jungs in Blau, die Mädchen in Rosa, können nerven. The Fableists macht Kleider, die sich Brüder mit den Schwestern teilen sollen.

100 Tage Glück:
Wer eh schon süchtig nach Selfies ist, wird bestimmt auch die Idee toll finden, über 100happydays jeden Tag ein Foto zu posten.

Die Glühbirne von ALamp spart wirklich Energie — und brennt etwa zehn Stunden lang.

Mal schauen, was die Technik alles mit der Zukunft anstellen wird. Koffer dürften dann jedenfalls nicht mehr verloren gehen. Airbus, T-Systems und Rimowa haben jetzt den ersten Koffer vorgestellt, den man mit dem Smartphone einchecken kann. Er sagt einem sogar, wie schwer er ist und wo er gerade steckt.

Laptophüllen, wie die vom holländischen Label Mujjo, sind oft aus Filz. Sieht ja auch schön aus.

FOTOS: KARL MAB, HERSTELLER (8)

MUT ➡

In drei Wochen eröffnet dieser Film das Festival von Cannes: Nicole Kidman erlebt als Grace Kelly in „Grace of Monaco“ von Olivier Dahan Riviera und Rivalitäten.

Das war die filmreife Perspektive des Juwelendiebs von 1954: An den Balkonen im sechsten Stock des Hotels Carlton drehte Alfred Hitchcock „Über den Dächern von Nizza“.

Über den Dächern von Cannes

Vor 60 Jahren wurde der Kino-Klassiker gedreht. Nur in der deutschen Fassung verlegte man ihn nach Nizza. Und erst in jüngster Zeit wurden hier wirklich Juwelen geraubt.

Von Helge Sobik

John Robie hätte es heute schwerer als damals. Inzwischen gibt es massive Riegel in Gold an den Zimmerfenstern und Überwachungskameras in den Korridoren. Und sehr unauffällige Security-Leute. Aber wenn jemand die Fenster bei Nacht einen Spalt offen lässt, damit er das Meeresrauschen und die Autos unten auf der Croisette von Cannes hören kann, flattern die Vorhänge noch genau so im Wind wie damals Mitte der fünfziger Jahre vor der Filmkamera.

Wie damals, als immer wieder erst nur ein Arm von draußen in die Zimmer griff, die Gardinen zur Seite strich, schließlich ein schwarzer Schatten im Mondlicht hereinsprang und Juwelen raubte, weil die Story eines Romans es so wollte. Was ebenfalls so ist wie früher: Die niedrigen Metallgitter zwischen den kleinen Balkonen im sechsten Stock sind allesamt leicht zu überwinden für einen so geübten Kletterer wie John Robie alias „die Katze“, also für den erfolgreichsten Juwelendieb seiner Zeit an der französischen Riviera, zu dem ihn Alfred Hitchcock mit „To Catch a Thief“ gemacht hat. Im Deutschen bekam der Film den harmloseren und geographisch gar nicht akkuraten Titel „Über den Dächern von Nizza“.

„Hier? Bei uns in den Zimmern? Hier ist in all den Jahren seitdem nichts passiert. Keine spektakulären Diebstähle, kein Schaden für die Gäste. Das gab es nur im Film“, erinnert sich Louis Menin, der 1946 als Etagenkellner im Room Service anfing, diese Abteilung später leitete und das Filmteam damals bediente. Heute ist er fast 90 Jahre alt und weiß es noch ganz genau: „Damals, im Frühsommer 1954, da wurde gestohlen – aber nur für die Kamera. Nur, weil Alfred Hitchcock es so wollte. Und am Ende war es ja gar nicht John Robie, gar nicht Cary Grant, obwohl die Leute im Kino das zunächst glauben sollten.“

Den Gentleman-Schauspieler hat Louis Menin als sehr freundlichen Herren im Gedächtnis, als der Film im Carlton direkt an der Croisette von Cannes gedreht wurde – ein Kino-Welterfolg, der in der deutschsprachigen Fassung sicher Hunderte Male im Fernsehen wiederholt wurde. Dem Hotel hat der Meisterdieb zu gewisser Prominenz verholfen, auf der Leinwand und darüber hinaus.

Gebraucht hat das Haus diese Art Werbung nicht. Der im Jahr 1911 eröffnete und schon im Jahr 1913 erweiterte

Auf frischer Tat: Juwelendieb John Robie (Cary Grant) lernt die bezaubernde Frances (Grace Kelly) kennen.

382-Zimmer-Koloss mit fünf Sternen konnte sich nie über einen Mangel an Auslastung beklagen. Schon vor dem Film war er so etwas wie das Herz des im Jahr 1946 ins Leben gerufenen Film-Festivals geworden. Auch außerhalb der Festspielzeiten ist er ein Anziehungspunkt für Stars und Sternchen, für Reiche und auch nicht so Begüterte. Das Haus ist ein Wahrzeichen für Cannes wie der Eiffelturm für Paris.

Im Film spielt Cary Grant den Juwelendieb John Robie, dessen Spezialität es war, katzenhaft über Fassaden und Dächer an die Verstecke des wertvollen Schmucks seiner Opfer vorzudringen. Er wurde in Paris gefasst, hat seine Strafe dafür abgesessen und der Kriminalität abgeschworen – so weit die Vorgeschichte. Im Film kam es plötzlich zu immer neuen Taten in Cannes, die seiner Arbeitsweise entsprachen und Kletterkünste voraussetzten. Längst wieder von der Polizei verfolgt, blieb Robie nur, den Täter auf eigene Faust zur Strecke zu bringen und sich dabei schon vorher der Rückendeckung des Versicherungsagenten H.H. Hughson (John Williams) zu versichern. Der stellte den Kontakt zur amerikanischen Millionärin Jessie Stevens (Jessie Royce Landis) her, die mit ihrer vierundzwanzigjährigen Tochter Frances, gespielt von Grace Kelly, im Carlton abgestiegen war – mit reichlich Juwelen im Gepäck. Neben der Krimi-Handlung entspann sich nun auch eine Liebesgeschichte. Der Familienschmuck wurde natürlich gestohlen. Im Verdacht: John Robie.

Nach Cary Grant ist im Hotel heute eine der Suiten benannt, eine andere nach Alfred Hitchcock, eine weitere nach Grace Kelly. Die Amerikanerin lernte hier bei der Filmpremiere 1955 Fürst Rainier von Monaco kennen, den sie ein Jahr später heiratete. Sie wurde zur Fürstin Gracia Patricia und zog für immer an die Côte d’Azur, die sie einst für den Film das erste Mal bereist hatte. Kein Wunder, dass ihre Suite heute häufig von Hochzeitsreisenden gebucht wird. Oder von Männern, die ihrer Begleitung dort einen Heiratsantrag machen wollen und beim Hotel die passende Blumen-Dekoration mitbuchen. Heute kümmern sich die Nachfolger von Louis Menin um Extrawünsche. Er selbst wurde schon 1984 pensioniert.

„Manchmal“, sagt der kleine Mann mit dem schütteren Haarkranz, „möchte ich zurück hierher ins Hotel und wieder arbeiten.“ Er lächelt, während er einen Tee in der Bar unten im Erdgeschoss trinkt und dort fast im Sessel versinkt: „Aber meine Frau lässt mich nicht mehr.“ Sie klopft ihm derweil liebevoll mit der flachen Hand auf den Unterarm. Das soll so viel heißen wie: „Auf keinen Fall lasse ich Dich!“

Wie das damals bei den Dreharbeiten war, in den fünfziger Jahren? Das weiß Louis Menin noch ziemlich genau. Die Kameras, die Scheinwerfer, die vielen Leute. Erst haben sie in Zimmer 623 gedreht, dann unten am Strand vor dem Hotel, wo Cary Grant und Grace Kelly zu einem Ponton schwimmen mussten. Einen Monat lang, erinnert sich Menin, sei Hitchcock hier gewesen. Was alle Bilder aus der Vergangenheit überlagert: „Grace Kelly war sehr, sehr schön. Magnifique! Viel schöner noch als auf der Leinwand.“

Ob der Film auch Einfluss auf die Leidenschaft des Autonarren Fabrice Le Roy genommen hat? Er antwortet mit einem lang gezogenen „Ouiii“ auf die Frage, während er den Zündschlüssel seines roten Mercedes 250 SL Pagoda von 1967 umdreht. „Ja, selbstverständlich“, soll das heißen. Denn Le Roy sammelt Oldtimer, Klassiker vor allem aus den fünfziger und sechziger Jahren, wie sie bei „To Catch a Thief“ über die Leinwand fuhren. Typische Riviera-Autos: Wagen wie das Cabrio vom Typ Sunbeam Alpine Mark III, in dem Grace Kelly als Francie Stevens den vermeintlichen Juwelendieb John Robie alias Cary Grant im Rallye-Tempo über die Serpentinen der Grand Corniche zwischen Nizza und Monaco chauffiert hat,

Juwelendieb und Juwelenbesitzerin über Cannes: Nicht allzu weit entfernt kam Fürstin Gracia Patricia im Jahr 1982 bei einem Autounfall ums Leben.

Über den Dächern von Cannes

um ihn schließlich in einer Kurve mit bestem Blick aufs Meer und auf Monte Carlo zu küssen.

Wo die beiden damals vor Hitchcocks Kamera gepicknickt haben, steht heute ein Haus. Trotzdem sind viele Kilometer ihrer Cabrio-Fahrtstrecke durchs unmittelbare Hinterland der Côte d'Azur unverbaut geblieben. Das ist Fabrice Le Roys liebste Route für seine Ausflugsfahrten. Da ist es praktisch, dass die kurze Strecke aus dem Film in Wirklichkeit gut 100 Kilometer lang ist. Hitchcock hat beim Schnitt gemogelt und mehrere besonders schöne Streckenabschnitte zusammengefügt, die in Wirklichkeit so nicht aufeinander folgen.

Fabrice Le Roy hat inzwischen 25 Auto-Klassiker in seiner Garage stehen. Seit kurzem vermietet er sie, oft an Leute, die auf den Spuren des Films fahren wollen, manchmal an Leute, die sogar die Dialoge auswendig aufsagen können. Sein Geschäft würde auch so funktionieren, aber im Sog dieses Films läuft es mehr als ein halbes Jahrhundert nach der Kinopremiere noch besser.

Louis Menin hat den Film ein paar Mal gesehen, nie ein Cabrio besessen, nie auch nur eine Statistenrolle während eines der vielen Drehs der Folgejahre an der Riviera gespielt. Hat er auch Autogramme der Stars? „Hätte ich bloß gefragt! Aber das habe ich nie getan. Nicht mal daran gedacht! Es war alles so normal, es war mein Alltag, diese Leute zu treffen." Wäre sein Leben auch anderswo möglich gewesen? Er denkt einen Moment nach, die Augen scheinen derweil in die Unendlichkeit zu schauen: „Ich weiß nichts über andere Hotels. Ich hatte das Glück, die besten Jahre hier zu erleben, die fünfziger, sechziger, auch noch die siebziger. Das war großartig. Ob das woanders möglich gewesen wäre? Damals wahrscheinlich nicht."

Zwei Jahre vor Louis Menins Pensionierung kam Grace Kelly bei einem Autounfall ums Leben, in einer Serpentine bei La Turbie kurz vor Monaco, nicht weit von der Strecke, die sie im Film mit Cary Grant entlangfuhr. Ihr Leben ist gerade mit Nicole Kidman in der Hauptrolle verfilmt worden. „Grace of Monaco" heißt der Film. Bald feiert er auf dem Filmfestival von Cannes Weltpremiere. Gedreht wurde wieder, natürlich, an der Côte d'Azur.

Seit Menin im Ruhestand ist, hat sich hier viel getan. Und es sind andere Zeiten angebrochen. Das Carlton wurde an einen Araber verkauft. Es kommen seither noch mehr reiche Saudis, Ägypter und Marokkaner als in den goldenen Jahren. Und viele Russen, mehr noch als während der ersten zwei Jahrzehnte nach der Eröffnung des Hauses, als der russische Adel die Winter nach Möglichkeit an der Riviera verbrachte. Und es sind neue Hotels entlang der Küste entstanden, mit größeren Zimmern, mit mehr Luxus.

Und Fabrice Le Roy ist aus Bordeaux hierher gezogen, mit seinen Autos zum Verleihen. Über mangelnde Nachfrage kann er sich nicht beklagen. Warum? „Weil diese Gegend Klasse hat. Weil meine Autos hierher passen. Weil hier dieser Film gedreht wurde. Weil man an der Riviera nicht schnell fahren kann, aber stilvoll." Bei Sonnenwetter steht es sich nicht einmal im Stau auf der Küstenstraße schlecht, jedenfalls im Cabrio.

In der Schlussszene von „Über den Dächern von Nizza" stehen John Robie und Frances Stevens auf der Veranda seines Hauses und blicken Richtung Hinterland. John Robie hat seine Unschuld beweisen können, und der Familienschmuck der Stevens' ist zur Freude des Versicherungsagenten H.H. Hughson wieder da. Wer die Taten begangen hat? Jemand anderes. Ganz kurz vor Schluss kommt es heraus.

Wenn es auch zu Louis Menins Zeit und selbst in den Jahrzehnten danach keine Schmuckdiebstähle im Carlton gegeben haben mag: Ausgerechnet 2013, im Jahr des hundertsten Hotel-Geburtstags, war es so weit. Der Täter musste dafür weder klettern können noch auch nur mehr als drei Treppenstufen steigen. Katzenhafte Eleganz war nicht gefragt. Ob es ein Gentleman-Ganove war, ist nicht bekannt. Er marschierte ins Gebäude, wo in einem der Veranstaltungsräume gerade eine Juwelen-Ausstellung stattfand. Ohne einen Schuss abzugeben, räumte er in Windeseile die Vitrinen leer und entkam unerkannt mit einem Koffer voller Steine. Verletzt wurde niemand, gefilmt hat die Tat am helllichten Tag nur die Überwachungskamera. Die Qualität der Bilder ist angeblich schlecht. Der Täter ist flüchtig, die Beute wird auf mehr als 100 Millionen Euro geschätzt. Ein Stoff für einen spannenden Film. ◂

Er bediente Grace Kelly: Louis Menin, heute 90, erinnert sich gern daran.

Zum Hundertsten kam der Dieb: Das Carlton in Cannes war immer ein sicherer Ort, bis im vergangenen Jahr ein Ganove eine Juwelen-Ausstellung besuchte.

Infos:

Flug mit Lufthansa (www.lufthansa.com) nonstop nach Nizza ab Düsseldorf, Frankfurt und München von rund 150 Euro an, ab Hamburg und Köln mit Germanwings (www.germanwings.com) von rund 100 Euro an. Umsteigeflüge via Paris mit Air France (www.airfrance.com) zu ähnlichen Preisen.

Doppelzimmer im Carlton (www.intercontinental.com/cannes) in Cannes in der Nebensaison von 194 Euro an.

Weitere Informationen: Französische Zentrale für Tourismus, Postfach 100128, 60001 Frankfurt, www.rendezvousenfrance.com.

FOTOS: HELGE SOBIK (3), DPA (2), ACTION PRESS, IMAGO

DAS GEHEIMNISVOLLE MALAYSIA VERZAUBERT MIT SEINEN 147 ETHNISCHEN STÄMMEN UND KULTUREN.

LASSEN SIE SICH VON URALTEN TRADITIONEN UND SPRACHEN, DIE NOCH HEUTE GESPROCHEN WERDEN, VERZAUBERN.-

ENDLOSE VERZAUBERUNG

Weissfrauenstr. 12-16, 60311 Frankfurt am Main
Tel: (069) 460 923420 | **Fax:** (069) 460 923499

facebook.com/tourismmalaysiafrankfurt
facebook.com/friendofmalaysia

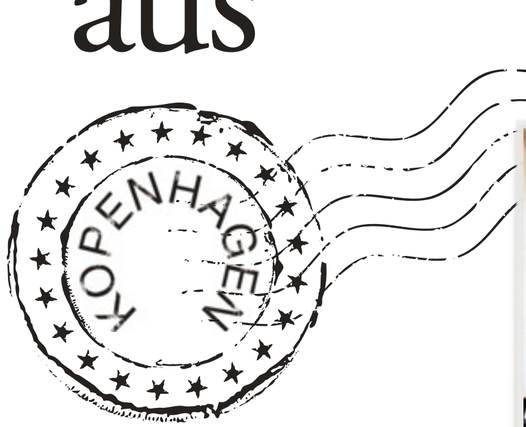
MyTTV mytourismtv.com

TrulyAsia TV trulyasia.tv

visit MALAYSIA 2014 Truly Asia www.tourismmalaysia.de

IBAN TRIBESMAN, SARAWAK

Grüße aus



In zwei Wochen kommt der Eurovision Song Contest in die dänische Hauptstadt. Wir waren schon mal da.

Von Claire Beermann

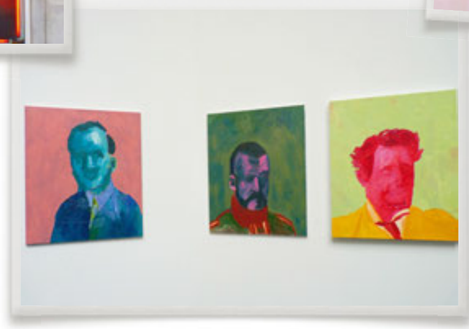
Die wohl schönsten Männer Europas laufen in Kopenhagen herum. Das liegt auch an Soulland: Das Herrenmodelabel steht für einen erfrischenden Mix aus sportlichen Silhouetten und originellen Stoffmustern. Zuletzt kooperierte die Marke mit dem Erfinder des Comic-Elefanten Babar.

In Dänemark kann man als Touristin schnell mal in eine Modekrise geraten. Wo haben die Kopenhagenerinnen nur diesen nonchalanten Chic erlernt? Bei „Emma Lu“ gibt's den dänischen Stil zum Nachkaufen. Marken wie Peter Jensen und Rika ergänzen das Sortiment junger Designer.

Falls man Ihnen im „Noma“, das 2010, 2011 und 2012 das „beste Restaurant der Welt“ war, erst 2015 einen Tisch reservieren kann: nur nicht verzagen! Im „Madsvinet“ werden nämlich ebenfalls sterneverdächtige Speisen wie Schweinebacke mit geräuchertem Apfel aufgetischt. Und das auch noch, typisch dänisch, im rustikalen Ambiente einer ehemaligen Metzgerei.

Nach dem Hotdog das vielleicht berühmteste dänische Exportprodukt: formschöne Möbel. Wer den nordischen Einrichtungspurismus mittlerweile nicht mehr mag, wird dennoch fündig: in der Design-Boutique Dansk – neben Klassikern von Egon Eiermann gibt es Porzellanfiguren in Eulenform und neonfarbene Stadtkarten.

Sogar diese malerische Stadt hat ihre verwegenen Ecken: Das Rotlichtviertel nahe Vesterbrø bietet mit interessanter Fassadengestaltung eine Abwechslung zu all den hübschen Straßenzügen von Kopenhagen. Man muss im „Club 34“ ja nicht gleich die Mitgliedschaft beantragen.



Das Den-Frie-Museum vertritt als Plattform von Künstlern für Künstler die Idee von der Autonomie des Schöpfers: Die Ausstellungen werden von den Kunstschaffenden selbst initiiert und kuratiert. Mit der Werkschau „100xSpring“ feiert das Haus in diesem Jahr sein hundertjähriges Bestehen.

haut couture

Sie hat magische Hände
und natürliche Hilfsmittel.
Kein Wunder, dass in Paris alle
zu Madame Ciocco pilgern.

Von Stefanie Schütte,
Foto: Helmut Fricke

Eines der Geheimnisse von Paris verbirgt sich hinter einer schweren grauen Tür im ersten Stock eines Bürogebäudes an der verkehrsumbrausten Place de la Madeleine. Wer hier klingelt, ist in der Regel reich, schön oder berühmt. Oder gibt vor, es zu sein. Und hofft auf eine verlängerte Jugend – zumindest äußerlich.

Das Centre de Soin von Joëlle Ciocco ist eine der wichtigsten Destinationen für Schönheit überhaupt. Madame Ciocco schaltet keine Werbung; auch die anderen „Superfacialists" verzichten darauf, also zum Beispiel Vaishaly in London oder Isabelle Bellis in New York, eine ihrer Schülerinnen. Madame Ciocco lebt von Mundpropaganda. Nirgends wird so gerne von „Best Kept Secrets" gesprochen wie in der Beauty-Branche. Kosmetiksüchtige assoziieren mit „Mystères de Paris" längst nicht mehr den Romantitel von Eugène Sue (1804-1857), sondern Adressen wie die an der Place da la Madeleine, No. 8.

Und so kommt das Geheimnis dann doch an die Oberfläche: Die frühere „Vogue"-Redakteurin Lily Barbery-Coulon (Super-Haut) hat den Joëlle-Ciocco-Tipp von der PR-Frau und Beauty-Bloggerin Victoire de Taillac (Super-Haut). Andere nennen Sofia Coppola (Super-super-Haut) als Quelle. Ich selbst habe Madame Ciocco von meiner Yoga-Lehrerin in Paris (Porzellangesicht) empfohlen bekommen, die sie wiederum durch die Stil-Ikone Carine Roitfeld kannte und so weiter und so fort. Der Tuschel-Faktor macht die Adresse umso wertvoller. Denn es ist garantiert, dass man nicht auf eine Zeitschriftenempfehlung hereingefallen ist, die von Anzeigenkunden aufgedrückt wurde. Und es schmeichelt dem Ego, zu derselben Kosmetikerin zu gehen wie „Tout Paris", also die Moderatorin Alexandra Golovanoff, der Designer Nicolas Ghesquière, die frühere First Lady Carla Bruni Sarkozy, Modezar Azzedine Alaïa und sogar der Künstler Anselm Kiefer.

Anselm Kiefer? Der Neunundsechzigjährige, der vor ein paar Jahren ein Atelier in einem Pariser Vorort bezog, gilt doch eigentlich als uneitel. Überhaupt sorgen sich nach gängigen Vorstellungen bildende Künstler kaum um ihren Teint. „Nein, nein", widerspricht Madame Ciocco entschieden. „Auch in der Kunstwelt wird seit einigen Jahren das Aussehen immer wichtiger."

Joëlle Ciocco sitzt in ihrem zart duftenden lichten Behandlungszimmer an einem gläsernen Schreibtisch und strahlt eine natürliche Autorität aus, die man jedem Gymnasiallehrer von Herzen wünscht. Zugleich – und das ist ein ziemliches Kunststück – hat die Einundsechzigjährige etwas Mädchenhaftes. Das liegt weniger an ihrem sanft bedruckten zitronengelben Kleid, den rotblonden Kringellocken und dem rosigen Teint, sondern an ihrem herzlichen Lachen und einer unbändigen Energie, die in jeder Geste spürbar ist.

Als ich sie vor Jahren das erste Mal aufsuchte, vor Aufregung zu früh für meinen Termin, platzte ich in eine morgendliche Fitnessstunde für alle Kosmetikerinnen. Mitten unter ihnen turnte Madame, angestrengt schwitzend, nach Anleitung eines Personal Trainers. Aber sie war noch in der Lage, mir bei besonders brutalen Übungen zu bedeuten, dass ihr Einpeitscher jetzt wirklich einen Vogel habe. Inzwischen ist Power-Workout passé. Stattdessen hat sie für sich und ihre Angestellten eine Yoga-Lehrerin engagiert. „Wenn man hier arbeitet, gibt man sehr viel von sich hinein", sagt sie zur Begründung. „Ich helfe meinen Therapeutinnen, in Form zu sein. Körperlich und mental." Wer im „Bien-être" arbeite, gebe viel von seiner Energie. „Es ist wichtig, dass alle in guter Verfassung sind, um das Maximum zu geben."

Das Maximum basiert bei Joëlle Ciocco auf maßgeschneiderter Behandlung, die sich von Standardkosmetik scharf abgrenzt. Sich selbst nennt die gelernte Biochemikerin „Epidermologue", also Spezialistin der äußeren Hautschichten. Ihre Kunden bezeichnet Ciocco als „Patienten". Passend dazu beginnt sie die Behandlung wie ein Arzt mit der Anamnese. Geprüft werden, ausgehend vom Zustand der Haut, Lebens- und Ernährungsgewohnheiten, Sonnenschäden, Stressniveau und einiges mehr. Dann folgt die Gesichtsbehandlung, ein individuell abgestimmtes komplexes Treatment mit vielen kleinen Tiegeln oder Fläschchen, gefüllt mit Wirkstoffen pflanzlichen oder marinen Ursprungs. Aus langen Pipetten werden immer wieder neue Tropfen und Kleckse aufgetragen und sorgfältig einmassiert. Bei der Reinigung verzichtet sie auf die unangenehme Wasserbedampfung. Unter der Maske am Ende hingegen liegt man so mumiengleich wie in anderen Kosmetikstudios. Zum Lohn kommt man am Ende mit einer ebenmäßigen Haut heraus, die still vor sich hin leuchtet. Für zu Hause gibt es eine Art Rezept. Darauf stehen einige von Cioccos Produkten mit genauer Pflegeanleitung, aber auch Vorschläge für Nahrungsergänzungsmittel oder ein simples Hautöl, das man in jeder Drogerie kaufen kann.

„Meine Empfehlungen beziehen sich nicht zwangsläufig auf meine Produkte", sagt Joëlle Ciocco. „Manchmal können es auch welche von Kollegen sein." Einer der besten Ratschläge, die ich je von ihr erhalten habe, betraf eine antiallergische Kur mit Mangan- und Kupferampullen aus der Apotheke, deren Inhalt ich täglich auf dem Gesicht verstreichen sollte. Das wirkte Wunder. Und es war nicht teuer, was man über Cioccos Kosmetika und ihre Anwendungen leider nicht sagen kann. Bucht man sie persönlich für Beratung und Behandlung, muss man sage und schreibe 1300 Euro bezahlen. Viele Kunden lassen sich daher von ihr nur beraten und buchen für die Behandlung eine ihrer Assistentinnen. Ein paar hundert Euro lässt man zudem oft noch für Cremes, Seren oder Öle für die „Heimpflege" da. Bei all dem Aufwand soll die Behandlung dann aber auch drei Monate oder länger halten. Mit dem Wechsel der Jahreszeiten wird zudem eine neue „Verordnung" nötig – das geht auch via Mail mit Beschreibung des aktuellen Hautzustands.

Dreh- und Angelpunkt ihres Systems war von Anfang an die (nur abends durchgeführte) Reinigung des Gesichts. „Für mich ist die natürliche Schutzschicht der Haut das wichtigste Anti-Aging-Mittel", sagt die Kosmetikerin. „Den Reiniger habe ich damals so sorgfältig konzeptioniert wie eine Pflegecreme."

Vergleichbar mit der Karriere von Star-Köchinnen, hat ihre Erfolgsgeschichte zu Hause angefangen. In ihrer Küche und im Keller rührte sie vor drei Jahrzehnten ihre ersten Substanzen zusammen. Heute gibt es ein Labor in der Nähe von Paris, das Joëlle Cioccos selbst komponierte Produkte herstellt.

Aus ihren Selfmade-Zeiten am Anfang stammt ein Produkt, das bis heute ihr liebstes ist: das „Cérat aux Fleurs", ein aus pflanzlichen Zutaten komponiertes Öl für viele Zwecke, als Frostschutz im Winter und Helfer gegen Sonnenschäden im Sommer, als Pflege auf Langstreckenflügen oder Kosmetikum für Kinderhaut. Eines für alle also, ein Basic-Teil, das das Prinzip der einzeln abgestimmten „Haut-Couture" durchbricht. Die Französin spricht selbst von „Haute Cosmétique" und zieht damit den Vergleich zur Hohen Schneiderkunst.

Es passt so gesehen perfekt, dass sie viele berühmte Modedesigner als Kunden hat. Unter ihnen John Galliano, der vor drei Jahren wegen antisemitischer Äußerungen bei Dior entlassen wurde. Ciocco ist Jüdin. Dass einer ihrer Kunden jahrelang zu ihr kommen und doch solche Sätze von sich geben konnte, hat sie damals verletzt. Hat sie ihm inzwischen verziehen? „Totalement! Er war ja zu der Zeit von Alkohol und Drogen bestimmt. Er war wohl mit den Nerven am Ende. Er hatte alles gegeben, um seine Ziele zu erreichen, um auf seine Arbeit stolz zu sein, und griff dann zu solchen Dingen." Sie habe Galliano auf ihrem Kosmetikstuhl kennengelernt und ihn niemals etwas sagen hören, was in diese Richtung ging. „John war dazu überhaupt nicht fähig. Er war nicht mehr er selbst. Die These, dass man unter Alkoholeinfluss sein wahres Ich preisgibt, stimmt im übrigen auch nicht."

Wenige Menschen kommen ihren Kunden, pardon: Patienten, so nah wie die Kosmetikerin. Joëlle Ciocco weiß genau, dass viele Designer Drogen konsumieren, um dem immensen Druck standzuhalten. Verbote spricht sie trotz ihres ganzheitlichen Konzepts nicht aus. Überhaupt hält sie wenig von apodiktischen Verordnungen; nicht einmal von anderswo verabreichten Botox-Spritzen rät sie grundsätzlich ab. „Ich möchte nicht die Rolle einer zweiten Mutter haben", erklärt sie. „Aber ich gebe Empfehlungen, etwa die Adresse eines homöopathischen Arztes oder eines Therapeuten." Sie steht auf, lacht und holt ein Buch aus dem Schrank: „Oder ich empfehle ein schönes Buch." Das Gehirn sei der wichtigste Faktor beim Anti-Aging. Alle Endorphine sehe man auf dem Gesicht. „Ein Buch kann mindestens so guttun wie eine meiner besten Cremes." Den Titel habe ich mir natürlich gleich notiert und gebe ihn hiermit weiter. Es ist der mit phantastischen Elementen gespickte Roman „Retour à Salem" der Pianistin Hélène Grimaud. Ich habe schon damit angefangen und lese jetzt jeden Morgen. Wirkt besser als jede Creme. Und spart Geld. ◂

Tipps von Madame

Morgens die Haut nicht reinigen, um die natürliche Schutzschicht, die sich über Nacht bildet, nicht zu zerstören. Dafür abends sorgfältig reinigen.

Gut gegen Hautalterung ist Sonnencreme mit Lichtschutzfaktor 50. Chemische Filter sind den biologischen noch überlegen.

Sport treiben gegen Stress! Beim Anti-Aging geht es nicht um die besten Kosmetikprodukte, sondern um Disziplin.

Kümmern Sie sich um Ihr Inneres! Das Gehirn hält das Alter auf. Glückshormone sieht man auch im Gesicht. Gelassene Züge wirken jung.

„MEIN TRICK: HANDLESEN!“

Auf die größte Uhrenmesse der Welt, die Baselworld, ist **Jack Heuer** zum letzten Mal als Ehrenpräsident der Marke Tag Heuer gekommen. Anschließend wird er sich zurückziehen, mit über 80 Jahren und nach mehr als 60 Jahren im Unternehmen. Aus seiner Vergangenheit erzählt er nicht nur in diesem Fragebogen, sondern auch in seiner Autobiographie mit dem geradezu chronographischen Titel „The Times of my Life“.

Was essen Sie zum Frühstück?
Normalerweise esse ich ein ganz leichtes Frühstück, Cornflakes, die crunchigen, mit Banane oder Blueberrys.

Wo kaufen Sie Ihre Kleidung ein?
Ich wurde so erzogen, dass man als Gentleman nur Maßkleidung trägt. Aber als junger Mann waren die Schneider in Biel nicht gut genug, deshalb hatte ich einen Schneider in Mailand. Das waren die guten Jahre. Dann kam die Uhrenkrise. Nach der Uhrenkrise habe ich mir dann hin und wieder einen Anzug machen lassen.

Hebt es Ihre Stimmung, wenn Sie einkaufen?
Nein. Ich hasse es einzukaufen.

Was ist das älteste Kleidungsstück in Ihrem Schrank?
Mein Cutaway von der Hochzeit. Das ist jetzt 50 Jahre her. Irgendwann habe ich mir einen zweiten in Mailand machen lassen, weil ich auf einer Hochzeit eingeladen war, auf der man einen Cutaway tragen musste.

Was war Ihre größte Modesünde?
Modesünde? Da habe ich ein reines Gewissen. Was man darf und was man nicht darf, habe ich wohl geerbt. Ich weiß zum Beispiel, dass die Socken nicht zu kurz sein dürfen.

Tragen Sie zu Hause Jogginghosen?
Nein. Nur wenn ich in den Fitnessclub gehe. Ich ziehe zu Hause auch keinen Morgenrock an.

Haben Sie Stil-Vorbilder?
Nein.

Haben Sie jemals ein Kleidungs- oder Möbelstück selbst gemacht?
Kleidungsstück: sicher nicht. Möbelstück: Im Gymnasium ging ich als junger Mann zu einem Schreiner, um dort meine Handfertigkeit zu verbessern. Da habe ich mal ein kleines Möbelstück selbst geschreinert, einen Stuhl.

Besitzen Sie ein komplettes Service?
Ja, mehrere, zum Teil geerbt, zum Teil gekauft. Also, meine Frau hat die angeschafft.

Mit welchem selbst zubereiteten Essen konnten Sie schon Freunde beeindrucken?
Mit Käsefondue. Ich nehme meistens halb Vacherin, halb Emmentaler, dazu sagt man übrigens demi-demi.

Welche Zeitungen und Magazine lesen Sie?
Ich fange mit dem „Gstaader Anzeiger“ an, das sind nur vier Seiten zweimal in der Woche, da weiß ich, was in Gstaad passiert. Dann kommt die „Berner Zeitung“, das lokale Käsblatt, und dann die „Neue Zürcher Zeitung“. Die Magazine „Time“ und „Bilanz“ lese ich immer.

Welche Websites und Blogs lesen Sie?
Eigentlich nicht, das ist nicht meine Generation. Ich lese alle Mails und die Attachments, aber keine Blogs.

Wann haben Sie zuletzt handschriftlich einen Brief verfasst?
Erst kürzlich. Ich schreibe meine Kondolationsbriefe und Dankesbriefe immer von Hand.

Welches Buch hat Sie am meisten beeindruckt?
Ich lese sehr gerne Biographien. Die Biographie von Steve Jobs habe ich besonders geliebt, zum Teil habe ich die Zeit Wort für Wort miterlebt. Schon 1972 war ich im Silicon Valley, als einer der ganz frühen. Als Elektroingenieur hat es mich dorthin gezogen. Da sind die Leute barfuß herumgelaufen. Dann lese ich furchtbar gerne historische Bücher über den Ersten und Zweiten Weltkrieg. Mein Vater war Brigadekommandant, das ist im Blut, ich war selbst Major.

Ihre Lieblingsvornamen?
Für die Frau Fiona und Christoph für den Mann.

Fühlen Sie sich mit oder ohne Auto freier?
Mit Auto. In meinem Alter am liebsten den BMW X1.

Tragen Sie eine Uhr?
Ja, immer, eine Carrera, am liebsten eine mit dem Familienwappen auf der Rückseite.

Tragen Sie Schmuck?
Nur Manschettenknöpfe und meine Ringe: Siegelring und Ehering.

Haben Sie einen Lieblingsduft?
Ja, ich habe einen Freund, seine Firma heißt Firmenich. Er ist einer der Lieferanten von Düften für große Marken, deshalb setzen sie keine eigene Marke auf ihre Flaschen. Die schenken mir jedes Jahr eine Flasche Eau de Cologne. Die verbrauche ich, und wenn das Jahr vorbei ist, bekomme ich eine neue.

Was ist Ihr größtes Talent?
Ich habe ein gewisses Talent, Leute zu spüren, sie richtig zu beurteilen.

Was ist Ihre größte Schwäche?
Ungeduld.

Mit was kann man Ihnen eine Freude machen?
Mit einem guten Essen und mit einem guten Buch.

Was ist Ihr bestes Smalltalk-Thema?
Das Wetter.

Sind Sie abergläubisch?
Ein bisschen, früher habe ich anderen Leuten aus der Hand gelesen, das hat oft gestimmt, das war mein Trick.

Wo haben Sie Ihren schönsten Urlaub verbracht?
In den Wildnisparks von Südafrika. Das Konzept von „survival of the fittest“ hat mich sehr beschäftigt. Das ist eine richtige Lebensschule.

Wo verbringen Sie Ihren nächsten Urlaub?
Weiß ich noch nicht, aber im vergangenen Jahr haben wir zum ersten Mal eine Kreuzfahrt gemacht. In Istanbul haben wir eingeschifft, dann ging es die Adriaküste hoch. Das war tip-top. Das ist wieder auf der Liste.

Was trinken Sie zum Abendessen?
Ein Glas Rotwein.

Aufgezeichnet von Jennifer Wiebking.

FOTO: FR

Mit Tiefseetauchschein
und Hochseepatent:
die neue Ahoi Atlantik

NOMOS
GLASHÜTTE

Von Mai an im besten Fachhandel und unter
nomos-store.com, nomos-glashuette.com

Die Tambour Monogram wird in den Schweizer Uhrenmanufakturen von Louis Vuitton gefertigt.
Erhältlich ausschließlich in Louis Vuitton Geschäften. Tel. 0211 / 86 47 00 louisvuitton.com

LOUIS VUITTON