

Frankfurter Allgemeine

# magazin

MAI 2014



**DESIGN SPEZIAL**



Kaliber 240 Q. Mechanisches Uhrwerk mit automatischem Aufzug.  
Ewiger Kalender mit 24-Stunden-Anzeige und Mondphasen.



PATEK PHILIPPE  
GENEVE

Beginnen Sie eine  
eigene Tradition.

*„Unsere 175-jährige Erfahrung in der Kunst der feinen Uhrmacherei ist das Herzstück unserer familiengeführten Manufaktur. Sie ermöglicht uns seit jeher, einige der elegantesten und kompliziertesten Werke zu bauen.“*

Bei Patek Philippe erfordert selbst die Kreation einfacher Uhren endlose Geduld, außergewöhnliche Fertigkeiten und viel Fachwissen. Die Herausforderung, elegante Zeitmesser mit Komplikationen zu entwickeln, verschafft uns die größte Befriedigung. Komplikationen – Zusatzfunktionen, die über die Anzeige von Stunden, Minuten und Sekunden hinausgehen – erfordern höchste Handwerkskunst, intensive Forschung und modernste Technologie.

Unser Know-how in der Fertigung dieser komplexen miniaturisierten Mechanismen erlaubt uns, eine breite Palette komplizierter Damen- und Herrenmodelle von zeitloser Eleganz zu präsentieren. Es erfüllt uns mit großem Stolz, dass nahezu die Hälfte der Uhren unserer aktuellen Kollektion Modelle mit Komplikationen sind.

Das konstante Engagement für die Vielfalt der Haute Horlogerie zeugt von einer Hingabe und Leidenschaft, die unsere Manufaktur seit 1839 prägt.

Thierry Stern  
Präsident, Patek Philippe



[patek.com/175](http://patek.com/175)



L'âme du voyage.

 Laden Sie die Louis Vuitton pass app herunter um exklusive Inhalte zu entdecken.

LOUIS VUITTON



*Kollektion Wahres Glück*

*Welche Farbe hat Dein Glück?*

WAHRE  WERTE

Wellendorff

SCHMUCKMANUFAKTUR SEIT 1893



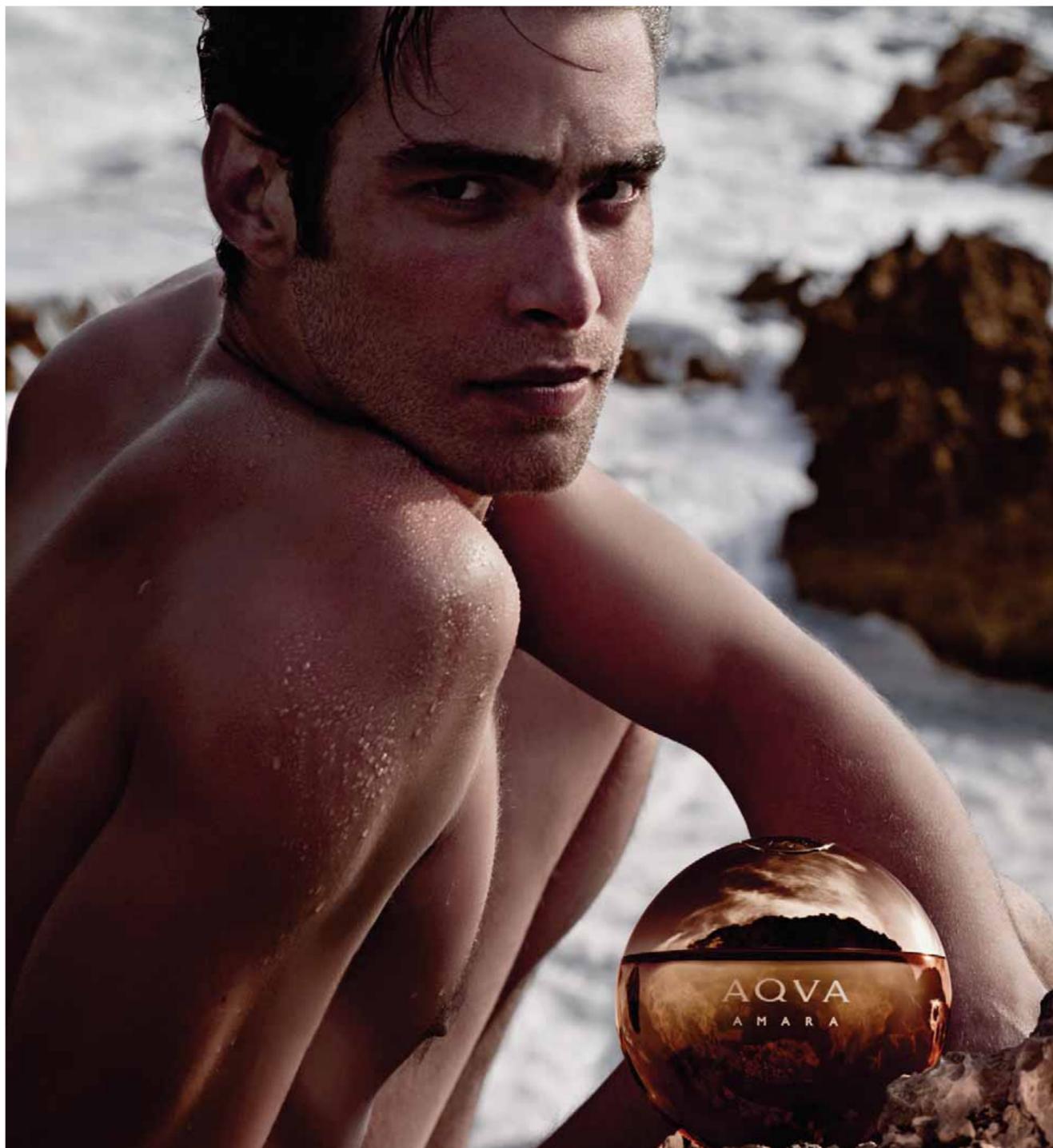
## DAS ORIGINAL – DER KOFFER MIT DEN RILLEN

1950 bringt RIMOWA den ersten Koffer mit den unverwechselbaren Rillen heraus. Seitdem hat sich dieser zu einem Kultobjekt entwickelt. Das original Reisegepäck von RIMOWA hat bis heute nichts von seiner Faszination verloren. Es bleibt die Wahl all derer, die das Außergewöhnliche suchen – wie Alessandra Ambrosio und Johannes Huebl.

RIMOWA Stores Deutschland: Köln, München [www.rimowa.com](http://www.rimowa.com)

**RIMOWA®**

Germany since 1898



# BVLGARI

AQVA  
AMARA

## MASS ARBEIT



So ist das mit den Gedanken: Sie lassen sich nicht designen. Deshalb ist mir für diese Seite so lange nichts eingefallen. Was soll ich schon über Design schreiben? Besser nichts, dachte ich mir zuerst; deshalb wird dieses Heft auch zu großen Teilen von unserem Design-Fachmann Peter-Philipp Schmitt bestritten. Zum Glück gab es dann doch ein paar Ereignisse in den vergangenen Wochen, die zwar nicht mein Gehirn neu gestalteten, mir aber immerhin die Augen öffneten. Da kam der Kollege also vom „Salone del Mobile“ aus Mailand zurück, und um seinen Schreibtisch stapelten sich so viele Papiere, Fotos, CDs und Ideen, dass die Bilderstrecke in diesem Heft (Seite 30) wirklich nur ein winziger Ausschnitt ist. Dann war ich zu Besuch bei Philipp Mainzer. Von Hockern über Luxusläden bis zu Riesenbauten in China gestaltet er einfach alles. Fasziniert war ich auch vom Holzgeruch in seiner Werkstatt. Wenn ich es ausnahmsweise bildungsbürgerlich sagen darf: Der Duft rief in mir eine *mémoire involontaire* herauf wie bei Marcel Proust die Madeleines. Ich dachte an meinen Vater, für den beim Zuschneiden von Brettern jeder Millimeter zählte, als ginge es um sein Leben. Und dann kam auch noch unser Art-Director Peter Breul auf die Idee mit dem maßstabsgetreuen Zollstock für diese Seite. Damit hatte ich zwar noch immer keine Idee für dieses Editorial. Aber immerhin spürte ich, dass Design nicht bedeutet, blasiert auf einem 10.000-Euro-Sofa herumsitzten. Es geht darum, mit gutem altem Handwerk das Leben einfacher und womöglich sogar schöner zu machen. Seien es Autos oder Kopfhörer oder Konzertflügel oder Gesichter: In diesem Magazin schauen wir uns die Millimeterarbeit von Designern (und Ärzten) mal genauer an. Sie sehen: Es macht nichts, wenn man keine Ideen hat. Es hilft schon, ein bisschen zu gucken und zu fragen und zu schnuppern. Dann kommen die Sachen wie von alleine ins Heft, sogar maßstabsgetreu. *Alfons Kaiser*

**Verantwortlicher Redakteur:**  
Dr. Alfons Kaiser

**Redaktionelle Mitarbeit:**  
Holger Appel, Dr. Marco Dettweiler, Oliver Georgi, Constanze Ehrhardt, Stephan Finsterbusch, Dr. Franz Josef Götz, Melanie Mühl, Julia Schaaf, Anke Schipp, Peter-Philipp Schmitt, Florian Siebeck, Tilman Spreckelsen, Julia Steiner, Jakob Strobel/Serra, Axel Wermelskirchen, Alex Westhoff, Jennifer Wiebking, Maria Wiesner, Anna Wulffert

**Bildredaktion:**  
Christian Matthias Pohlert

**Art-Direction:**  
Peter Breul

**E-Mail Redaktion:**  
magazin@faz.de

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

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

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

**Redaktion und Verlag:**  
(zugleich ladungsfähige Anschrift für die im Impressum genannten Verantwortlichen und Vertretungsberechtigten)  
Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH  
Hellerhofstraße 2-4  
60527 Frankfurt am Main

**Geschäftsführung:**  
Thomas Lindner (Vorsitzender)  
Burkhard Petzold

**Verantwortlich für Anzeigen:**  
Ingo Müller

**Leitung Anzeigenverkauf Frankfurter Allgemeine Magazin:**  
Kerry O'Donoghue, E-Mail: [media-solutions@faz.de](mailto:media-solutions@faz.de)

**Produktionsleitung:**  
Andreas Gierth

**Layout:**  
Verena Lindner

**Kaufmännische Leitung:**  
Andreas Tatzl

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

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



Vor allem Design.  
"MyWorld" von Philippe Starck und Cassina.

# Cassina

CASSINA STORES  
München Nymphenburger Strasse 5 - ph + 49 89 54 88 45 850  
Köln Spichernstrasse 6/10 - ph +49 221 95276580

**JULIA SCHAAF** braucht als Reporterin im Ressort „Leben“ der Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung mit Sitz in Berlin ihre Stirnfalten, wenn sie Schauspieler befragt und mit gestressten Müttern, ehrgeizigen Migranten oder lebenshungrigen Jugendlichen über Alltagsthemen spricht. Wie sonst sollte man aussehen, wenn man nachdenklich zuhört? Seit sie Roland Kaufmann besucht hat, den Präsidenten der Deutschen Dermatologischen Gesellschaft, schwinden aber ihre Bedenken, notfalls mit Botox und Hyaluronsäure Abhilfe zu schaffen (Seite 60). Doch Kaufmann konnte sie auch trösten: Angeblich wirken waagerechte Fältchen sympathisch.



**JAKOB STROBEL Y SERRA** kocht am liebsten, wenn er nicht gerade reist, und reist am liebsten, wenn er nicht gerade kocht. Dass er seit mehr als 20 Jahren über beides als Redakteur im Reiseblatt und im Feuilleton dieser Zeitung schreiben darf, hat seine Leidenschaft nicht erlahmen lassen, sondern befeuert sie bis heute – vor allem dann, wenn er das eine mit dem anderen verbinden kann. So war es auch bei seinem Porträt über Douce Steiner, die beste deutsche Köchin, die im Markgräflerland am Herd steht (Seite 64). Die wärmste Gegend Deutschlands weckte in unserem Autor, einem Halbspanier, mediterrane Heimatgefühle.



FOTOS FRANK RÖTHIG, JULIA ZIMMERMANN, WONGE BERGMANN

# MITARBEITER



**ANDRÉ WESELOH** kennt sich mit vielen Tieren aus, vom Grünen Leguan bis zum Schwarzen Panther. Der 33 Jahre alte Hamburger Tiervermittler arbeitet schon lange für Film, Fernsehen und Werbung. Was sich nicht auf seinem Hof in Neu Wulmstorf bei Hamburg tummelt, leiht er bei anderen Tierhaltern oder zoologischen Einrichtungen aus. Die drei Stinktiere, der neun Jahre alte Freddy (hier auf seinem Arm), die sieben Jahre alte Dörte und die vierjährige Violetta, sind allerdings Teil von „Weselohs Tierleben“ und freuen sich, wenn sie im eigenen Streichelzoo gekraut werden. Oder wenn sie Hauptdarsteller einer Foto-Produktion sind. (Seite 42)

**PHILIPP MAINZER** zögerte nur kurz. Dann ließ er sich auf den Spaß ein und öffnete die Türen für unsere Stinktiere. Im Showroom seines Unternehmens e15 im Frankfurter Stadtteil Seckbach durften wir die drei Biester auf die schönsten Design-Neuheiten des Jahres loslassen. Zwei Tage lang waren wir zu Gast bei dem gebürtigen Hamburger, der in London Produktdesign und Architektur studierte und jetzt, logisch, eine Möbelmarke und ein Architekturbüro führt. Die Stinktiere blieben friedlich, und der 44 Jahre alte Firmenchef konnte sich entspannt im Sessel Eugene des Designers Stefan Diez zurück-lehnen, den, natürlich, die Firma e15 herstellt.

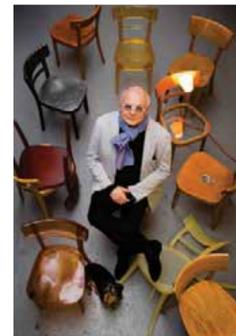




Viele Männer schwärmen für Audiogeräte. Frauen lässt die Technik oft kalt. Warum nur? Ein Erfahrungsbericht.



Immer der Nase nach: Frédéric Malle ist mit einem verwegenen Parfum-Konzept erfolgreich.



**ZUM TITEL**

Rolf Sachs' Markenzeichen sind bunte Schals. Als unser Fotograf Daniel Pilar ihn in London traf, trug er gerade ein Küchentuch.

- 16 KARL LAGERFELD
- 24 JOSEPH ALTUZARRA
- 60 ROLAND KAUFMANN
- 64 DOUCE STEINER
- 82 ALBERTO ALESSI

**AUFGEHÜBSCHT** Warum die Einrichtung ruhig schön bunt sein kann. *Seite 30*

**AUFGEKRATZT** Wie sich ein Stinktier an den Möbel-Neuheiten erfreut. *Seite 42*

**AUFGEDREHT** Was der Chefdesigner der Automarke Renault macht. *Seite 56*

**AUFGELEGT** Wenn das Auge bei Plattenspielern und anderen Klassikern mithört. *Seite 58*

**AUFGEBRÜHT** Wo die beste Kaffeebohne der Welt angebaut wird. *Seite 72*

**AUFGETRAGEN** Weshalb die Parfum-Wahl eine Entscheidung fürs Leben ist. *Seite 80*

Die nächste Ausgabe des Magazins liegt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung am 21. Juni bei.



Wo die Ideen rollen lernen: Laurens van den Acker, der Designchef von Renault, denkt in Kurven.



Mit einem Stinktier möchte man nicht zusammenleben. Mit den neuen Möbeln für das Frühjahr schon eher.



**KARL LAGERFELD SIEHT SCHLECHTES WETTER ÜBER EUROPA**

„Unter einem Regenschirm am Abend, hängt man sich zum ersten Male ein. Unter einem Regenschirm am Abend, kann es, Gott sei dank, nicht anders sein!“ Wenn Karl Lagerfeld in seiner Zeichnung an den alten Schlagler erinnert, nimmt er auch die satirische Absicht mit unter den Schirm: Die große Merkel zieht den kleinen François hinter sich her in Richtung Europa. Während Mutti schon nach vorne schaut, will der störrische Junge natürlich in die andere Richtung. Lagerfeld, der nach Fertigstellung der Zeichnung für drei Tage nach Dubai flog, wo er die Chanel-Zwischen-

kollektion im großen Maßstab präsentierte, bekennt sich zu Europa und setzt seine Merkel-Hollande-Reihe mit einem Motiv zu den gerade stattfindenden Europawahlen fort. „Wie es im Moment aussieht, werden viele die Le Pen wählen“, sagt der Modeschöpfer über die politische Radikalisierung. In Stralsund bekam der französische Präsident daher (bei Regen!) etwas Europa-Nachhilfe. Aber er scheint nicht zu verstehen. Oder doch? Denn das alte Lied geht so weiter: „Mancher Wunsch wird wach, manches Herz wird schwach, wenn es tropft, wenn es klopft.“ (kai.)



Good Morning!

**VISPRING**

Luxury Beds - London 1901

LONDON - NEW YORK - PARIS - MILAN - BERLIN - MOSCOW - BEIJING - HONG KONG

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

# METZINGEN MÄSSIG

**E**s war einer jener sonnigen Frühlingstage, die eine einzige Aufforderung sind, etwas zu unternehmen, zum Beispiel wandern zu gehen, wofür sich die schöne Schwäbische Alb ja hervorragend eignet. Allerdings war es nicht nur ein Tag, an dem keine einzige Wolke am Himmel hing. Es war auch verkaufsoffener Sonntag in der Outlet-City Metzgingen. Als ich am Bahnhof ankam, musste ich mich nicht lange orientieren. Ich folgte der Gruppe Asiaten, die schnurstracks durch die verwinkelten Gassen Richtung Hugo Boss, Escada, Calvin Klein, Joop, Prada, Jimmy Choo, Ralph Lauren, Armani, Strenesse, Missoni eilten, ohne auch nur einen einzigen Blick auf die Fachwerkhäuser zu werfen.

Metzgingen also. Das erste Mal bin ich als Kind dort gewesen. Wir wohnten in Stuttgart, und mein Vater wollte sich mit Boss-Anzügen eindecken. In meinem Gedächtnis haben von diesem Ausflug, der für uns Kinder extrem langweilig war, nur wenige Bilder überlebt: Ich erinnere mich an den Lagerhallencharakter, die braunen schweren Vorhänge der provisorisch aufgestellten Umkleidekabinen, das schummrige Licht, die Unordnung. Es hatte etwas Muffiges, ohne muffig zu riechen. Tatsächlich handelte es sich damals bei Hugo Boss Metzgingen um einen Geheimtipp. Die Vermarktungsmaschine, inzwischen auf Hochtouren, war noch nicht einmal angeworfen worden.

Heute beherbergt die Outlet-City, „das Shopping-Paradies für Schnäppchenjäger“, mehr als 60 Verkaufsstellen. Die Website der Stadt formuliert ungenau: „Hochwertige Top-Designer Markenartikel, Young-Fashion, Freizeit-Mode bis hin zum Outdoor-Artikel warten auf ihre Käufer. Mode zum kleinen Preis – so wird Shoppen zum Event.“ An einem verkaufsoffenen Sonntag bedeutet das Wort Event, dass sich Menschenmassen durch die Geschäfte und Sträßchen schieben, vorbei an durchdesignten Bauten aus Stahl, Glas und Beton, die in der Sonne schimmern. 3,5 Millionen Besucher aus aller Welt fallen inzwischen jährlich über Metzgingen her.

Die Outlet-City ist in Wahrheit gar keine eigene kleine Stadt, sondern hat sich derart dicht an Metzgingen herangeschoben, dass die Übergänge zwischen Wohnen und Shoppen fließend sind. Von manchen Gärten aus können die Bewohner der Häuser bestens verfolgen, was gerade bei ihrem Nachbarn Giorgio Armani los ist. Sicherlich hätten sie lieber ihre Ruhe.

Fabrikverkäufe im Zentrum und nicht in der Peripherie haben natürlich einen Vorteil. Der Besucherandrang nützt letztlich allen Händlern, Gastronomen und Hoteliers, auch

Die Schwaben halten gern das Geld zusammen. In der Outlet-City geben sie es daher aus. Aber Menschenmassen heben nicht die Einkaufsstimmung.

Von Melanie Mühl

wenn die Stadt, die rund 22.000 Einwohner zählt, dadurch buchstäblich gestürmt wird.

Metzgingen, das war einst nur Hugo Boss. Der Platzhirsch und Gewerbesteuergarant dachte, die Fabrikverkaufsgeschichte als unangefochtene Nummer 1 ginge ewig so weiter. Ein Irrtum, wie der Vorstandsvorsitzende Claus-Dietrich Lahrs Ende vergangenen Jahres dieser Zeitung sagte: „Wir sind in Metzgingen ins Hintertreffen geraten. Wir hatten das vielleicht weniger ernst genommen als notwendig.“ Das wird sich wohl ändern. Denn schon 15 Prozent des Konzernumsatzes werden in Outlet-Stores gemacht. Da kann man vielleicht noch mehr Ware aus der letzten Saison, die in eigenen Geschäften nicht mehr verkäuflich ist, billiger über die Theke schieben.

Lohnt sich nun ein Ausflug in die „Outlet-City“? Die Frage ist schwer zu beantworten. Bei Missoni sind einzelne Kleider von mehr als 1000 auf 800 Euro heruntergesetzt. Wer das für ein Schnäppchen hält, der wird hier sicherlich Spaß haben. Aber niemand muss sich noch ins Auto setzen, um ein Schnäppchen zu machen, nicht einmal die Schwaben, schließlich gibt es dafür das Internet.

Die coolsten Outlet-Stores, in denen ich je war, sind die Desert Hills Premium Outlets, zwischen Los Angeles und Palm Springs gelegen: 130 Geschäfte mitten in der Wüste. Ehrlicherweise hängt meine Begeisterung für diesen Ort mehr mit der Gegend und der Hitze zusammen als mit den Geschäften selbst, die so runtergekühlt sind, als wären sie begehbbare Kühlschränke.

Ob sich in Metzgingen so etwas wie Befriedigung einstellt, hängt ganz vom Shopping-Enthusiasmus des Käufers ab. Ich habe hauptsächlich Socken gekauft, bei Falke. Und bei Michael Kors zwei T-Shirts. Das war's. Am allerbesten hat mir der Blick aus dem Zugfenster auf die Streuobstwiesen und Weinberge gefallen.



ZEICHNUNG VALENTINE EBELMANN

**Prioni**  
TO BE ONE OF A KIND

# PRÊT-À-PARLER



## MIT DER JOGGINGHOSE ZUR GARTENPARTY

Dass dicke Wollpullover immer auf der Haut kratzen müssen, ist auch schon länger her. Die Wollpullover von heute sind selbst dann flauschig weich, wenn sie nicht aus Kaschmir sind. Oder Wintermäntel: sind nicht mehr so schwer, dass man es riskiert, sich einen Halswirbel auszurenken. Stattdessen sind sie federleicht wie dünne Anoraks. Die Mode wechselt nicht nur alle paar Saisons die Richtung oder die Farben. Ihre Schnitte und Stoffe werden mit der Zeit auch immer bequemer. Dazu muss man sich nur einmal die Jogginghose in Königsblau von Marc Cain (1) anschauen. Mit dem Tunnelzug und dem weiten Schnitt könnte man in ihr glatt eine Runde um den See drehen, wäre da nicht der Stoff: 98 Prozent Viskose.

Die Jogginghosen des Frühlings sind zu Höherem berufen als nur zu schnödem Sport. Sie passen zu Loafers und zu Stiletto, sie sind Requisite für den Alltag. Es könnte heutzutage sogar so sein, dass man in der Jogginghose aus Seide zum Blazer mit einem guten Gefühl aus dem Vorstellungsgespräch hinausgeht. Jedenfalls wird man, zum Beispiel in dem bläulichen Modell von Max Mara (6) mit Gummizug, eine bessere Figur abgeben als im kniefenden Kostüm.

Erst vor 100 Jahren verabschiedeten sich die Frauen vom Korsett, dann ließen sie den Hut zu Hause. Irgendwann schnitten sie sich auch die langen Haare ab. Mit kurzen Haaren, ohne Hut und ohne Körperkäfig lebte es sich schließlich bequemer. Anschließend kamen, ganz im Sinne des Tragekomforts, Jeans in Mode. Plötzlich war es nicht mehr schlimm, in Turnschuhen im Restaurant aufzukreuzen. Oder im hellgrauen Sweatshirt. Die Funktionsjacke ist ohnehin schon zum Lieblingsstück der Deutschen geworden. Nun ist die Jogginghose an der Reihe. Auch sie könnte unsere Erwartungen an eine sinnvolle Garderobe auf den Kopf stellen. Wer einmal das Modell von Marc O'Polo in Rot (2) angezogen hat, wird jedenfalls verstehen, wie viel Sinn so eine Hose haben kann. Auch sie ist mit den für Sporthosen üblichen Knöchelbündchen ausgestattet. Zu einem Paar Zwölf-Zentimeter-High-Heels passt sie aber genauso gut.

Obwohl, Jogginghosen für den Alltag sind nicht nur Frauen vorbehalten. Viele Männer haben es ja eh am liebsten bequem. Bekleidung aus Neoprenstoffen, in der sich Männer fühlen können wie auf dem Surfbrett, ist für einige Trendbewusste deshalb in den vergangenen Jahren

zu einer zweiten Haut geworden. Der Mailänder Modeschöpfer Giorgio Armani kombinierte in seiner Frühjahrs-Kollektion für Emporio Armani Jacken mit ausgestanztem Muster aus Neopren mit, klar, Jogginghosen. Dazu gehört auch das Stück in Nachtblau (3). Von vorne wahr es mit einem starren High-Tech-Stoff die Form, von hinten ist es kuschelig weich wie die Jogginghose für die Couch, die man schon hundertmal gewaschen hat. Die typisch sportlichen Reißverschlüsse an den Bündchen erinnern daran, dass der Träger die Bequemlichkeit seiner Hose durchaus zur Schau stellen möchte.

Wer sich das nicht traut: kein Problem. Der wählt einfach ein Modell, das sich erst auf den zweiten Blick als Jogginghose enttarnet. Die Hose aus der Michael-Line von Michael Kors (4) aus Chambray-Stoff wirkt zunächst wie eine Jeans. Das graue Muster und den feinen Seidenstoff der Hose von Brunello Cucinelli (5) erwartet man eher auf einem Cocktailkleid. Wenn es in ein paar Wochen hoffentlich auch abends wärmer ist, wäre die Hose etwas für die Gartenparty. Sollen sich die Bekannten doch ruhig schon mal an ein entspanntes Verständnis von sinnvoller Garderobe gewöhnen. (ju.)

FOTO PATRICK SELENOVA



NEU

# Lattissima Pro

EXKLUSIVER GENUSS



Die neue **Lattissima Pro** vereint leistungsstarke Technologie mit der Einfachheit eines Touchscreens. Genießen Sie jetzt mit nur einer Berührung auch zu Hause exzellente Kaffee-Kreationen mit frischer Milch.

[www.nespresso.com/lattissima-pro](http://www.nespresso.com/lattissima-pro)



### KINDERKRAM

Wenn dein nordhessischer Cousin kommt, wird es bestimmt wieder lustig, hatte die Buchhändlerin gesagt, als ich sie und ihren Mann Ullrich zum Spieleabend eingeladen hatte. Wahnsinn! hatte Ullrich aus dem Hintergrund gerufen, und Ullrich! hatte die Buchhändlerin gerufen, und dann hatte sie schnell aufgelegt. Ist das wirklich so eine gute Idee, hatte meine Frau gefragt, wo die beiden doch immer aneinander geraten, Ullrich und dein Cousin? Vielleicht ist das Spiel ja so toll, das mein Cousin mitbringen will, hatte ich gesagt, dass alle sich gut verstehen. Und wovon träumst du nachts? hatte meine Frau gefragt, weil mein nordhessischer Cousin das immer sagt, und damit hatte sie natürlich recht.

Mitgebracht hatte mein Cousin ein Kästchen für uns alle und ein Heft für unseren Sohn. BoggelMalbuch stand auf dem Heft, und mein Cousin erklärte, dass die Boggel kleine grüne Waldbewohner seien, die sich durch Photosynthese am Leben hielten und das Maskottchen des Nationalparks Kellerwald-Edersee darstellten.

Maskottchen? So hässlich? fragte Ullrich. Also ich finde sie ganz süß, sagte die Buchhändlerin, mit ihren lustigen großen Ohren.

Na dann, sagte Ullrich. In dem Heft wird auch erzählt, wie die Boggels in den Kellerwald gekommen sind, sagte mein Cousin, als ein gewisser Luzulo die schöne Boggelprinzessin Luzula kennenlernte. Sie war wegen ihrer Schönheit sehr begehrt, las er vor, ihr anmutiger Gleitflug, ihre Stupsnase, ihre geheimnisvolle Aura. Alle wollten mit ihr boggeln.

Bitte, was wollten alle? fragte meine Frau. Na, boggeln, sagte Ullrich. Ab wie viel Jahren ist das Spiel eigentlich freigegeben?

Was ist boggeln? fragte unser Sohn. Hinten im Heft wird das erklärt, sagte mein Cousin, da steht, Boggeln ist, wenn sich die Boggel untereinander per Klopfzeichen verständigen.

Die Buchhändlerin kicherte und verschluckte sich an ihrem Wein. Mein Cousin klopfte ihr auf den Rücken, bis sie nicht mehr hustete.

Was ist jetzt mit dem Spiel? fragte Ullrich. Auf der kleinen Schachtel stand BoggelDoppel. Mein Cousin nahm die quadratischen Karten heraus, dann legte er sie mit der Rückseite nach oben in vier Reihen nebeneinander. Man spielt es wie Memory, sagte er und drehte zwei Karten um. Auf der einen steckte ein Boggel seine lange Nase in eine Blüte, auf der zweiten spannte ein anderer seine Ohren so weit auf, dass sie wie Flügel wirkten.

Was hat der denn eingeworfen, fragte Ullrich, schaut euch nur mal die Pupillen an.



Vielleicht hat ihn jemand erschreckt, der einfach in den Wald gekommen ist und keine Rücksicht auf seine Bewohner nimmt, sagte die Buchhändlerin.

Zuviel Photosynthese, sagte meine Frau, das kommt schon mal vor.

Die Buchhändlerin erklärte unserem Sohn, was Photosynthese ist, und ich drehte die nächsten beiden Karten um. Ein Boggel hüpfte an einem Stab über einen Bach, ein anderer ließ sich darin treiben. Noch ein anderer schnüffelte an einem Schneckenhaus.

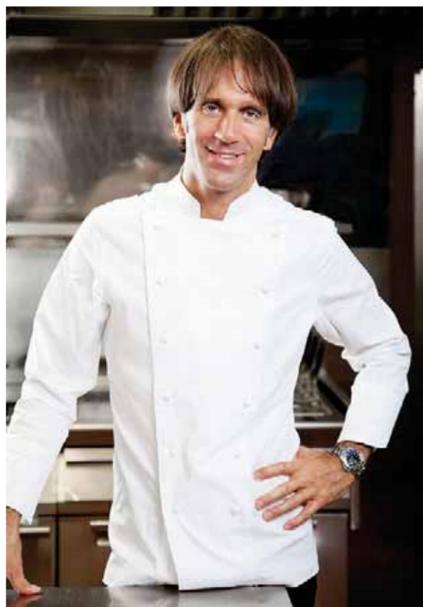
Boggeln die gar nicht? fragte die Buchhändlerin und drehte zwei neue Karten um.

Ich glaube, dabei bleiben sie lieber unter sich, sagte mein Cousin und räumte drei Kartenpaare nacheinander ab. Bald hatte er die Runde gewonnen.

Ein einfältiges Spiel, sagte Ullrich. Nochmal? fragte die Buchhändlerin. Warum trägt der lila Boggel da eigentlich einen Schwimmring? fragte meine Frau. Fahren wir da mal hin, in den Kellerwald, fragte unser Sohn.

Mal sehen, sagte ich und brachte ihn ins Bett.

Tilman Spreckelsen



### KOCHGESCHIRR MIT ABDRUCK

Ein Designer ist er nicht, aber einer der besten Köche Italiens. Davide Oldani gründete 2003 sein Restaurant „D'O“ in Cornaredo (Via Magenta 18), einem kleinen Ort, etwa eine halbe Autostunde von Mailand entfernt. Nach nur einem Jahr hatte sich der Mittdreißiger schon einen Michelin-Stern erkocht. Wer in seinem gerade einmal 35 Plätze umfassenden Lokal essen will, muss normalerweise monatelang auf einen Tisch warten. Im „D'O“ serviert Oldani aber nicht nur erlesene und gar nicht so teure Speisen. Geschirr und Besteck hat er eigens nach seinem Geschmack gestaltet: Insofern kann man ihn vielleicht doch auch als Designer bezeichnen.

Für den italienischen Möbelhersteller Kartell lag es nahe, sich auch einmal an einen Meister am Herd zu wenden und eben nicht nur an reine Produktdesigner wie Patricia Urquiola oder Jean-Marie Massaud. Das Unternehmen begründete in diesem Frühjahr nämlich eine „neue Ära“, wie es verkündete: „Kartell in Tavola“. Nach fast 40 Jahren kehrt Kartell an die Tafel zurück. Gleich drei italienische Starköche wurden für das Projekt ausgewählt: neben Oldani (unser Bild) noch Andrea Berton („Ristorante Berton“, Viale della Liberazione, 13, Mailand) und Carlo Cracco („Ristorante Cracco“, Via Victor Hugo, 4, Mailand). Oldani, der unter anderem bei Alain Ducasse in Paris gelernt hat, konnte auf der Mailänder Möbelmesse mit „I.D.ish by D'O“ bereits eine größere Linie von Tellern, Gläsern und Karaffe sowie Besteck vorstellen. Allesamt sind die Teile aus Kunststoff: die Teller aus Knochenweißem oder bronzefarbenem Melanin, Gläser, Karaffe und Besteck aus transparentem.

Zudem bietet Oldani eine Servierhilfe. „Ich sah immer, wie die Kellner Abstand vom Tellerinneren wahrten wollten. Aber so sehr sie sich auch bemühten: Der Daumen liegt unausweichlich immer etwas auf dem Rand auf.“ Aus der Not macht er ein Detail: Den sonst kaum sichtbaren Fingerabdruck setzt er als dekoratives Element ein, als einen zarten, aber deutlichen Hinweis für den Tellerträger. Damit lasse sich zugleich sicherstellen, glaubt Oldani, dass der Teller den Tisch ohne allzu viele Abdrücke erreicht. (pps.)

# PRÊT-À-PARLER

### GEFÄLLT MIR!

Facebook gähnt inzwischen vor Langeweile und prast mit Werbezeug. Umso besser, wenn es in dem sozialen Netzwerk noch „Freunde“ gibt oder sogar Freunde, die einen Sinn haben für originelle Sentenzen und seltsame Pointen. Kein Wunder vielleicht, dass die Sätze eines anonymen Nutzers, die wir hier wiedergeben, aus Berlin stammen, aus der Modszene. Da hat man einfach noch Sinn und Zeit und Muße für ausgiebige Nachtschwärmereien und ihre schriftliche Aufarbeitung am nächsten Morgen oder Nachmittags. Die Original-Schreibweisen haben wir der Originalität halber beibehalten. Egal, wenn in den Zitaten unten ein paar Kommas fehlen: Gefällt mir! (kai.)

gute nachricht: ich bin doch nicht wetterfuehlig, es sind nikotinentzugerscheinungen.

was frueher der daemliche handyklingelton war, ist nun die daemliche handyhuelle.

seit ueber vier jahren jeden morgen mit voller ueberzeugung auf den noch nie funktionierenden kuechenlichtschalter zu hauen, bedeutet wohl, dass du optimist, gewohnheitsmensch oder sturer ignorant bist ... oder vermutlich mindestens alles drei.

das aufwendigste jetz schon zu planende projekt zur fashion week: mamas besuch.

man sollte in allen clubs weltweit folgenden personen auf immer hausverbot erteilen: haarwuschler, lach-doch-mal-aufforderer & vodka shots verweigerer.

es ist wieder die zeit in der erwachsene mit suessen tierkopfmuetzen rumlaufen. finden die sich lustig, frech oder empfinden die gar nichts mehr?

siehst du den drink in meiner hand? das heisst ich will spass haben und nicht deine probleme hoeren. danke.

das highlight des abends: versoffen nicht aus seinen margiela boots kommen, weil der reissverschluss abgebrochen ist. falls jemand naehe kastanienallee mit kettensaege rumlaeuft, ich liege nackt mit einem stiefel im bett und warte ...

Ich bin auf einer party wo man die schuhe ausziehen muss. Kann ich bitte von meinen eltern abgeholt werden ...

wenn du in 13 jahren berlin-mitte zum ersten mal von einem obdachlosen „verpiss dich du scheiss yuppie“ hinterher geschrien bekommst, weist du, dass die lustigen jahre vorbei sind ... oder ich die margiela schuhe doch nicht haette kaufen sollen.

als ich meine mutter an den zug brachte und fragte, ob sie sich nicht eine zeitschrift oder ein buch fuer die zugfahrt von 5 stunden kaufen wollte, da sie weder handy noch ipod oder sonstiges besitzt, hat sie nur geantwortet: ich lasse die zwei tage mit euch revue passieren, darauf freue ich mich und das reicht mir. dafuer liebe ich sie.

was interessiert mich mein post von gestern.

sehnsuechtig hast du seit wochen auf den erloesenden moment gewartet, dass dir die gesichts- und kieferentspannende aufbisschiene durch die in latex umhuelten goetlichen haende wie eine heilige oblate in den mund gelegt wird, damit du sie sofort mit deiner zunge begruessen und als dein eigen gegen deinen kiefer pressen darfst. dumm nur, dass es die schiene eines anderen patienten war. der wuergereiz setzt gerade ein ...

FOTOS: PATRICK SIEBSONA, KARTELL ©



Zeitloses Design verliert seine Schönheit nie. Das Natal Alu Sofa bietet Komfort im Freien in seiner reinsten Form. Gestell und Kissen sind typisch Tribù: ein subtiles Match aus nachhaltigem Luxus und zeitlosem Charme, der neue Trends und Platzregen bestens übersteht. Dieses Designsofa in Erdbraun, Weiß oder Wengé beinhaltet dreizehn einzelne Elemente in seinem Programm und lässt sich daher ganz nach eigenem Geschmack gestalten.

**TRIBÙ**  
The art of leisure



## „ERWACHSENE FRAUEN KLEIDEN SICH EINFACH BESSER“

*Mister Altuzarra ...*

Hallo, Sie haben da eine schöne Handtasche, können Sie die auch offen tragen?

*Danke, nein, eher nicht. Warum fragen Sie?*

Das ist für mich wichtig. Wenn ich eine Tasche trage, möchte ich sie nicht immer schließen.

*Apropos Taschen: Wie weit sind Sie denn mit Ihren eigenen Taschen für Ihr Label Joseph Altuzarra?*

Ich überlege immer noch. Wenn es darum geht, was die Leute tragen wollen, muss man sehr intuitiv vorgehen.

*Wie machen Sie das?*

Meine Arbeit ist nie mit der Modenschau beendet, ich entwerfe nicht für den Laufsteg, sondern für die Frau. Ich denke immer darüber nach, was ich anziehen möchte.

*Sie sind ein Mann. Wie können Sie das, was Sie selbst gerne tragen, in einer Damenkollektion zeigen?*

Männer und Frauen haben Gemeinsamkeiten: Sie wollen keine schweren Kleidungsstücke tragen. Aber natürlich gibt es auch Unterschiede: Besonders Frauen, und ich spreche nicht von Mädchen, sondern von Frauen mit echten Körpern, wünschen sich etwas Halt oder eine Portion Stretch. Wir beschäftigen uns viel mit der Funktionalität. Das läuft ähnlich ab wie in unserer Unterhaltung: Kann man die Handtasche offen tragen?

*Sie richten sich mit Ihrer Marke auch an Frauen eines gewissen Alters. Möchte nicht jeder Designer für die Mädchen Mitte 20 in den Städten entwerfen?*

In meinen Entwürfen kleidet man sich sehr erwachsen. Ob man 20, 40 oder 60 Jahre alt ist, spielt keine Rolle. Wenn ich in den Boutiquen Frauen in ihren Sechzigern berate, dann sehe ich, was sich verändert hat. Wer vor 30 Jahren 60 war, zog sich an wie eine Oma. Wer heute 60 ist, hat eine andere Beziehung zu seinem Körper. Das liegt an besserer Ernährung, Bewegung und in manchen Fällen an Schönheits-Operationen. Man hat auch eine andere Beziehung zur eigenen Sexualität. Man möchte keine Oma sein, aber man möchte auch nicht wie eine Jugendliche herumlaufen. So werden Frauen heute älter.

*Wo sehen Sie das zum Beispiel?*

Schauen Sie sich die Filme an: Dass Meryl Streep und Diane Keaton in Romantik-Komödien Hauptrollen übernehmen, spricht sehr für diese Frauengeneration.

*Meryl Streep ist 64, Diane Keaton 68. Früher wären sie in dem Alter für Hollywood-Produktionen gar nicht mehr in Frage gekommen.*

Auch jede andere Frau will in dem Alter noch die Hauptrolle in ihrem eigenen Leben spielen. Sie wollen noch Romantik erleben und verführerisch sein.

*Ihre Mutter gehört zu dieser Generation. Sie war Chefin Ihres Labels, mittlerweile ist sie Präsidentin. Welche Rolle spielt ihr Leben in der Ausrichtung Ihrer Marke?*

Auch sie fühlt sich intellektuell wie in ihren Dreißigern.

*Haben diese Frauen ein anderes Verhältnis zum Luxus?*

Sie stehen dem pragmatischer gegenüber. Sie kennen sich besser, wissen also auch, was sie wirklich schöner macht. Und sie denken nachhaltig, also wie lange etwas hält.



Joseph Altuzarra, Sohn einer chinesisch-amerikanischen Mutter und eines französischen Vaters, wurde 1983 in Paris geboren. Der Designer, der sein Label im Jahr 2008 in New York gründete, spricht mit seiner Mode Frauen jedes Alters an. Für die Textilfaser-marke Woolmark hat er eine Kollektion ganz aus Wolle entworfen (oben). Die kann man garantiert auch mit 60 Jahren tragen.

*Sind diese älteren Frauen bestimmten Labels auch treuer?*

An unseren Verkaufszahlen sehen wir deutlich, dass sich die gleichen zehn Stücke konstant gut verkaufen. Dazu gehören Blazer, Mäntel, geschlitzte Bleistiftröcke, Hemdblusen. Ich glaube, dass diese Stücke bevorzugt von Stammkundinnen gekauft werden.

*Interessiert es Sie, wo diese Stücke anschließend im Leben der Frauen zum Einsatz kommen?*

Brennend. Wir überlegen im Team: Wo zieht sie es an? Wenn wir darauf keine Antwort wissen, streichen wir es.

*Müssen junge Designer pragmatischer arbeiten?*

Wenn uns die Finanzkrise etwas gelehrt hat, dann ist es Vernunft. Wir müssen auch an die Verkaufszahlen denken. Wir haben nicht die Infrastruktur von Häusern mit Kosmetikabteilungen, die alles andere mitziehen.

*Sie sind seit ein paar Monaten verlobt. Haben Sie bei dem ganzen Stress überhaupt noch Zeit zu heiraten?*

Ich glaube, dass wir es im Herbst schaffen, nach den Schauen. Wir suchen gerade noch einen passenden Ort.

*Wie ist es denn um die gleichgeschlechtliche Ehe in den Vereinigten Staaten bestellt?*

Das vergangene Jahr war für die Rechte von Homosexuellen wichtig. Für uns fühlt es sich so ähnlich an wie die Bürgerrechtsbewegung der Farbigen in den Sechzigern. Es wird jetzt mehr diskutiert. Vor fünf Jahren war ein Kuss zwischen zwei Männern im amerikanischen Fernsehen noch kontrovers. Die beliebteste Serie ist heute „Modern Family“. Darin erzieht ein homosexuelles Paar ein Kind, und sie küssen sich ständig.

*Entscheiden sich jetzt auch immer mehr Ihrer Freunde zu heiraten?*

Ja, die Hochzeitsbranche freut sich sicher riesig über gleichgeschlechtliche Ehen, denn homosexuelle Paare schmeißen die größten Hochzeiten.

*Die Fragen stellte Jennifer Wiebking.*

# PRÊT-À-PARLER

FOTOS: WOODMARK

Publicis Ethn&us

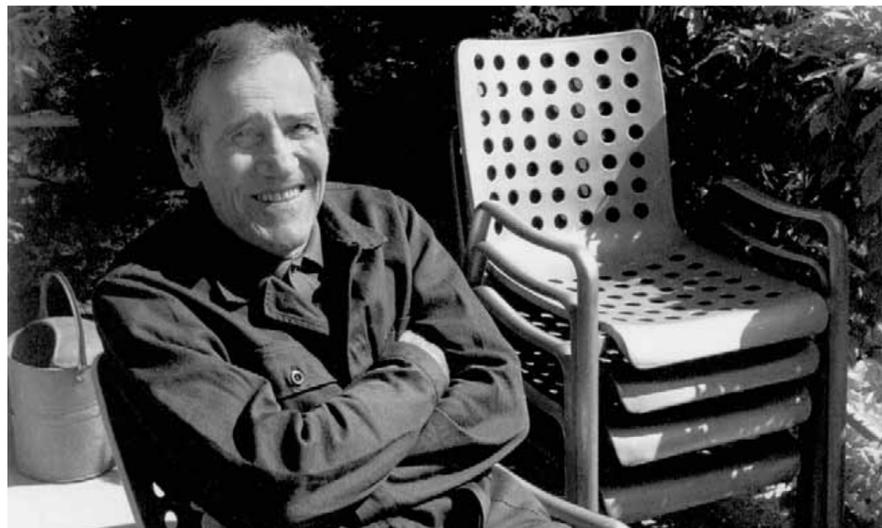


HERMÈS  
PARIS



Jour d'Hermès  
ABSOLU

das neue Eau de Parfum



**BITTE PLATZ NEHMEN IN DER DESIGNGESCHICHTE!**

Der Auftrag klang simpel: Für die Schweizerische Landesausstellung, kurz „Landi“ genannt, sollte ein neuer Stuhl entworfen werden, auf dem sich die Besucher auch im Freien ausruhen konnten. Die Stückzahl war vorgegeben: 1500. Hans Coray, promovierter Romanist, bekam schließlich den Zuschlag. Der Autodidakt hatte sich mit einem Stuhl aus Aluminium beworben. Das passte gut, die rohstoffarme Schweiz war führend in der Herstellung des Metalls, was zugleich ein Thema der Ausstellung war. Der Entwurf des 32 Jahre alten Schweizer überzeigte auch deshalb die Jury, weil er wie kein anderes Möbel seiner Zeit den technischen Fortschritt der Aluminiumverarbeitung nutzte. Der „Landi“-Stuhl sollte als Meisterstück der Moderne in die Designgeschichte eingehen. Fast auf den Tag genau 75 Jahre nach der Ausstellungsöffnung am 6. Mai 1939 ist der „Landi“ beim Schweizer

Hersteller Vitra nun wieder in Produktion gegangen. Rolf Fehlbaum, emeritierter Vorsitzender des von seinem Vater Willi 1950 gegründeten Familienunternehmens, hat lange auf diesen Moment gewartet. „Schon vor 30 Jahren habe ich erste Gespräche mit Henriette Coray geführt“, sagt Fehlbaum, der den „Landi“ schon damals nur zu gerne in seine Kollektion aufgenommen hätte. Doch die Rechte der Herstellung lagen von Anfang an bei der Metallwarenfabrik Wädenswil (Mewa). Hans Coray (unser Bild) bekam nie Lizenzgebühren für seine Arbeit, wie seine Witwe erzählt. Er profitierte also nicht von seinem Werk. Das blieb auch so, als der Stuhl längst nicht mehr im Sinne von Corays Originalentwurf und zum Teil sogar unter anderem Namen von anderen Firmen produziert wurde. Erst Vitra hat sich dem Prototypen nun möglich originalgetreu wieder angenähert. Dabei zeigt sich, dass der

„Landi“ bis heute eine Herausforderung ist. „Den Stuhltypus mit seiner Aluminiumschale, die dreidimensional verformt ist, gab es so nicht“, sagt Fehlbaum. Damals bedeutete das bei der Herstellung viel Handarbeit. Das zumindest hat sich geändert. Noch eine Besonderheit: Die Sitzschale ist mit 91 gestanzten Löchern versehen. Das sorgt nicht nur für das charakteristische Aussehen. Der Stuhl wird leichter, zugleich stabiler, man benötigt weniger Material, und es sammelt sich kein Regenwasser auf der Sitzfläche. Die Schweizer jedenfalls schlossen schon 1939 den kaum drei Kilogramm leichten „Landi“ in ihr Herz. Das 1500 Stühle wurden nach dem Ende der Ausstellung allesamt für ein paar Franken verkauft und damit erst richtig unter Volk gebracht. Zu besonderen Ehren kam er dann 2004: Die Schweizerische Post nahm den Design-Klassiker als Motiv ihrer Ein-Franken-Dauermarke auf. (pps.)

**PRÊT-À-PARLER**



**WARUM WOLLEN ALLE ITALIENER NACH SYLT?**

Diese Frage wird wohl nie jemand beantworten können. Aber es muss einen Grund geben. Denn innerhalb von nur wenigen Monaten eröffnen gleich mehrere italienische Modemarken Geschäfte auf der größten nordfriesischen Insel. Die Strickmarke Stefanel setzt ihren 25. deutschen Laden mitten in die Fußgängerzone von Westerland (Bild oben), so dass auch das Laufpublikum abgefangen wird. Bei Herno (Bild mitte) nennt man Sylt gleich mal „das Capri des Nordens“, um ein bisschen warm zu werden mit den zuweilen recht robusten Temperaturen in Keitum; denn am Lago Maggiore, wo die Marke ihre syltgerechten leichten Daunenjacken herstellt, kennt man diese steife Brise nicht. Und die Marke Woolrich, bekannt für ihre so tollen wie teuren Parkas, die ebenfalls den Herbststürmen hier oben standhalten, kommt mit einem 100-Quadratmeter-Laden nach Westerland (Bild unten). Der windige Standort scheint der Marke wichtig zu sein: Denn es ist – nach München – erst das zweite Geschäft in Deutschland; im Juli folgt dann Hamburg. Und als wäre das alles noch nicht genug, eröffnet am Freitag kommender Woche der Daunenjacken-Spezialist und Moncler-Nachahmer Duvetica aus Mogliano Veneto bei Venedig seinen ersten Laden auf der Insel. Es ist das fünfte Geschäft der Marke überhaupt, nach Tokio, Mailand, Kitzbühel und Courmayeur. In dieser Namenreihe könnte schon die Auflösung für das Italien-Sylt-Rätsel stecken: Auf dieser Insel greift man eben nicht nur all das Geld ab, das die reichen Hamburger am Wochenende und in den Ferien hier lassen, wenn das Geldausgeben besonders viel Spaß macht. Man spricht auch eine Klientel an, die als Multiplikator genehm ist und das Urlaubsflair mit in den Alltag nimmt. Diese Geschäfte sind also bestimmt nicht auf Sand gebaut. (kai.)

**WAS FÜR EIN SCHMUCKER HALS**

Die Farben seien Taten des Lichts, sagte Goethe. Er hat sie gründlich studiert und wortreich beschrieben: das Gelb und das Grün so anschaulich wie das Blau und Rot oder den Kontrast zum Weiß und zum Schwarz, als Sonderfälle zwischen hell und dunkel, zwischen tagheller Sonne und nachtdunklem Schatten. Alle Farben dagegen sind strahlend schön, wenn sie so virtuos wie von Bettina Gomez-Latus ins rechte Licht gerückt werden – als schmucker Akzent, Krönung des allerweltgrauen Alltags. Das Label Begola setzt in opulenter Farbenfülle bezaubernd frischen und authentisch juvenilen Schmuck in Szene. Klar, dass Brillanten, Farbedelsteine und Feueremalle, auch Gold und Sterlingsilber dazu gehören und weiches Kalbsleder, aus denen die anmutigen Bänder in 22 unterschiedlichen Farben gefertigt sind. Unaufdringlich, aber höchst wirkungsvoll lassen sie



sich zweifach ums Handgelenk oder um den Damenhals legen. Begola Happiness handmade: Das Firmenlogo meint Stück für Stück handgefertigte kleine Kunstwerke in feinsten Couleurs. Die Designs, sogenannte Flowers ebenso wie Loops und Forms, setzen einen angenehm unaufdringlichen Akzent unverwechselbarer Individualität. Die Schließen wie die Schmuckaufschieber, Begols genannt, sind aus Gold und Sterlingsilber, veredelt mit Feueremalle, verschiedenen Edelsteinen oder weißen und farbigen Brillanten. Raffiniert der Schlaufenanker, der verlässlich für den passenden Sitz der Schlaufe und für guten Tragekomfort sorgt. (ffg.)

FOTOS: LAND/BECK, HERSTELLER (4)



150 Kilometer, zwei Dorfmärkte und ein Weingut vorher schlug er vor, einen Happen zu essen.

**Der Continental.**

Machen Sie jeden Augenblick zu einem großen Moment. Für mehr Informationen rufen Sie uns an unter +44 1270 653 653\* oder besuchen Sie unsere Webseite [www.TheLuxuryOfSpontaneity.com](http://www.TheLuxuryOfSpontaneity.com). #Continental #GTC  
 Continental GT Convertible Kraftstoffverbrauch in l/100km: innerorts 23; außerorts 10,1; kombiniert 14,9; CO<sub>2</sub>-Emissionen 347g/km. Energieeffizienzklasse: G.  
 \*Es fallen Gebühren für Auslandsgespräche an. Diese hängen von Ihrem aktuellen Anbieter ab.  
 Der Name „Bentley“ und das „B“ in Flügeln sind registrierte Handelsmarken. © 2014 Bentley Motors Limited.

## EINEN SCHLUCK AUF DIE AUGENBRAUEN!

Ich sitze mit fein gezogenem Lidstrich zwischen fleckigen Gesichtern und farblosen Wimpern. Ungeschminkt geht man auf eine Schminkeparty, das scheint ein ungeschriebenes Gesetz zu sein, das ich nicht kannte. Der klare Imperativ: „Schmink dich noch mal ab!“ Doch ich bin skeptisch und erlaube mir, auf den Spaß des Abschminkens und kollektiven Wiederschminkens zu verzichten. Die zahlreichen Produkte der amerikanischen Kosmetikmarke „Mary Kay“ vor mir auf dem Tisch fördern meine Konzentration schon ausreichend heraus. So eine Reizüberflutung! Ich genehmige mir mein erstes Glas Sekt.

Jetzt mein „Schönheits-Profil“ ausfüllen. Alle Informationen zum Teint sind da einzutragen. Supergeheime Daten. Aber da ich beim Schminken schon nicht mitmache und auch sicher nichts kaufe, muss ich mir meine Daseinsberechtigung nun wohl mit meinen Daten erkaufen. Der Fragebogen entbehrt zum Glück nicht einer gewissen Komik. Eine mögliche Antwort auf die Frage nach meinem Hautpflegeprogramm lautet: „Was ist ein Hautpflegeprogramm?“ Auch nach meinem Familienstand und meinem Hochzeitstag werde ich gefragt. Darauf ein zweites Glas.

Die Party wird von der Schwester einer Freundin veranstaltet. Ab sofort ist sie nichts Geringeres als mein persönlicher Schönheits-Consultant. An sie kann ich mich jetzt immer vertrauensvoll wenden, wenn ich Hautpflegefragen habe. Sie wird mir immer eine Antwort geben (und mir ein Mary-Kay-Produkt empfehlen). Super! Drittes Glas! Ich lackiere meine Fingernägel, während sich die weiteren vier Teilnehmerinnen eine Foundation auftragen und anschließend alles ordnungsgemäß abpudern. Eine hitzige Debatte über die richtige Augencreme entflammt. Ist stelle mit Schrecken fest, dass saches Einklopfen total von gestern ist. Mist. Auf den Schock noch ein Glas.

Meine Schönheitsberaterin erläutert, wie man einen Kajalstift aufträgt, ohne sich die Tränenröhre zu verstopfen. Der Sekt wirkt langsam: Ich liebe mich mit ein paar Produkten. Die Verpackungen in Blassrosa sind zu hübsch!

Gebannt lausche ich meinem Consultant, als sie über „optimale Maße für Augenbrauen“ spricht. Den Trend muss man also nun auch mitmachen, das Leben kann grausam sein. Ich male meine Augenbrauen mit dem „Brow Definer Pencil Brunette“ an. „Wow, das sieht super aus“, meinen die anderen. „Die Augenbrauen sind der Rahmen des Gesichts“, sagt die Beraterin. So viel Bestätigung! Mein Selbstbewusstsein hebt ab. Ich leere mein Glas. „Was kostet denn der Augenbrauenstift?“ *Anna Wulffert*



## OLEG OPRISCO LÄSST BLUMEN SPRECHEN

An diesem Sonntag ist Präsidentschaftswahl in der Ukraine. Für den Fotografen Oleg Oprisco aus Lemberg im Westen des Landes ist das ein wichtiges Datum: „Die politische Lage ist kompliziert, aber wir alle hoffen das Beste“, meint er. „Wir haben die Diebe und die Korrupten vertrieben, aber sie werden von Russland unterstützt.“ Seine Modelbilder, die er mit einfachen analogen Kameras aufnimmt (Kiev 6C und Kiev 88), sind also nicht eskapistisch ge-

meint. Die herrlich komponierten Fotos, von denen wir hier eines der schönsten erstmals abdrucken, setzen vielmehr die Hoffnungen einer ganzen Generation ins Bild, auf altmodischem Film, mit einer 50-Euro-Kamera. „Im wirklichen Leben gibt es genug Schönheit“, meint Oleg, „man muss sie nur suchen.“ Er hat sie gefunden. Die Wahlen wird das nicht beeinflussen. Aber der Alltag könnte mit ein bisschen Phantasie neu erblühen. *(kai.)*

# PRÊT-À-PARLER

## IN AMERIKA GEHT DER GRÜNKOHL JETZT RUNTER WIE NICHTS

Als noch kein Szene-Koch der Welt an Grünkohl glaubte, hatte der ein oder andere dieser Köche das Gemüse schon auf der Speisekarte stehen. Oberon Sinclair, eine vielbeschäftigte Britin, die PR-Agenturen in New York und London unterhält, war auf den Kohl aufmerksam geworden. Anders als viele der Köche glaubte sie an ihn. „Ich merkte, dass es plötzlich etwas mit dem Grünkohl auf sich hatte, aus dem vielleicht etwas ganz Großes entstehen könnte“, erinnert sich die umtriebige PR-Beraterin, die trotz ihrer neuen Wahlheimat New York ihren britischen Akzent nicht verloren hat.

An dem nächsten potentiellen Trend wollte Sinclair nicht nur teilhaben, sie wollte ihn mit formen. „Wenn ich irgendwo vor einem Restaurant auf der Straße eine Speisekarte stehen sah, nahm ich also ein Stück Kreide zur Hand und schrieb den Grünkohl einfach dazu.“ Sie kniete sich vor die Tafeln und schrieb „Heute Grünkohl“ oder „Wir servieren jetzt auch Grünkohl“ oder „Hier gibt's Grünkohl“. Es ging ihr, so sagt sie, „um eine Guerrilla-Bewegung im Zusammenhang mit Grünkohl“.

Das grüne Kraut wird hierzulande seit dem 16. Jahrhundert angebaut und verspeist. Aber Oberon Sinclair ist wohl der erste Mensch, der an eine Guerrilla-Marketingkampagne für Grünkohl dachte. Vor etwa drei Jahren setzte sie sich dann mit der American Kale Association, dem Grünkohl-Verband, in Verbindung. Seitdem darf sie das Gemüse auch offiziell vermarkten.

Ihre Arbeit gedieh: Beyoncé trägt jetzt ein Sweatshirt mit dem Wort „Kale“. Im Januar gab es beim amerikanischen Superbowl für die Gäste nicht nur Fast Food zu essen, sondern auch das Kreuzblütengewächs. „Grünkohl ist nun sogar Bestandteil von Anti-Aging-Cremes.“



In Amerika gibt es gleich zwei „Queens of Greens“. Michelle Obama verwaltet den Garten des Weißen Hauses, den ihr Mann Anfang Mai (mit Küchenchefin Cristeta Comerford) Kanzlerin Merkel zeigte. Die andere ist fürs Grünkohl-Comeback zuständig.

Und auch hierzulande wird in den Smoothie plötzlich Grünkohl gemischt. „Im Grunde genommen ist Grünkohl ja dem Spinat ähnlich, aber es ist eben doch kein Spinat“, sagt Oberon Sinclair, die selbst keinen eigenen Grünkohl anbaut, weil es ihr dafür in New York an Platz fehlt.

Überhaupt: Wenn man Bilder von der trendigen Britin googelt, erscheinen vor allem Partyfotos. Man kann vermuten, dass sie beim Einkaufen wie Millionen andere Kunden ans Tiefkühlregal tritt und dort die Auswahl hat zwischen Rahmspinat, Blattspinat, Würzspinat, laktosefreiem Spinat oder Bio-Spinat. „Grünkohl ist anders, er ist sowohl alt als auch neu“, meint sie. „Im Zweiten Weltkrieg haben die Leute schon Grünkohl gegessen. Auch heute brauchen die Leute gesundes Essen.“

Vielen von ihnen wird das langsam bewusst. Dass der Grünkohl nun sein Comeback feiern kann, liegt deshalb auch an den jungen Foodies, die gerade in amerikanischen Großstädten nur das Beste zu sich nehmen. Oberon Sinclair dürfte ihnen mit ihrer Begeisterung aus der Seele sprechen: „Wussten Sie“, ruft sie, „dass der Grünkohl noch mal einen ganz anderen Geschmack bekommt, wenn man ihn massiert?“

Auch Michelle Obama lässt in den Vereinigten Staaten das allgemeine Verständnis dafür erblühen, was eine Gurke ist und was ein Blatt Eisbergsalat. Schließlich pflanzt und erntet sie das Gemüse im Garten des Weißen Hauses höchstpersönlich. Als Kämpferin für gesundes Essen muss sie auch Grünkohl lieben. In der „Tonight Show“ gab sie neulich vor laufender Kamera eine Runde Grünkohl-Chips aus. Angesichts dieser Präsenz bleibt Oberon Sinclair auf dem Boden: „Mich nennen die Leute ja Königin des Grünzeugs, aber sie ist es.“ *(ju.)*

## 25 Jahre Pallone. Neue Modelle. Ein Klassiker. Inspiriert vom Lifestyle Brasiliens.



**LEOLUX**  
Träume Wohnen.

Die limitierte Viva Pallone-Edition zum Jubiläumspreis\*, unsere exklusiven Handelspartner sowie weitere originelle Sitzideen finden Sie jetzt auf [leolux.de](http://leolux.de)  
\*580 € Preisvorteil (nur für die Viva Pallone-Edition bis zum 30.09.2014)

KNALL & BUNT



**GLOBE** von Studio Job (Gufam), ein Schrank für Reisefreudige, ist vor allem knallgelb. Passt auch ins Kinderzimmer.



**EAST RIVER CHAIR** von Hella Jongerius stand zunächst nur im UN-Hauptquartier in New York. Nun hat die Niederländerin das Möbel für Vitra auch farbig weiterentwickelt.



**GEMINI** vom Amsterdamer UNStudio (Artifort) ist ein Sitzelement, das am besten zu zweit oder in Gruppen aufgestellt wird.



**FONDUE SLIPPER** von Satsuki Ohata passen wie angegossen. Man taucht die Füße in flüssigen Kunststoff, der dann aushärtet.

# STELLEN SETZEN LEGEN

Vier Großtrends von der Mailänder Möbelmesse.  
Von Peter-Philipp Schmitt



**AHND** von Designer Stephen Burks besteht aus geflochtenen Textilbändern. Die Möbel (Dedon) werden auf den Philippinen von Hand hergestellt.



**COLOR FALL** von Garth Roberts umfasst die gesamte Farbpalette. Die Regale (Casamania) kann man hinstellen oder an die Wand hängen.



**ADD** (Lapalma) von Francesco Rota besteht aus einem Gestell, auf das sich Sitze, Lehnen oder Tischplatten montieren lassen.



**LUMEN** von Luca Papini sind Holzrische (Casamania), die mit Licht- und Farbe spielen. Tatsächlich enthalten sie Aluminate, die leuchten.

HOLZ & WOLLE



**BOIACCA WOOD** von LucidiPevere (das Studio bilden die beiden Italiener Paolo Lucidi und Luca Pevere) ist ein Tisch (Kristalia) mit Beinen aus Eichenholz und einer Platte aus Kunstharz, veredelt durch Nanotechnologie.



**RAPHIA** (Casamania) von LucidiPevere schwingt auf Holzkufen, um die Metallstruktur des Stuhls sind Binsen geflochten.



**SU** (von Nendo) bedeutet im Japanischen nichts anderes als „einfach, unverziert, minimal“. Die Hocker (Emeco) in verschiedenen Höhen haben Sitze zum Beispiel aus wiederverwertetem Eichenholz (oben) oder Beton.



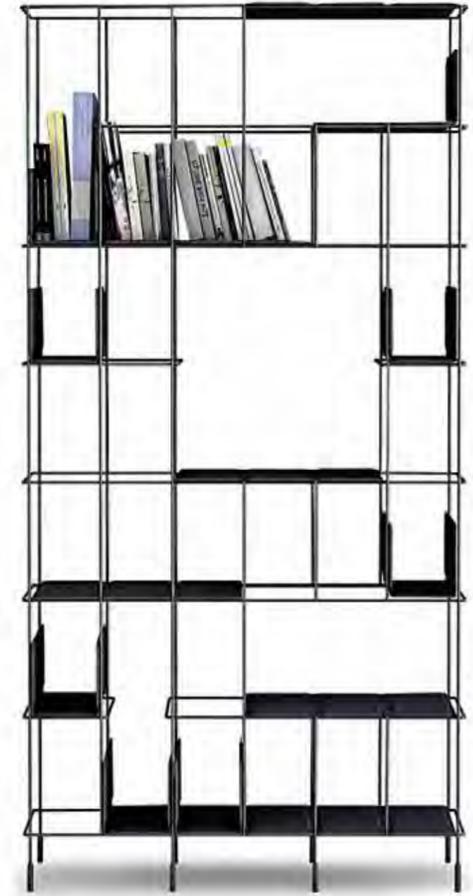
**STRAPPED** heißt dieser Holzstuhl, auf dem einfach eine dicke Decke mit Gurten festgeschnallt wird. Moroso hat das Möbel für Diesel entworfen.



**A BENCH** von Aust & Amelung lässt sich leicht variieren: Das Holz ist genutet, die Polster lassen sich so mit Hilfe eines Stahlstifts, der mit ihren Knöpfen verbunden ist, aufstecken.



**UNAM** von Sebastian Herkner (Very Wood) ist ein schlichter Holzstuhl, der eine gepolsterte Sitzfläche und eine Lehne aus verwobenem Seil hat.



**NETWORK** von Neuland (dahinter stecken Eva Paster und Michael Geldmacher) ist ein feingliedriges Regal (Casamania), das sehr variabel ist. Seine Struktur besteht aus Metall, die Paneele sind aus Kunstleder.



**PRO** von Konstantin Grcic (Flötotto) hat Zuwachs bekommen: eine Traverse mit Sitzschalen für Orte, an denen man warten muss.

METALL & LACK



**KIRK CROSS** von Rodolfo Dordoni (Minotti) steht auf vier Beinen, die in Gold, Silber oder Bronze lackiert sind. Die Platte ist entweder schlicht schwarz oder kann aus transparentem und bronziertem Glas sein.



**TRITON** von Clemens Weisshaar ist nicht ganz neu (2007). Doch nun bietet Classicon den komfortablen Barhocker mit Sattel auch verkupfert an.

**MASTERS CHAIR** von Philippe Starck und Eugeni Quitllet (Kartell), bisher nur in buntem Kunststoff zu haben, erstrahlt nun auch in Gold.



**NORTH** von Eva Marguerre und Marcel Besau (e15) verteilt ihr Licht indirekt zum Boden. Die Leuchte, die gefaltet wirkt, gibt es auch in Kupfer.



**TWEET T.** von Jake Phipps (Casamania) erinnert an die alte Tradition, Kanarienvögel wegen ihres schönen Gesangs zu Hause im Käfig zu halten. Die Vögel hier sind aus Keramik und wie der Käfig mit 24 Karat Gold überzogen. LEDs machen das Schmuckstück zur dekorativen Leuchte.



**EPOCA** von Ulf Moritz (Schönbuch) springt als Schubkastenkonsole aus der Wand hervor. Die Basisvariante ist lackiert, doch gibt es das kleine Möbel auch in Gold, Silber und Kupfer.



**LAMP SHOWER** von Nendo (hinter dem Namen, der im Japanischen für Knete steht, verbirgt sich der Designer Okii Sato) ist Dusche und Leuchte in einem. Axor will damit das isolierte Bad zum Wohnraum hin öffnen.



**JELLY VASE** von Patricia Urquiola gab es bislang aus transparentem Kunststoff. Dass das Material auch glamourös wirken kann, zeigt Kartell mit dem Metallic-Look.



**BABA** von Christoph Jenni (Maxdesign) hat einen Fuß aus Rohbeton. Der kleine Beistelltisch wirkt aber immer elegant. Nicht nur, wenn seine Platte in Messing oder Kupfer glänzt.



GLAS & KLAR

**STARCK V** von Philippe Starck möchte den Brunnen zurück ins Haus holen. Seine oben offene Waschtischarmatur (Axor) lässt das Wasser nicht nur plätschern: Im Inneren bildet sich auch ein Wirbel. Und: Der durchsichtige Wasserspender aus Glas ist abnehmbar und darf in die Spülmaschine.



**UNCLE JIM** von Philippe Starck (Kartell) ist der schmalere Bruder des Sofas „Uncle Jack“. Beide bestehen aus Polycarbonat und werden aus einem Block gegossen.



**MELTDOWN** von Johan Lindstén (Cappellini) könnten bunte Glasperlen sein, die dahinschmelzen. Auch die fast 30 Zentimeter großen Kugeln (in sieben Farben zu haben) sind mundgeblasen.



**ODA** von Sebastian Herkner (Pulpo) ruht auf einem schlichten Metallgestell. Dem Offenbacher Designer schwebte ein Ballon voll mit Licht vor. Der Glaskörper seiner Leuchten ist mundgeblasen und in drei Fräben erhältlich: Grau, Weiß, Gelb.



**LIGHT AIR** von Eugeni Quitllet hat einen stoffbezogenen Schirm, der in einem Rahmen aus thermoplastischem Technopolymer hängt. Von Kartell gibt es auch eine Wand- und Deckenleuchte.



**AGO** von Alfredo Häberli (Alias) verbindet die drei Werkstoffe Holz, Glas und Metall. Der Blick durch die Platte soll auf die technische Struktur des Tisches aus Stahl fallen, an der die vier hölzernen Beine befestigt sind.



**BULB** von Kaschkasch (das sind die Kölner Florian Kallus und Sebastian Schneider) ist ein Garderobenaufhänger aus mundgeblasenem Glas. Schönbuch bietet ihn in drei Größen und vier Farben an.

FOTOS: HERSTELLER

Purismus. Sinnlichkeit. Intelligenz.

Mehr über die Faszination der bulthaup Küche erfahren Sie bei Ihrem bulthaup Partner, [www.bulthaup.de/haendler](http://www.bulthaup.de/haendler)



bulthaup

# DER ALLES KÜNSTLER

Rolf Sachs gibt in London Alltagseindrücken und Erinnerungsfetzen eine Gestalt. Aus Lebensthemen macht der Designer mehr als Design.

Von Peter-Philipp Schmitt  
Fotos Daniel Pilar

Wer Rolf Sachs als Designer verstehen will, der muss sich die Geschichte von dem alten Holzstuhl erzählen lassen, zu dem er eine innige Beziehung hat. Es war in Lausanne, als er glaubte, dem Stuhl das erste Mal zu begegnen, in einem Restaurant. Er verspürte das unerklärliche Verlangen, ihn zu besitzen. Und nicht nur ihn: Er erwarb gleich alle Stühle des Lokals. Der Wirt war froh, die alten Dinger für gutes Geld los geworden zu sein, und Sachs, um 70 Stühle der Schweizer Firma Horgenglarus reicher, fragte sich: Warum hängt mein Herz an ihnen?

Die Antwort fand er einige Jahre später, als er seine Tochter Roya im Internat Le Rosey in der Schweiz besuchte. Auch Rolf Sachs war hier, im Kanton Waadt, zur Schule gegangen. „Ich musste ein wenig warten, so ging ich in den alten Speisesaal“, erzählt Sachs. Und dort standen sie, die alten Holzstühle, die er zwar längst vergessen hatte, die seiner Erinnerung aber noch vertraut waren. Sachs war gerne in Le Rosey gewesen, hier hatte er unter anderen seine spätere Frau kennengelernt, Maryam Banhashem, die aus Teheran stammt. Was blieb ihm anderes übrig,

als seine Sammlung zu erweitern? Und so kaufte er noch einmal 40 Stühle, vorsorglich, denn früher oder später wären sie im Sperrmüll gelandet. „Der Direktor war froh, als ich ihm neue stapelbare Stühle kaufte.“

Rolf Sachs beschäftigt sich seither immer wieder mit seinen Fundstücken. Gerade weil der Stuhl keine dekorativen Elemente hat, liebt ihn der Designer. „Er ist pure Form, reines funktionales Design.“ Das sei reizvoll, weil er eigene Ideen an und mit ihm verwirklichen könne. Im Laufe der Jahre hat er einem der Stühle einen Wasserabfluss aus Metall in die Sitzfläche montiert, einem anderen einen Türspion, bei einem dritten hat er den Sitz gegen eine Glasplatte ausgetauscht und ihm einen kleinen Lampenschirm aufgesteckt. Sachs hat den Stuhl aber auch nachbauen und nachgießen lassen – aus einem weichen Kunststoff zum Beispiel. In dieser Form kann er nicht mehr auf seinen vier Beinen stehen, sondern hängt wie ein Stück Textil bei Rolf Sachs im Studio von der Decke. Es gibt den Stuhl aus massivem Metall und mit Stummelbeinen und einem Felsblock beschwert, so dass er kaum zu bewegen ist. Die einen Stühle, die aus Bronze oder Schiefer, das sind die „Harten und Starken“ für ihn. Die

Nie ohne Schal: Rolf Sachs stellt sein Markenzeichen meist selbst her. So trägt er passend zu seiner Kölner Ausstellung „typisch deutsch?“ ein großes Mikrofasertuch, mit dem sonst Möbel poliert werden. Vor seinem Studio in London (rechts) ist es ein umfunktioniertes Küchentuch.





anderen, aus Silikon oder Filz, nennt er die „Weichen und Sensiblen“. Jeder Stuhl soll ein anderes Gefühl hervorrufen – und bitteschön auch ein Lächeln.

So wie der alte Stuhl ihn nicht loslässt, so holt ihn auch seine Vergangenheit immer wieder ein. Holz und Stein und Filz sind Materialien, mit denen er besonders gerne arbeitet. Er schiebt das auf die alpenländische Kultur, in der er aufgewachsen ist. Mit der Alpenkultur beschäftigte sich auch eine seiner letzten Ausstellungen im Engadin vor zwei Jahren, die den Titel „Herzschuss“ trug. Der Name spielt ebenfalls auf einen alten Holzstuhl an, den Stablenstuhl, der in der Alpenregion weit verbreitet ist und in seiner geschwungenen Rückenlehne oft ein Loch in Herzform trägt. Sachs ließ das Herz in seine Stühle von Schützenvereinen hineinschießen, was manches Mal daneben ging, allen aber eine Riesengaudi bereitete. Sein Lieblingsstück, das eigens für die Ausstellung entstand, ist allerdings ein Heurechen aus Schiefer. Sachs veredelte einen Gebrauchsgegenstand, den er wiederum aus seiner Kindheit gut kannte: Auch er musste wie das gesamte Dorf mithelfen, bei schönem Wetter das Heu von den Wiesen zu holen. An die Blasen an seinen Händen nach getaner Arbeit erinnert er sich noch gut.

Rolf Sachs nimmt sich gerne einfache Gegenstände vor: einen Spaten zum Beispiel, einen Spazierstock, einen Schlitten. Er nimmt ihnen die Funktion, indem er den Spaten durchlöchert, dem Spazierstock statt seiner Spitze einen weiteren Griff verpasst, dem Schlitten einen zweiten, entgegengesetzten hinzufügt. „Ich will überraschen. Und Humor ist Teil meines Charakters“, sagt Sachs, der vor 20 Jahren sein Designstudio „rolf sachs fun c'tion“ in London gründete. Dort, „in der einzigen richtigen Weltstadt

Autobahn-Ausfahrt Richtung Kunst: Rolf Sachs macht aus einem Schild eine Tischplatte. Ein neuer Geistesblitz ist Neonlicht, das er in großen Kolben aus Borosilikatglas (unten) zum Leuchten bringt.



## DER ALLES KÜNSTLER

Europas“, lebt und arbeitet er seither. Hier sind auch seine drei Kinder aufgewachsen: Philipp, mit 28 Jahren der Älteste, der zwei Jahre jüngere Frederik und die inzwischen 23 Jahre alte Roya.

Das Studio von Rolf Sachs befindet sich im Stadtteil Fulham auf dem Gelände eines alten Gaswerks. Hier tüfelt der Designer mit seinem fünfköpfigen Team in einem Flachdachbau, der einmal zu den Laboratorien der Anlage gehörte. Sachs ist Sammler, wie man sofort erkennt. Er sammelt, was ihm gefällt oder was er vielleicht einmal brauchen kann. Hinzu kommen die Arbeiten und Stücke, die er lieber nicht verkauft hat, weil er sich nicht von ihnen trennen konnte oder weil sie ihm als Prototypen dienten.

Auf einem Tisch stehen große Kolben aus Borosilikatglas, die er mittels gläserner Spirale und Neongas zum Leuchten bringt, davor ein Turnbock auf hohen Beinen, wie man ihn aus Schul-Turnhallen kennt. Weiter hinten sitzt eine hölzerne Gliederpuppe auf einem mit Farbe bespritzten weißen Sessel, daneben strahlt ein menschliches Skelett mit Motorradhelm (Aufschrift: „Alfa 164 Celebrity Race – Rolf Sachs“) auf einige merkwürdig verspiegelte Glashauben. Diese „dome lights“, im Jahr 2010 entstanden, geben den Blick auf ihre Bewohner erst frei, wenn das Licht im Inneren eingeschaltet wird. Da liegt dann zum Beispiel ein ausgestopfter Igel auf einem Kissen. Oder es sitzt eine Eule auf einem Zweig, die ihren überraschten Betrachter anzublinzeln scheint.

Licht beschäftigt Rolf Sachs seit Jahren. Ganze Leuchterien hat er geschaffen. Licht sei für ihn von großer Bedeutung, weil es unser Befinden beeinflusst. Das Neonlicht nennt er zur Zeit sein Experimentierfeld. Die „dome lights“ wiederum seien spielerisch poetisch zu verstehen und könnten als Hommage an den Surrealismus gesehen werden. Wie immer, so trägt Rolf Sachs auch an diesem Tag sein Markenzeichen um den Hals, einen Schal. Dieses Mal ist es ein gelbes Mikrofaserstuch, von einer roten Naht eingefasst, mit dem sonst Möbel poliert werden. Das Tuch gehört zu den Stücken seiner Ausstellung „typisch deutsch?“, wie auch der Tisch gleich vorne links neben der Eingangstür seines Studios, an dem mittags gemeinsam gegessen wird. Für den Tisch nahm er das blau-weiße Ausfahrt-Schild einer deutschen Autobahn und machte einfach eine Tischplatte daraus.

Das Deutsche, sagt der gebürtige Schweizer, habe er unter den Nägeln. Nur darum habe er überhaupt die große Ausstellung im Museum für Angewandte Kunst Köln (MAKK) verwirklichen können. „Schweiz“, sagt er, „wäre vielleicht auch möglich gewesen.“ An England aber, dem Land, in dem er schon seit zwei Jahrzehnten lebt, hätte er sich schon nicht mehr gewagt. In der Schau, die noch bis zum 9. Juni im MAKK zu sehen ist, setzt sich Rolf Sachs mit deutschen Eigenschaften und Klischees auseinander. „Pünktlichkeit“ gehört natürlich dazu und wird in der Ausstellung von einem ausgestopften Kuckuck und einer Digitaluhr symbolisiert. Für „Reinlichkeit“ hat er die Borsten von Bürsten auf zwei Wandgemälden drapiert. Für „Fleiß“ steht ein Gartenzweig ganz aus Kohle, der eine Bergmannskluft trägt. Doch nicht nur vermeintlich deutsche Tugenden hat er verarbeitet, auch „Amtsschimmel“, „FKK“ und „Autobahn“ nimmt er aufs Korn. Im hundertsten Jahr nach Beginn des Ersten Weltkriegs und mit Blick auf die von Deutschen begangenen Greuelthaten im Zweiten Weltkrieg wollte er aber auch diese Seiten der Geschichte beleuchten – mit einem „Memento Mori“. So lässt er in einem Käfig den verrosteten Helm eines Wehrmachtssoldaten baumeln.

Rolf Sachs hebt die Grenzen zwischen Design und Kunst auf. Er selbst nennt sich Designer und Konzeptkünstler, auch wenn er etwas ganz anderes studiert hat. „Künstler und Designer“, sagt Rolf Sachs, „wird man nicht durchs Studium.“ Allerdings hätte er gerne Kunst studiert. Doch der Abiturient beugte sich zunächst den Familienverpflichtungen, denen er, wie er zugleich versichert, auch



**FLEXFORM** made in italy

AGENTUR PATRICK WEBER  
PLZ 0-5 (99, 98)  
Erich Drewing  
PLZ 6-9 (54, 55, 56)

Patrick Weber  
Tel. 07044-922910  
Fax 07044-922922  
info@italdesign.de

**FLEXFORM** SPA  
MEDA (MB) ITALIA  
www.flexform.it

**GROUNDPIECE**  
design by  
ANTONIO CITTERIO





Atelier, Museum, Lebensraum: In seinem Londoner Studio arbeitet Rolf Sachs nicht nur, dort haben sich auch viele Fundstücke angesammelt. Mittags wird mit Mitarbeitern und Gästen gegessen.



gerne nachgekommen ist. Ihm war schon in die Wiege gelegt worden, dass er einmal viel Geld verwalten müsste. Darum studierte er zunächst Mathematik an der London School of Economics, wechselte dann, weil die Ablenkungen in der Metropole zu groß waren, wie er sagt, nach Kalifornien ans Menlo College, in den kleinen Ort Atherton im Silicon Valley. Dort machte er seinen Abschluss in Business Administration.

Bis heute wird Rolf Sachs als „Sohn von“ wahrgenommen. Der Schatten des Vaters Gunter, der sich 2011 das Leben nahm, reicht weit. Rolf Sachs war schon als Kind klar, wessen Erbe er eines Tages antreten würde. Die Geschichte beginnt mit Karl Ernst Josef Sachs (1867 bis 1932), dem Radrennfahrer, der eine Fahrradnabe erfand, die auf Kugellager gesetzt ist und in Kugeln rollt. 1895 gründete Ernst Sachs mit dem Kaufmann Karl Fichtel die „Schweinfurter Präzisions-Kugellagerwerke Fichtel & Sachs“. Nach Fichtels Tod 1911 ging das florierende Unternehmen in den Besitz von Ernst Sachs über. Der Sohn Willy, verheiratet mit Elinor von Opel, der Enkelin des Opel-Gründers Adam Opel, übernahm nach dem Tod des Vaters 1932 das Unternehmen. Willy Sachs und Elinor von Opel trennten sich schon 1935. Die junge Mutter siedelte mit ihren beiden Söhnen – Ernst Wilhelm war 1929 zur Welt gekommen, Gunter 1932 – in die Schweiz über.

Gunter Sachs war Mitte 20, als sich sein Vater Willy mit einem Jagdgewehr tötete. 1958 war auch das Jahr, in dem seine erste Frau Anne Marie Faure wegen eines tragi-

## DER ALLES KÜNSTLER

schon Narkosefehlers in einer Klinik in Lausanne starb. Gunter Sachs war somit junger Witwer, zusammen mit seinem Bruder zudem Erbe eines großen Vermögens, und er war alleinerziehender Vater. Sein Sohn Rolf war 1955 in Lausanne zur Welt gekommen.

Der zwei Jahre alte Junge kam zu seiner Großmutter nach Kronberg im Taunus. Von ihr vor allem und von dem zweiten Mann von Elinor von Opel, „einem sehr militärischen Herrn“, lernte der Enkel „deutsche Tugenden“. Pünktlichkeit zum Beispiel: „Wir kamen immer zu früh zu Terminen und blieben dann bis zur festgesetzten Zeit im Auto sitzen“, erzählt Rolf Sachs. Bei Tisch bekam der kleine Junge Bücher unter die Ellbogen geklemmt, damit er gerade saß. Bestraft wurde er mit Strammstehen. Der Vater flog meist zu den Wochenenden ein, um mit dem Sohn Fußball zu spielen. Der angehende Playboy, der von 1966 an drei Jahre lang mit Brigitte Bardot verheiratet war, konnte ebenfalls streng sein: Briefe, die der Junge seinem Vater schrieb, kamen korrigiert zurück.

Rolfs Mutter war Kunststudentin, als Gunter Sachs sie traf. Sie begannen, Gemälde, Objekte, Fotos zu kaufen. Der Vater interessierte sich vor allem für das dritte Viertel des 20. Jahrhunderts, wie er einmal sagte. Den Kern seiner legendären Kunstsammlung erwarb er zwischen 1958 und 1968 für etwa 800.000 Dollar, darunter die Vorreiter des Informel wie Jean Fautrier und Hans Hartung, Künstler der Nouveaux Réalistes wie César Baldaccini, Yves Klein und Jean Tinguely sowie Surrealisten wie Max Ernst, René Magritte, Giorgio de Chirico und Salvador Dalí. In den Sechzigern entdeckte und förderte er die Pop Art. Berühmt geworden ist seine Wohnung im Turm des Badrutt's Palace, eines Fünf-Sterne-Hotels in St. Moritz. Nachdem der Turm abgebrannt und wiederaufgebaut war, pachtete Gunter Sachs im Jahr 1968 das 200-Quadratmeter-Apartment für 30 Jahre und ließ es von befreundeten Künstlern wie Roy Lichtenstein und Andy Warhol einrichten.

„Mein Vater glaubte fest daran, dass Kunst dazu da ist, um mit ihr zu leben“, sagt Rolf Sachs. Und das tat nicht nur Gunter Sachs mit seiner dritten Frau, dem schwedischen Model Mirja Larsson. Das tat auch der Sohn, wenn er bei seinem Vater in St. Moritz, Paris, Manhattan oder Hamburg zu Besuch war. In Hamburg hatte Gunter Sachs auch 1972 in seiner eigenen Galerie die erste Andy-Warhol-Ausstellung in Europa organisiert. Sie war ein Riesenflop. Aus Mitleid kaufte Gunter Sachs die meisten Werke des erfolglosen Künstlers auf. Für eines der Bilder, das er 1972 für 20.000 Mark erstanden hatte, bekam er 2004 bei einer Auktion gut das Tausendfache. Weit mehr als 1000 Kunstwerke trug der Vater zusammen. Etwa 300 Werke aus der „Gunter Sachs Collection“ ließ der Sohn 2012 bei Sotheby's versteigern. Erlös: rund 56 Millionen Euro.

Das Vermögen der Familie wird in München und Lausanne verwaltet. Dort entdeckte der Finanzfachmann Rolf Sachs in den Achtzigern Kunst und Design für sich. Erste Möbelentwürfe entstanden. Es war ein Aufbruch auch im Design, Ron Arad zum Beispiel stellte handgefertigte Möbel aus Metall her. Sachs beteiligte sich an der Ausstellung „Wunderhaus“ in München. Das Kreative in ihm, sagt er rückblickend, habe einfach raus gemusst. „Tagelang habe ich mit einem Schmied in einer Werkstatt gearbeitet. Man muss halt mal ins kalte Wasser springen und untergehen.“ Inzwischen ist er längst wieder aufgetaucht. In ihm sieht heute niemand mehr den gelangweilten Reichen, der sich an Kunst und Design versucht.

Auch sein bislang letztes Projekt sagt viel über den Künstler und Designer aus. Mit seiner Frau Maryam hat Rolf Sachs ein Jahr lang mit einer Still Camera Aufnahmen aus einem fahrenden Zug gemacht. Entstanden sind überraschende Bilder in Großformat: Trotz der Bewegung ist oft ein einziger Punkt des Bildes scharf gezeichnet, was unreal aussieht. Natürlich hat er nicht irgendeinen Zug ausgewählt: Er fuhr mit der Rhätischen Bahn zwischen Chur in der Schweiz und Tirano in Italien. Auch die Bahn zählt zu seinen Erinnerungen: Mit dem Zug ist er immer hinauf ins Internat und zum Vater gefahren.



l'art de vivre  
by roche bobois

In Europa hergestellt.

Modulares Sofa aus mehreren Elementen **Mah Jong** mit Stoffbezug **MILSONI**, Design Hans Hopfer. Teppich Domino, Design **MILSONI** für Roche Bobois.

BERLIN - stillwerk - Kantstraße 17 - Fon: 030 450 874 030. DÜSSELDORF - stillwerk - Grünstraße 15 - Fon: 0211 863 264 0. HAMBURG - stillwerk - Große Elbstraße 68 - 2. OG - Fon: 040 570 195 73 0. MÜNCHEN I - Thierschstraße 20 (Nähe Isartor) - Fon: 089 212 666 3. MÜNCHEN II - Von-der-Tann-Straße 2 - Fon: 089 27 37 147 00. STUTTGART - Paulinenstraße 21 - Fon: 0711 26 34 569 0. ZÜRICH - Neumühlequai 32-34 - Fon: + 41 44 362 31 31.

rochebobois  
PARIS

# EINTIERIMHAUS

## GANZ SCHÖN HOCH

Freddy wagt es am Ende doch nicht, sich von dem Tisch Platz des Designers Jörg Schellmann in die Tiefe zu stürzen. Selbst den Sprung auf die dazugehörige Bank Sitz (e15) ließ er lieber bleiben. Er ahnte wohl, dass man ihn auch wieder herunterholen würde.



## GANZ SCHÖN KÜHL

Für den kleinen Stinker Freddy ist die Marmorplatte des Couchtischs treeO wohl etwas zu kalt. Auf der Variante in Nussbaum (die Beistelltische haben Jacob Strobel, Sebastian Desch und Stefan Radinger von der österreichischen Marke Team7 entworfen) lässt er sich zwar lieber nieder. Doch nichts geht über festen Boden unter den Pfoten.



## GANZ SCHÖN ENG

Er will da durch. Der Gang durchs Labyrinth macht Freddy sichtlich Spaß. Dabei sind die bunten Brettchen für ihn normalerweise unerreichbar. Das Regal Wall Shelf des Münchner Designers Steffen Kehrlé hängt sonst nämlich an der Wand. Die praktischen Halter vom Ascheberger Hersteller Stattmann. Neue Möbel gibt es auch mit Hakenleiste.



**Das wünscht man dem ärgsten Feind nicht: ein Stinktier zu Besuch. Da kann schnell was ins Auge oder auf die Möbel gehen. Wir hatten Glück: Die Möbel-Neuheiten des Frühjahrs blieben unversehrt.**

Von Peter-Philipp Schmitt  
Fotos Frank Röth



**GANZ SCHÖN GEMÜTLICH**

Freddy fühlt sich wohl auf dem mit Leder bezogenen Stuhl Tram des österreichischen Designers Thomas Feichtner. Der elegant geschwungene Bugholzstuhl steht ganz in der Tradition des tschechischen Unternehmens Ton, das sich historisch auch auf den Pionier der Möbelherstellung, Michael Thonet, berufen kann.



**GANZ SCHÖN BEHAGLICH**

Das ist genau der richtige Platz für die schüchterne Jüngste. Stinktierweibchen Violetta quetscht sich richtig hinein in das Staufach des neuen Sekretärs S 1200 von Thonet. Das Stahlrohrmöbel in Senfgelb ist ein Leichtgewicht: Selbst mit Skunk lässt es sich durch die Wohnung tragen.

**GANZ SCHÖN HELL**

Dörte macht sich ganz flach auf dem Wood Table der beiden Briten Edward Barber & Jay Osgerby (Vitra). Neben ihr steht eine Hommage an Wilhelm Wagenfeld und seine berühmte gläserne Leuchte WG 24. Der Schirm dieser WT 14 aber ist aus Beton, wie alle Möbel des Aschaffenburger Herstellers Docstone. Zudem schaltet ein Touchsensor die Leuchte bei Berührung des Schafes aus Kupferrohr an oder aus. Das bekäme auch Dörte hin.



**GANZ SCHÖN HEIMLIG**

Wäre das ein trautes Heim? Vielleicht ein bisschen klein, mag Freddy zu Dörte sagen. Doch die geflochtenen Höhlen sind ja auch Vasen und Laternen aus der Dala-Kollektion des Amerikaners Stephen Burks (Dedon). Mit eingewoben wurde eine besondere Faser – aus recycelten Lebensmittel- und Getränkeverpackungen.



**GANZ SCHÖN DEKORATIV**

Was habe ich hier denn verloren, zwischen all den schönen Sachen im Regal Passerelle von Sebastian Herkner (Pulpo)? Freddy bleibt aber brav sitzen und interessiert sich zum Glück nicht für die nahen Porzellanvasen Nyhavn von Simon Legald (Normann Copenhagen). Über ihm die Briefbeschwerer Haus aus Messing von Jan Philip Holler (e15), ganz oben die Uhr Felt Two von Sebastian Herkner (Leff Amsterdam) und die Grubenleuchten Lena von Alexandre Reigner (Pulpo).

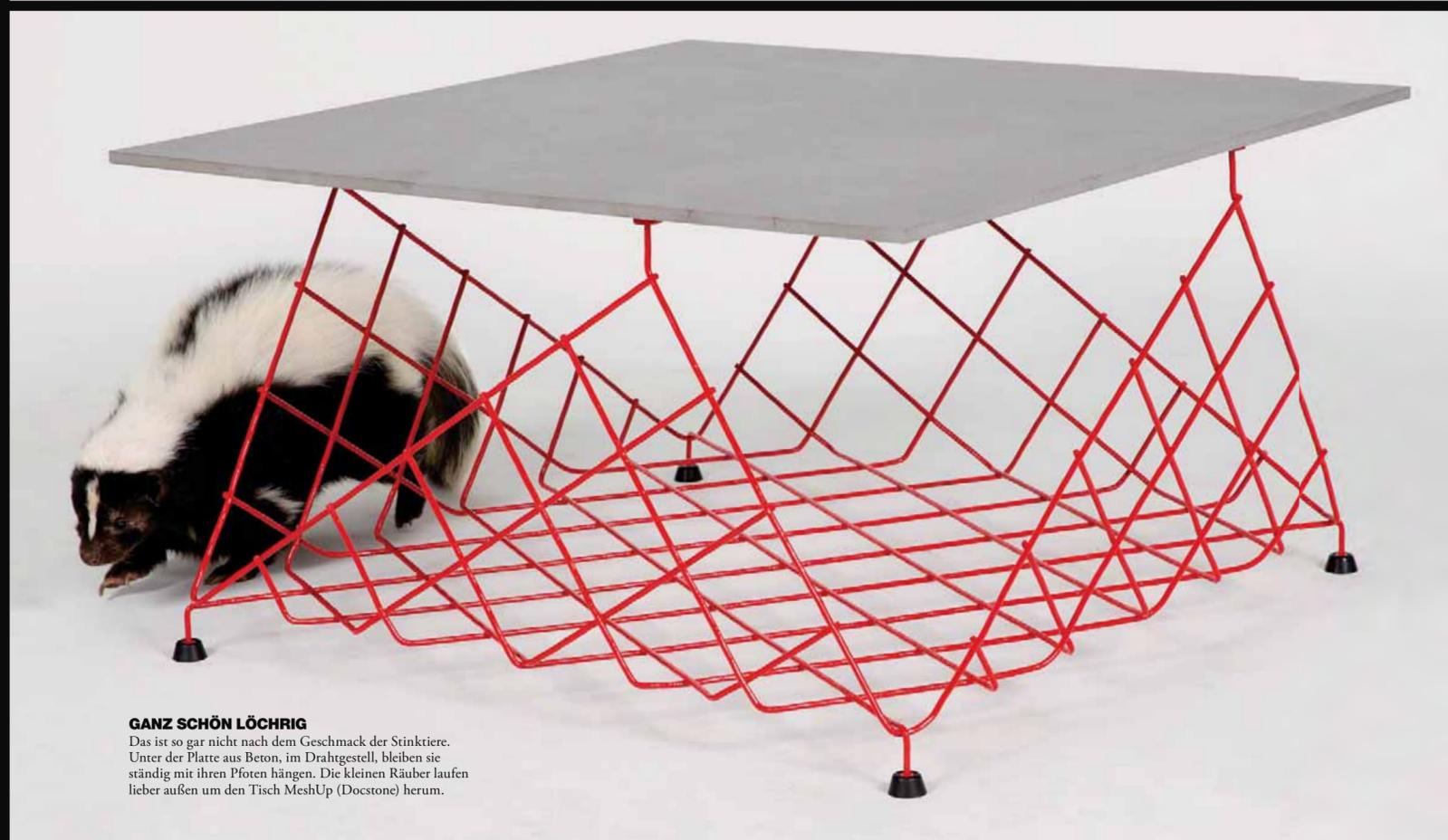
**GANZ SCHÖN GEWAGT**  
Ein Fall für Freddy, der neugierig  
über die Lehne des Sessels  
Newport (Weishäupl) lugt.  
Das Teakmöbel mit den dicken  
Sitzpolstern stammt von  
Michael Schneiders Berliner  
Büro Designschneider.





**GANZ SCHÖN SPERRIG**

Nein, umgeworfen hat Freddy dieses merkwürdige Objekt nicht. Allerdings hat er es am Boden dann doch genauer untersucht. Entgangen ist ihm dabei, dass der Garderobenständer Pivot vom Designstudio Jorge Pensi in Barcelona (Schönbuch) dank seiner schwenkbaren Haken für Jacken und Mäntel rundherum aufnahmebereit ist. Nur wenn er aufrecht steht, versteht sich.



**GANZ SCHÖN LÖCHRIG**

Das ist so gar nicht nach dem Geschmack der Stinktiere. Unter der Platte aus Beton, im Drahtgestell, bleiben sie ständig mit ihren Pfoten hängen. Die kleinen Räuber laufen lieber außen um den Tisch MeshUp (Docstone) herum.



**GANZ SCHÖN WEICH**

Noch so ein Stuhl, auf dem sich nicht nur ein Skunk wohl fühlt. Schlicht und trotzdem elegant ist der stapelbare Beetle Chair (Gubi) von GamFratesi (dahinter stecken die Dänin Stine Gam und der Italiener Enrico Fratesi). Nur ein paar schwarze und weiße Haare lässt Freddy am Ende auf dem Bezug zurück.

**GANZ SCHÖN LEDERN**

Krallen und Leder sind keine gute Kombination. Doch Freddys Krabbeltest geht spurlos an dem Sessel Oyster des Schwetzer Designers Jörg Boner vorüber. Dem aufwendig gearbeiteten Sessel merkt man an, dass Hersteller Wittmann aus Etsdorf am Kamp in Österreich aus einer Sattlerei hervorgegangen ist.



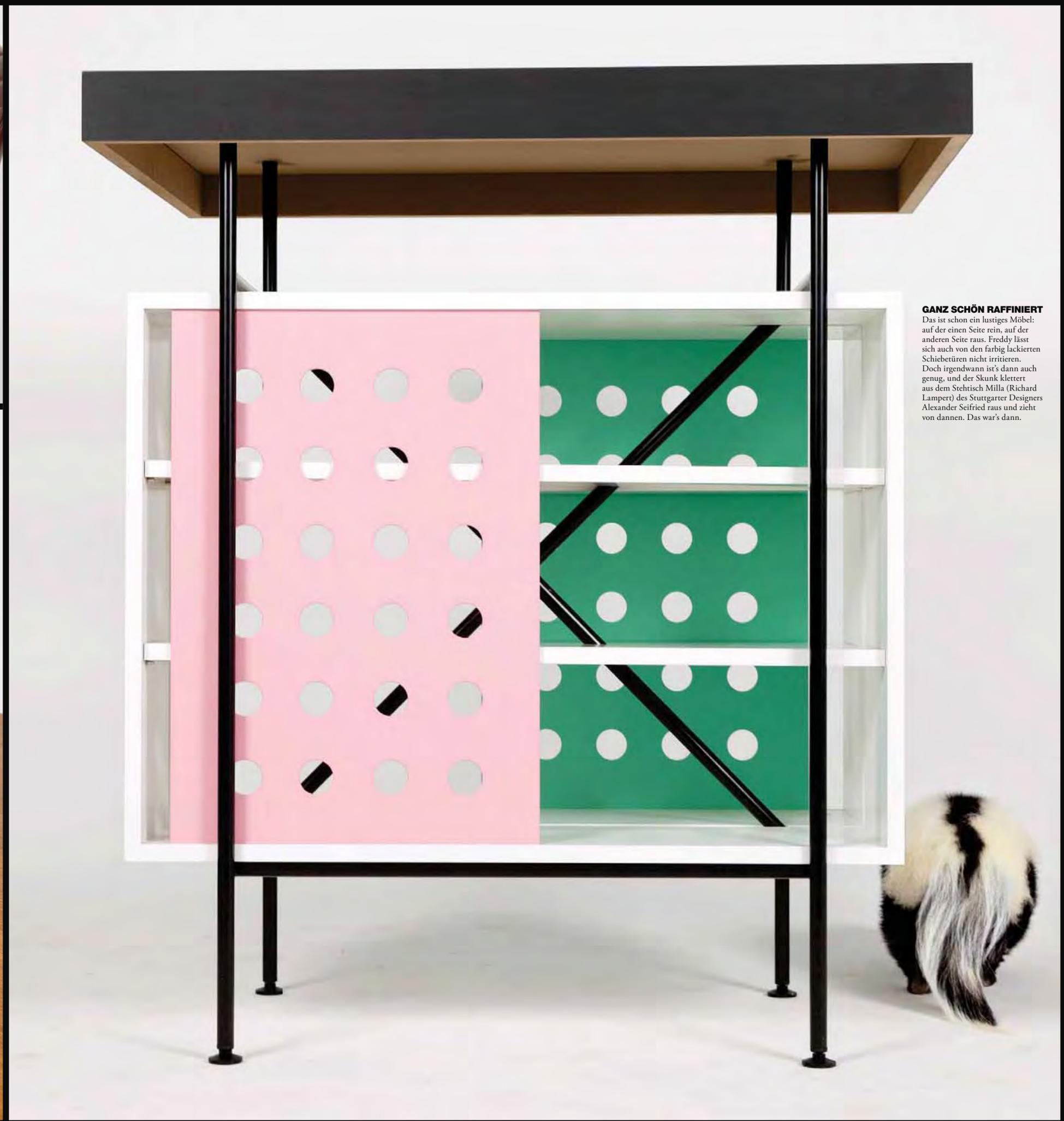
**GANZ SCHÖN HANDWERKLICH**

Scheibe mit Loch, da kann ein Stinktier nur durchschauen. Dörte hat wohl auf mehr gehofft. Schließlich handelt es sich bei dem von Hand gedrechselten Objekt um eine Obstschale. Turn (€15) stammt von dem Berliner Designer Mark Braun. Weil sie nicht befüllt ist, verliert der kleine Allesfresser schnell das Interesse.



**GANZ SCHÖN RAFFINIERT**

Das ist schon ein lustiges Möbel: auf der einen Seite rein, auf der anderen Seite raus. Freddy lässt sich auch von den farbig lackierten Schiebetüren nicht irritieren. Doch irgendwann ist's dann auch genug, und der Skunk klettert aus dem Stehtisch Milla (Richard Lampert) des Stuttgarter Designers Alexander Seifried raus und zieht von dannen. Das war's dann.



# VON KLANG UND NAMEN

Die österreichische Manufaktur Bösendorfer baut Klaviere und Flügel. Der Ton macht hier die Musik. Und das Design.

Von Oliver Georgi

Der Klang, der die Welt zum Schmelzen bringen soll, wird an der Säge geboren. Es ist staubig, die Luft riecht nach Holzspänen, an den Wänden Regale mit Tausenden Brettern und Latten. In diesem schmucklosen Raum, den sie „Maschinenhaus“ nennen, entscheidet sich schon alles: Wenn auch nur eine Kleinigkeit am Holz nicht stimmt, kann es nichts mehr werden. Dann ist es ein Flügel, aber kein Kunstwerk.

So weit darf es nicht kommen. Dafür sorgt Thomas Broukal, der gerade den Zustand der Bretter prüft, die seit Monaten hier lagern, bei 26 Grad und einer Luftfeuchtigkeit von 30 Prozent. Con affetto würde man Broukal den Vater der Bösendorfer-Flügel nennen. Während die Mitarbeiter mit mehr als 1200 Schablonen das Innenleben des Flügels aus dem Holz fräsen, also Rippen, Stege, Stimmstöcke, Kastenvände, ruft Broukal: „Wie in einer Schreinerei hier, oder?“ Der Kontrast macht ihm Spaß: dort die polierten Flügel im Ausstellungsraum, hier die Arbeit am Groben.

Thomas Broukal fing mit 16 Jahren als Lehrling in dieser Klaviermanufaktur an. Er hat sein halbes Leben in dem österreichischen Unternehmen verbracht und ist als technischer Direktor so etwas wie der oberste Klavierbauer-aufseher. Also arbeitet sich der Zweifundfünfzigjährige jetzt weiter durch die Werkstatt, rückt hier etwas zurecht, lässt sich dort etwas zeigen, fragt da noch einmal nach. Höflich im Ton (wir sind in der Nähe von Wien), aber mit der Autorität des Fachmanns, der jeden Handgriff schon selbst getan hat.

Seit 185 Jahren baut Bösendorfer Klaviere und Flügel. Mittlerweile, nach einer längeren Adagio-Phase, sind die Instrumente wieder berühmt für Qualität und Klang. Pianisten schwärmen vom „singenden Ton“ und warmen Nuancenreichtum, der sich der Bauweise verdankt. Als einziger Hersteller setzt Bösendorfer auf das Resonanzkastenprinzip. Der Resonanzboden aus Fichtenholz wird nicht von Raste und Kastenvand entkoppelt. Ein Bösendorfer soll als Ganzes schwingen, wie ein Streichinstrument; andere Hersteller versuchen gerade das zu vermeiden. Die Raste, der hölzerne Boden, der zusammen mit der Gussplatte die enormen Zugkräfte von etwa 20 Tonnen aufnimmt, wird bei Bösendorfer aus Massivholzteilen gefertigt; andere Hersteller nehmen vorgeformte laminierte

Furniere. Auch bei der Krümmung der Kastenvand, des äußeren hölzernen Rahmens, die meist aus der Verleimung vorgeformter Furniere entsteht, setzt Bösendorfer auf Massivholz, das durch Einschnitte biegsam wird.

Was klingt besser? Musiker meinen, das sei eine Glaubensfrage. Thomas Broukal meint: „Es macht einen großen Unterschied, der Klang eines Bösendorfers ist unvergleichlich.“ Er ist schon wieder ein Zimmer weiter, wo gerade ein gusseiserner Rahmen für den berühmtesten Bösendorfer-Flügel geschliffen wird, einen 290 Imperial. Statt der 88 hat er 97 Tasten, acht volle Oktaven inklusive einer Subkontrabassoktave, so etwas macht sonst niemand. 1909 ließ Ludwig Bösendorfer den ersten Prototypen bauen, weil der italienische Komponist Ferruccio Busoni für die Transkription eines Orgelwerks von Bach einen Flügel mit mehr Basstönen brauchte. Ravel, Bartok oder Debussy schrieben danach Werke eigens für den Imperial. „Das muss man Bösendorfer erst mal nachmachen“, meint Broukal lachend. „Das hat Steinway noch nicht geschafft!“

Überhaupt: Steinway. Natürlich misst sich Bösendorfer an der großen Konkurrenz aus New York und Hamburg. 50.000 Instrumente hat Bösendorfer seit der Firmengründung 1828 gebaut; im vergangenen Oktober wurde es mit einem Festakt im Wiener Musikverein begangen und mit einem Jubiläumsmo- dell, dem Flügel „Opus Nr. 50.000“, dessen gesamter Rahmen mit Gold verziert ist. Pro Jahr verlassen 300 Instrumente die Manufaktur, nur rund ein Zehntel der Steinway-Stückzahl. Doch das, so meint Bösendorfer-Geschäftsführer Brian Kemble, sei kein Maßstab. „Ich lebe nicht mit der Illusion, dass plötzlich in jedem Konzertsaal ein Bösendorfer und kein Steinway mehr steht.“ Wichtiger sind dem Briten die kleinen Fortschritte: dass in Japan mittlerweile in 200 Konzertsälen seine Flügel gespielt werden, dass immer mehr Pianisten einen Steinway wollen, aber bei Bösendorfer landen.

Thomas Broukal, der mittlerweile den Einbau eines Rahmens in einen 25er-Flügel begutachtet, ist gerade verliebt, wie so oft. „Der hier geht nach Saudi-Arabien“, sagt er, „und dieser kleine Kammerflügel da, der geht nach Amerika.“ Er kennt die Bestimmung fast aller Instrumente. Es schmerzt die Klavierbauer, wenn sie Abschied nehmen müssen. Die Verbindung halte Jahrzehnte, sagt Broukal: „Wenn ein Kunde ein Problem hat und die Produktionsnummer weiß, können wir in unserer Kartei nachschauen und wissen, was wie und wo verbaut wurde. Dann können wir reagieren, selbst wenn das Baujahr 1896 ist.“

Der Wert drückt sich auch in Zahlen aus. Ein einziger Kubikmeter Holz für die Resonanzböden kostet 30.000 Euro. Die Preise beginnen bei knapp 26.000 Euro für das kleinere der beiden Klaviere und hören bei knapp 280.000 Euro für den 290 Imperial auf, dann als Modell Artisan mit floralen Ornamenten und vielen Edelhölzern von Mahagoni bis zu Aruba. Rund 400 Arbeitsstunden dauert der Bau eines Flügels, 20 bis 30 Mitarbeiter verrichten insgesamt mehr als 10.000 Arbeitsschritte.

Noch exklusiver soll Bösendorfer durch die Design-Flügel werden, die seit einigen Jahren zum Programm gehören. Beliebt sind sie bei reichen Konzertpianisten und vor allem in der reichen Oberschicht Nordamerikas und des Nahen Ostens, als Statussymbol für den Wohnbereich. Der auffälligste Design-Flügel ist Audi design, entstanden zum 100. Geburtstag des Autoherstellers: futuristisch, wie von einem anderen Stern, mit Alu-Bein, geschlossener Seitenwand, sich nahtlos anschließendem Deckel, für knapp 190.000 Euro.

Vor zwei Jahren begann Bösendorfer mit der Künstler-Serie. Das Modell Klimt, das an der Deckel-Unterseite eine Reproduktion des Gemäldes „Der Kuss“ zielt, ist mit 88.000 Euro schon fast ein Schnäppchen. Einige Kunden, erzählt Thomas Broukal, seien sogar schon mit einem Möbelstück in der Manufaktur in Wiener Neustadt angerückt, um die Holzart ihres Bösendorfers auf die Polsterung des Art-Déco-Sessels abzustimmen. Doch neben den Konzertpianisten und den Wichtigtuern gibt es auch noch die Liebhaber, die ihr ganzes Leben von einem Bösendorfer träumen, jahrelang sparen und dann in reifem Alter vor ihm stehen und ihr Glück kaum fassen können.

Hier herrscht also eine Strategie der doppelten Exklusivität: musikalisch und designerisch. So habe man wieder Fuß gefasst, sagt man in der Manufaktur, und das in einem Markt, der so eng ist wie nie zuvor, weil die Konkurrenz aus Ostasien in der Unter- und Mittelklasse mit niedrigen Preisen punktet. Fast alle großen europäischen Traditionshersteller haben das zu spüren bekommen. Viele gaben auf oder bauten sich um, oft unter neuen Besitzern,



Aufwendige Intarsien, teure Hölzer: Das Sondermodell Marquis ist so schön wie ausverkauft.

darunter so große Namen wie Pleyel, Bechstein oder Schimmel. Auch bei Bösendorfer gab es schwierige Zeiten mit wechselnden Eigentümern, die mitunter viel von Holzverarbeitung, aber wenig vom Klaviergeschäft verstanden. Nach harten Jahren des Sparens, der Entlassungen und der Verlegung der Produktion von Wien nach Wiener Neustadt übernahm Yamaha, der größte Klavierbauer der Welt, im Jahr 2007 die Manufaktur. Eine „Win-Win-Situation“, wie Thomas Broukal sagt, weil die Japaner die Österreicher machen ließen und diese unter anderem von den besseren Vertriebswegen der Japaner profitierten. „Die Angst, dass die Kunden uns den Rücken kehren würden, weil sie keinen Yamaha-Flügel kaufen wollen, war unbegründet“, sagt Broukal. „Ein Bösendorfer ist auch unter Yamaha ein Bösendorfer.“ Doch die Gewinnschwelle ist noch nicht erreicht. In diesem Geschäftsjahr will man zum ersten Mal seit Jahren wieder schwarze Zahlen schreiben. „Wir sind auf einem guten Weg“, sagt Kemble. „Auch wenn er noch lang ist.“ Nun also sforzato.

Im Raum nebenan spinnt ein Mann an einer Maschine aus dünnen Drähten eine Basssaite, Millimeterarbeit,

die man später hören soll. Noch so eine Besonderheit: Die Basssaiten macht man hier selbst. Im nächsten Zimmer wird ein Spielwerk geprüft: Die Hämmer müssen justiert werden, damit sie später die Saite richtig treffen. Ein paar Räume weiter lackiert ein Mitarbeiter in Schutzmontur ein Flügelgehäuse, Ausführung schwarz, hochglänzend: ein bisschen rüdes Autowerkstatt-Flair inmitten von so viel Handwerkskunst. Dahinter, die Klaviatur ist mittlerweile eingebaut, und die Saiten sind aufgezogen, malträtiert ein riesiger Apparat, die Einpaukmaschine, die Tasten und prüft so das Zusammenspiel aller beweglichen Teile. Und nach und nach, wie aus einem riesigen Setzkasten, wird aus Tausenden Einzelteilen endlich ein Kunstwerk: ein Flügel, der, sensible, die Seele berühren soll.

Am Ende des Flurs, kurz vor dem Traum jedes Pianisten, also dem Ausstellungssaal, in dem alle Bösendorfer-Flügel und Klaviere zum Anspielen bereit stehen, sind die fertigen Flügel hochkant in einer Reihe aufgestellt, in Holzkisten verpackt. „Prof. U. Jürgens“ steht auf einer Kiste; auch der langjährige Werbepartner von Schimmel spielt privat seit langem auf einem Bösendorfer. Und noch jemand hat einen teuren Flügel aus Wiener Neustadt in seinem Haus stehen: Formel-1-Weltmeister Sebastian Vettel. Ob er Klavier spielen kann? Man weiß es nicht. Aber der Flügel wird in jedem Fall schön aussehen.

Klingt nach Museum: Auf der Deckel-Innen-seite des Modells „Klimt“ ist das Gemälde „Der Kuss“ des Wiener Malers reproduziert.



FOTOS: HERSTELLER



Schon jetzt eine Design-Ikone: Zum 100. Geburtstag von Audi schuf Bösendorfer 2009 das futuristische Modell Audi design mit geschlossener Seitenwand und großzügigen Flächen.

## BANG & OLUFSEN



89 Jahre Handwerkskunst erschaffen Bewegung in vollendeter Schönheit.

Ein Ultra High-Definition (4K) Bang & Olufsen Smart-TV mit herausragendem Klang. Erleben Sie den neuen BeoVision Avant 55" jetzt bei Ihrem Fachhändler. UVP ab € 6.995,-\*.

bang-olufsen.com

Laurens – der Mann ist Holländer, hat in der ganzen Welt gearbeitet und ist insgesamt locker drauf, also duzen wir uns – Laurens kommt leicht gehetzt zur Tür herein. Immer smart, immer freundlich, immer ein Lächeln. Aber heute dauert es ein wenig, bis er zu sich findet. Erst mal kurz durchatmen.

Designchef eines Automobilkonzerns: Das bedeutet, zum Frühstück ein paar Striche auf ein Blatt Papier ziehen, sich den Tag über inspirieren lassen und wochenlang über den Knick im vorderen rechten Kotflügel nachdenken? Von wegen. Kreativität ohne Unterlass ist viel Arbeit mit einem schier unglaublichen Terminplan. „Ich habe 50 bis 60 Konferenzen in der Woche“, sagt Laurens, fast ein wenig entschuldigend. Hier ein Gespräch mit dem Vorstand, dort eines mit der Vorausentwicklung, hier eines mit den Technikern, dort eines mit den Kostenrechtern, hier eines über die ersten Striche am Computer, dort eines am Eins-zu-eins-Modell über den letzten Feinschliff vor der Serienfertigung. 500 Frauen und Männer arbeiten am Design künftiger Autos aus dem Hause Renault, zu dem auch die rumänische Günstigmarke Dacia gehört und demnächst der zur Wiederbelebung freigegebene Sportwagenabteiler Alpine, 40 bis 50 Projekte, also Autos. Gleichzeitig bearbeiten Laurens van den Acker und sein Team in unterschiedlichen Phasen der Entwicklung ganz neue Fahrzeuge, Auffrischungen mitten im Lebenszyklus („Facelift“), Showcars für Messen.

Ein Glas Wasser. Er steht auf und kramt hinter dem Schreibtisch eine Tüte hervor. Sein berufliches Leben teile er ein in ein Drittel Arbeit mit dem Team, ein Drittel mit



Kein Schuh ist ihm zu bunt: Laurens van den Acker

dem Management, ein Drittel Reisen, sagt er noch, möchte aber viel lieber über den Inhalt der Tüte sprechen. Schuhe. Genauer: Turnschuhe von Adidas. Alles Unikate. Wer mit Laurens durch die Stadt geht, hört ihn schon mal plötzlich sagen: „Das gibt’s doch nicht. Schau mal, der Kerl da drüben hat schickere Turnschuhe als ich!“ Van den Acker trägt stets ausgesuchte feine Anzüge, dazu knallbunte Turnschuhe. Sie sind für ihn ein Spleen geworden. Vielleicht ist das gar nicht so geheimnisvoll, wie viele denken. Einfach ein Gag und ein weitgehend nebenwirkungsfreies Mittel gegen Midlife-Crisis: „Die Schuhe halten mich ein biss-

chen jung“, meint er, die 50 an Lebensjahren vor Augen. Außerdem sind sie praktisch, denn der große Mann läuft schnell und viel, allein die ganzen Meetings!

Es sind natürlich nicht irgendwelche Turnschuhe. Laurens van den Acker hat sich für die künftige Modellpalette einen Lebenskreis ausgedacht, geschmückt mit Blumen und Farben, schließlich soll Renault das Image der grauen Maus ablegen. So hat jedes neue Modell eine Aussage und seine eigene Farbe, in der es auf der Messe zum ersten Mal dem Publikum gezeigt wird. Dieselbe Farbe haben seine Turnschuhe, die er sich im Adidas-Online-Shop individuell zusammenstellt. Vorn an den Schnürsenkeln wird eine kleine Flagge des Landes fixiert, in dem die Präsentation stattgefunden hat. Das jeweils nächste Automodell trägt van den Acker als Schuhmodell. Twingo, Showcar Kwid, Captur, Clio sind schon auf dem Markt. Als nächstes ist der Van Espace dran. Welche Farbe er wohl haben wird? Welche Details ihn zieren werden? Man achte auf die Füße. Jedes der teuren Paare hat Laurens übrigens nur ein Mal. „Sonst gibt’s Ärger mit meiner Frau.“

Ein Griff in die Zeichenkiste. Es kommen hervor: Ideen, die zu Bildern geworden sind. Manche rollen schon durch die Stadt, manche nicht. Liebe, Leidenschaft und Lebensfreude sollen die Formen und Farben ausdrücken, und wären da nicht die vermaledeiten Gesetze und die unnachgiebigen Buchhalter, Laurens würde noch ganz anderes auf die Straße bringen. Die Restriktionen sind groß. Ob eine Rückleuchte mit schönem LED-Licht ausgestattet werden darf, das aber im Vergleich zu herkömmlichen Glühbirnen um einige Cent teurer ist, das ist eine Frage, die zwischen Design und Kostenkontrolle zu langen Dis-

kussionen führen kann (Laurens hat sie bislang verloren). Die Gesetzgebung setzt der Linienführung Grenzen; so beeinflusst der Fußgängerschutz die Frontgestaltung maßgeblich. Der Gedanke, ein Fahrzeug auch in Amerika verkaufen zu wollen, wurde von Renault immer wieder verworfen. Rund 50 Millionen Euro kostet es, ein in Europa entwickeltes Auto an die amerikanischen Vorschriften anzupassen. Dort wird etwa der Unfalltest ohne Gurt durchgeführt, weil 30 Prozent der Amerikaner den Gurt nicht anlegen. Also müssen Airbags größer werden, es müssen zusätzliche Airbags für die Knie verbaut werden, und die Armaturentafel muss anders aussehen.

Manchmal ist träumen erlaubt. „Macht mir Lactitia Casta mit vier Rädern“, hat van den Acker seiner Mannschaft einst mit auf den Weg gegeben. Jeder, der das französische Model kennt, also in Frankreich jeder, wusste, was gemeint war. Entstanden ist ein Sportwagen namens Dezir, der über die Messebühne nicht hinausgekommen ist. Aber Teile von ihm fließen nun in die Modellpalette ein, deren generelle Schwächen in der Materialwahl (zu viel harter Kunststoff) und der Technik (schlechtes Licht, anfällige Konnektivität, Getriebe) in den nächsten Generationen ausgeräumt werden sollten. Die fertigen Autos, die hinter den streng gesicherten Türen im Entwicklungszentrum in der Nähe von Paris stehen, dem „Technocentre“, geben hoffnungsvolle Hinweise. Sie kommen in den nächsten ein bis zwei Jahren auf den Markt. Für Laurens sind sie schon Vergangenheit. Er denkt über die Modelle nach, die von 2017 an auf den Markt kommen. Derzeitiges Hauptprojekt: der Nachfolger des erst vor kurzem eingeführten Kleinwagens Clio.



Marktreife Idee: Innenraum-Skizze des neuen Twingo

Die Zukunft, die interessiert uns. „Die Lebenswelten ändern sich“, sagt Laurens. Beeinflusst durch seinen Vater, einen Architekten, denkt Laurens viel über Räume nach. In ihrer Pariser Altbauwohnung saß die Familie van den Acker regelmäßig in der winzigen Küche, selten im großen Wohnzimmer. Jetzt hat er sie umgebaut, die Küche ist zum Mittelpunkt geworden, eine Erlebniswelt. „Ich habe zum ersten mal mehr Geld für eine Kaffeemaschine ausgegeben als für einen Computer“, sagt Laurens. Nun ist das Badezimmer dran, auch das möchte niemand mehr als abgeschlossenen Raum in der hintersten Ecke haben.

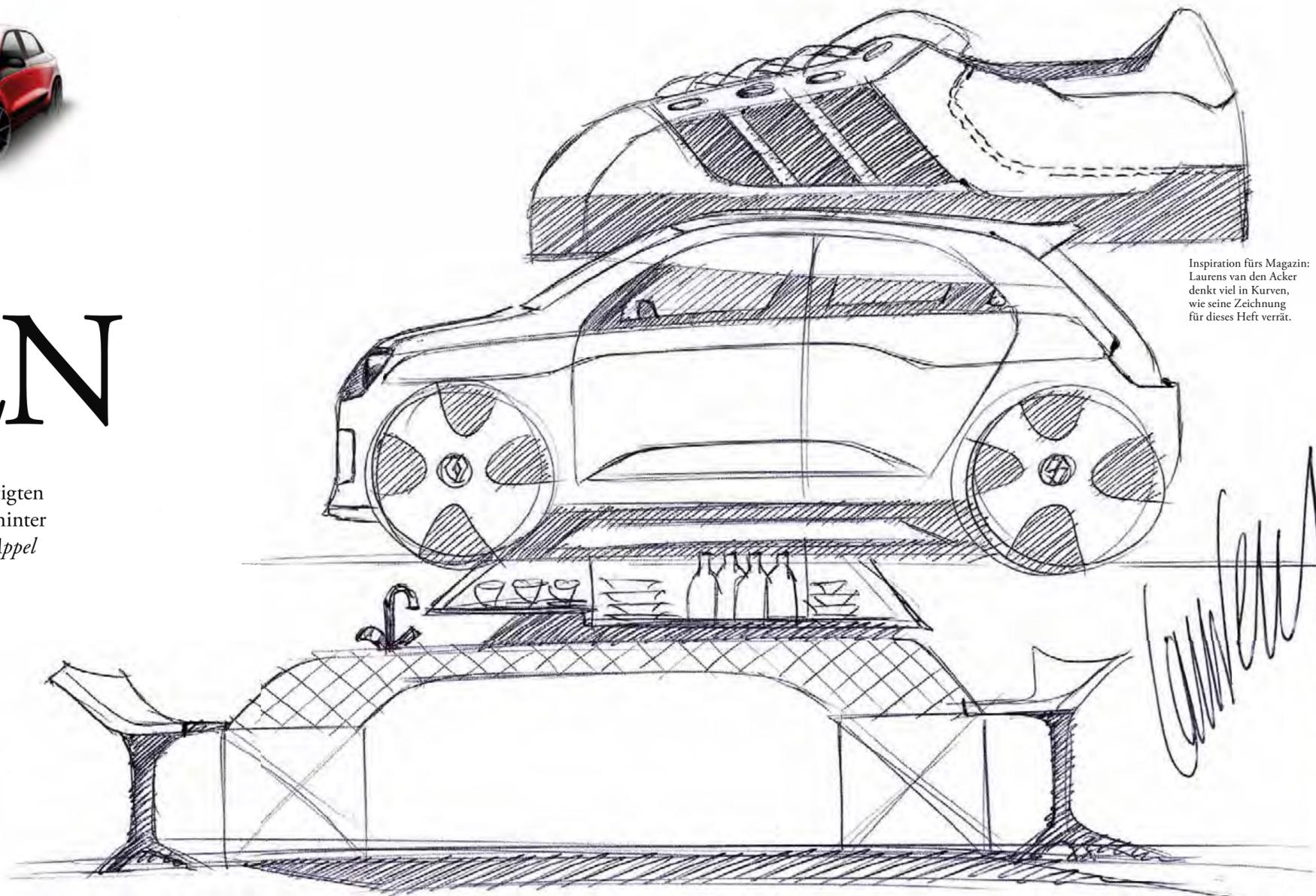
Autos werden sich verändern wie Häuser, meint er. Das Leben mit drei iPads wird zum Standard. Autodesign wird nicht mehr auf jahrzehntelange Kontinuität setzen, sondern schnelleren Zyklen der Verführung folgen, ähnlich der Mode. Auf Apple schaut er weniger, „weil das alle machen“, Samsung ist als Fast Follower nur bedingt ein

Vorbild, Louis Vuitton indes ein stetiger Trendsetter. Die Flaschen und Leuchten von Ross Lovegrove faszinieren ihn. Und die Frage, wie Fahrzeuginnenräume künftig aussehen sollen. Selbstfahren bereitet Freude, aber nicht im Stau. Im Stop-and-go soll das Auto bald allein fahren. Dann aber braucht man das Lenkrad nicht mehr. Es stört sogar, wenn man sich mitsamt Sitz zur Partnerin oder zu den Kindern umdrehen will. „Warum also soll sich ein Lenkrad in solchen Situationen nicht in die Armaturentafel zurückziehen“, fragt Laurens, und es klingt fast schon rhetorisch. Das sei dann auch die nächste Chance für die Elektromobilität. Denn deren Komponenten lassen sich in die Ecken oder in den Boden bauen. Diesel, Benzin, Getriebe, die sind nur im Weg.

Spinnerereien? Visionen? Designer müssen vorausdenken, ungewöhnliche Vorschläge machen. Paris, Mailand, Helsinki sind für ihn angesagte Orte der Inspiration. In China und Korea spürt er der Frage nach, welche asiatischen Produkte eines nicht allzu fernen Tages im Leben der Europäer so selbstverständlich sein werden wie heute Coca-Cola. Dabei muss man aufpassen, sich nicht in einer eigenen Welt zu verlieren. Kürzlich hat die Realität wieder zugeschlagen. „Wir haben Teams nach China, Indien und Korea geschickt, die sollten eine Woche lang ihre Beobachtungen aufzeichnen“, sagt Laurens. Nach einer Woche in China war klar: Dort braucht man handliche Stadtautos, am besten mit Elektroantrieb. Dann wurden Jugendliche auf der Straße angesprochen, zum Beispiel eine 22 Jahre alte Frau mit auffälligem Tattoo. Und was hat die gesagt? Sie wünscht sich einen Geländewagen. Laurens läuft los. Hinter den Safe-Türen müsste doch einer zu finden sein.

# WO IDEEN ROLLEN

Wenn der Designchef von Renault ein neues Auto entwirft, bestellt er sich erst einmal einen maßgefertigten Turnschuh. Zu Besuch bei Laurens van den Acker, hinter den Safe-Türen seines Studios in Paris. *Von Holger Appel*



Inspiration fürs Magazin: Laurens van den Acker denkt viel in Kurven, wie seine Zeichnung für dieses Heft verrät.

FOTOS: RENAULT, ZEICHNUNG: LAURENS VAN DEN ACKER

Der Wadia Intuition 01 verbindet das Digitale mit der Passivbox. Fast alle Quellgeräte lassen sich an den Verstärker (7800 Euro) anschließen. Lautsprecher freuen sich auf die aufwendig aufbereiteten Signale.

# DAS AUGE HÖRT MIT

Solche Geräte versetzen jeden Mann in schöne Schwingungen. Warum nur Frauen nicht?

Von Marco Dettweiler

Meine Frau lässt das kalt. Dabei steht gerade die Ovation ML8 von AVM vor ihr, die CDs abspielt, konvertiert und die Dateien verwaltet kann, um sie als Server in mehrere Zimmer zu streamen. Und das alles für gerade mal 12.000 Euro! Obwohl ich meiner Frau wöchentlich meine neuen Lustobjekte zeige, antwortet sie einfach nur emotionslos: „Gefällt mir nicht.“ Bei der Ardora von Audiograde, die trotz ihres Gewichts wegen der sanften Wellenform des Lautsprechergehäuses leichtfüßig wirkt, dürfte meine Frau sogar aus mehr als 200 Farben wählen. Auf Verstärker, Plattenspieler oder Digitalwandler muss sie nicht mal eiferstüchtig sein. Aber warum bekommen Frauen so selten strahlende Augen beim Anblick dieser Geräte? Beginnt High-End immer erst in den Tiefen der Männerwelt?

Ich freue mich jedes Mal aufs neue, wenn ich mit den frisch gelieferten Testprodukten lange in meinem Büro verschwinden kann. Immer das gleiche Ritual: auspacken, anschauen, anfassen, streicheln, drücken. Was gibt es Schöneres als einen glatten Kippschalter, den man zart mit Daumen und Zeigefinger bewegt, bis das betörende Klack ertönt? Als mit dem Handrücken an halbmatten Aluminiumfronten entlangzufahren, die anziehende Kälte des Materials zu spüren, die sich angenehm paart mit der rauen Glätte des gebürsteten Metalls? Und gibt es Reizenderes, als wenn sich zarte Ledermuscheln eines magnetostatischen Kopfhörers um das Ohr schmiegen oder analoge Pegelzeiger eines Verstärkers synchron im Takt tanzen?

Zugegeben: Auch viele Dilettanten legen an Audio-Geräte Hand an. Die Techniker machen bei kleinen Firmen das Design oft nebenbei mit. Ein missratener Schriftzug kann die ganze Erscheinung zerstören. Häufig stimmen die Proportionen von Schaltern, Anzeigen, Knöpfen, und Materialflächen nicht. Mitunter verbauen die Hersteller winzige LED-Lämpchen, die dennoch das gesamte Wohnzimmer mit Licht fluten. Oder würfeln sie so bunt zusammen, dass mein kleiner Sohn glaubt, es seien Smar-

ties. Ein ganz schlimmer Trend entwickelt sich gerade bei den Netzwerkspielern. Weil diese Geräte viel Musik speichern und streamen, zeigt ein buntes Display die Titel und die Cover an. Der Bildschirm erinnert an frühe Handys und steht in hässlichem Kontrast zum Äußeren. Solche Produkte zeige ich meiner Frau besser erst gar nicht.

Doch die Produkte auf dieser Seite bewerben sich um einen Platz im Wohnzimmer. Design ist hier mehr als Sein: Die äußere Gestalt schenkt den akustischen Elektrogeräten eine Zweit-Existenz als Designobjekt. Wie in allen anderen ästhetischen Gattungen gibt es dabei mehrere Qualitätsstufen. Einige Produkte befolgen ganz einfach ästhetische Grundregeln. Minimalistisches Design ist, wie die Ovation ML8 von AVM zeigt, nie verkehrt. Die homogene Oberfläche der quaderförmigen „Music Library“, letztlich eines CD-Netzwerkspielers mit Serverfunktionalität, wird nur an der Front aufgegeben. Die Reduktion ist radikal. Es gibt nur einen Knopf, um das Gerät einzuschalten, und einen, um die CD wieder auszuwerfen, dazwischen einen Schlitz, in den sie eingeführt wird. Die Wörter „Power“, „Eject“ und „AVM“ könnten eigentlich auch noch weg. Die Funktionen übernimmt eine App auf dem iPhone, mit der man das Gerät steuert. AVM-Geschäftsführer Udo Besser hat den ML8 selbst entworfen. Die Entwicklungsphase sei ein „heißer Ritt“ gewesen, sagt er, weil man nicht wusste, wie das minimalistische Design bei den Kunden ankommt. Es kommt gut an.

Ähnlich konsequent geht Wadia bei seinem digitalen Verstärker Intuition 01 vor. Verantwortlich für die Form ist der italienische Designer Livio Cucuzza, der auch die Lautsprecher von Sonus Faber formt. Der Intuition hat noch stärkeren skulpturalen Charakter als der ML8, allein die LED-Anzeige gibt einen Hinweis auf die Funktion. Cucuzza sieht ihn als Kunstwerk: „Vorbild waren die

Verstärker von Yamaha sind Klassiker. Für den A-S3000 (4800 Euro) hat man noch einmal alles gegeben: feinste Technik, schraubenloses Gehäuse, etwas Retro in der Optik, opulente Pegelanzeige.



Traumkombination für Auge und Ohr: Der LCD XC von Audeze ist einer der besten geschlossenen Kopfhörer (1900 Euro). Der Gemini von Auralic (ab 1200 Euro) wandelt und verstärkt die Audiosignale.



Ein Plattenspieler muss nicht viereckig sein. Der TD 309 von Thorens bekam seine Form durch seine Subchassis-Konstruktion. Mit einem Preis von 1600 Euro fast zu günstig für High-End.



FOTOS: HERSTELLER

Wer audiophil ist, CDs sammelt und dennoch modern sein will, sollte sich die Ovation ML8.2 von AVM (etwa 12.000 Euro) anhören. Die „Music Library“ spielt CDs ab, konvertiert sie in Dateien und streamt diese in jedes Zimmer.



Dünen. Ich stellte mir vor, dass das Gehäuse entsteht, wie wenn Wind Wüstensand formt.“ Kein Wunder, dass viele, denen ich das Gerät begeistert zeige, fragen: Was ist das denn? Yamaha hat einen gemäßigten Retro-Style geschaffen, der an die Siebziger erinnert. Die Japaner spielen gekonnt mit dekorativen Elementen, die eine Aufgabe haben. So braucht eigentlich kein Mensch mehr einen VU-Meter, der mit Zeigern den Pegel wiedergibt; das können digitale Anzeigen genauer. Doch Männer lieben die analogen VU-Meter. Yamaha hat ihn beim A-S3000 derart filigran und liebevoll untergebracht, dass die Zeiger sogar die Hauptrolle an der Gerätefront übernehmen. Die leichte LED-Beleuchtung ist gewissermaßen der sanfte Spot. Das Glas vor den Zeigern ist diagonal geschnitten und wird mit Druck gehalten, so dass es ohne Schrauben und Klebstoff befestigt ist.

Es geht ästhetisch noch raffinierter. Der Plattenspieler TD 309 von Thorens ist ein schönes Beispiel für „Form follows function“. Wie für Frauen gemacht: ein leicht abgerundetes Dreieck in Signalrot, auf dem ein gläserner Plattenteller liegt. Designer Helmut Thiele hat sich aus technischen Gründen für diese Grundform entschieden. So kann man klanglich störende Erschütterungen durch federnde Füße verhindern, auf denen das Chassis steht. Alle drei Füße haben beim TD 309 den gleichen Abstand zur Plattenmitte, sodass jeder Fuß das gleiche Gewicht trägt und somit das Chassis gleichmäßig abgedeckt wird. Mit vier Füßen funktioniert dieses Prinzip nicht. Auch bei dem Lautsprecher von Audiograde lagen der Formtheoretische Überlegungen zugrunde. Die Box macht nach hinten einen wellenartigen Schwung. Dadurch wird die störende Verbreitung von Schallwellen im Inneren verhindert; gegenüberliegende Seiten oder Ecken würden die Wellen reflektieren. Auch die Wahl des Materials

hat technische Gründe. Der Polymerbeton verringert die Resonanzen, weil er durch seine große Dichte von fast zwei Tonnen je Kubikmeter keine Schwingungen weitergibt. Wer es hinbekommt, diese Lautsprecher ins Wohnzimmer zu schmuggeln, hat gewonnen: 135 Kilogramm pro Stück, die bekommt keiner so schnell wieder raus.

Die Materialwahl war auch fürs Design des neuen LCD XC von Audeze wichtig. Holz an einem Kopfhörer? Geht gar nicht, sagt meine Frau. Dabei ist nur die äußere Abdeckung aus Bubinga, einem Holz, das gut dämpft, was bei geschlossenen Kopfhörern wichtig ist. Die Schallwellen, die die Richtung Abdeckung strahlen, dürfen nicht aufgenommen und reflektiert werden. Und die hölzernen Elemente dazu sehen edel aus.

Meine Frau wird auch mit dem digitalen Kopfhörerverstärker Gemini nicht warm. Dabei würde sie ihn als solchen gar nicht erkennen, weil der chinesische Hersteller Auralic in den Sockel eines schönen Kopfhörerständers, den Klutz-Design vertreibt, sämtliche Elemente versteckt hat. Auralic hat beim Gemini edle Komponenten verbaut, und es gibt den Verstärker-Ständer in vielen Farben, in Schwarz, Blau, Gelb, Rot, den Sockel sogar silber- oder gar goldfarben. Man kann den Ständer also wunderbar mit der Farbe des Kopfhörers kombinieren, zum Beispiel die weiß-silberne Variante mit dem braun-schwarzen LCD XC von Audeze.

Wieder keine Begeisterung. Nach vielen vergeblichen Anläufen bin ich schon auf Krawall gebürstet. Also habe ich mir einen Hybrid-Vollverstärker mit Röhrenvorstufe von Magnat in matten Schwarz besorgt. Die beiden Röhren der Vorstufe glühen hinter Gittern, die Pufferkondensatoren und der Trafo bewachen den stählernen Volume-Knopf, und die Kühlrippen schützen die mächtigen Endstufentransistoren. Wie ein V12-Motor wartet der RV 3 darauf, den Membranen der Boxen einzuzuheizen. Aber der Hybrid-Verstärker von Magnat ist wieder nichts für weibliche Augen, auch nicht die anderen heißen Audio-Dinger. Sie sind wohl für ihn. Sie lässt es kalt.



Ein Lautsprecher wiegt 135 Kilogramm, das Paar kostet mehr als 40.000 Euro, und die Aktiv-Box gibt es in über 200 Farben: Die Fakten zur Ardora von Audiograde werden nur durch den natürlichen Klang übertönt.

Was für ein Anblick: vergitterte Röhren, fetter Trafo, mächtige Kühlrippen, glänzender Lautstärkereger. Der Hybrid-Vollverstärker RV 3 von Magnat (2700 Euro) treibt jeden Lautsprecher gekonnt vor sich her.

Herr Professor Kaufmann, am 1. Juni werden Sie 60 Jahre alt. Ihrer Haut sieht man das nicht an. Was machen Sie richtig? Ich mache zumindest nichts falsch. Bisher hatte ich nie das Bedürfnis, etwas korrigieren zu müssen, und bin trotzdem zufrieden. Gott sei Dank habe ich nie geraucht. Anders als in jungen Jahren als Segellehrer würde ich mich heute allerdings mehr vor der Sonne schützen.

So ein paar Krähenfüße am Auge sehe ich schon, außerdem ist da zwischen den Augenbrauen diese ...  
... Glabella-Falte, die Stirn- oder Zornesfalte.

Kann man nichts dagegen machen?

Vorausgesetzt, es würde mich stören, gäbe es die Möglichkeit, solche Falten zu unterspritzen. Heute wird das am ehesten mit Hyaluronsäure gemacht. Außerdem kann man die Muskulatur, die dazu führt, dass Mimikfalten überhaupt entstehen, mit dem Nervengift Botulinumtoxin lähmen.

Die Falte bildet sich zurück, weil die Haut nicht mehr geknickt wird?

Genau. Falls trotzdem eine Furche bleibt, lässt sich diese zusätzlich mit Hyaluronsäure auffüllen. Das sind die beiden häufigsten Methoden zur Anti-Falten-Behandlung. Rund 132.000 Unterspritzungen im Jahr führen allein die plastischen Chirurgen durch; die Gesamtzahl liegt vermutlich um ein Mehrfaches höher, weil niemand die Eingriffe bei Dermatologen und anderen Ärzten zählt.

Können Sie die Behandlung denn uneingeschränkt empfehlen?

Uneingeschränkt? Ich kann es nur empfehlen, wenn es indiziert ist, das heißt: Die entsprechende Falte muss für die entsprechende Behandlungsmethode geeignet sein, und der Patient muss wirklich profitieren. Ansonsten gilt: Botulinumtoxin, also Botox, ist eins der stärksten Nervengifte überhaupt, aber es wird zu therapeutischen und korrektiven Zwecken so aufbereitet und dosiert, dass es für den Organismus unschädlich ist. Bei sachgerechter Anwendung gibt es keine Nachteile. Hyaluronsäure ist eine Grundsubstanz im Bindegewebe, die für die Spannkraft und Elastizität der Haut wichtig ist. Sie eignet sich als körpereigene Substanz sehr gut als Filler. Nachteil: Die Wirkung ist nur temporär.

Der Einstieg ist eine Grundsatzentscheidung: Wenn ich mit Botox und Co. anfangen, kommen regelmäßig hohe Kosten auf mich zu – vielleicht 1000 Euro im Jahr.

Das sind eben keine Leistungen der gesetzlichen Krankenversicherung. Trotzdem habe ich da eine klare Botschaft: Mit abbaubaren Substanzen ist der Patient einigermaßen auf der sicheren Seite. Denn selbst im Fall einer Unverträglichkeit, falls sich etwa kleine Knötchen bilden, geht das meistens wieder weg. Andere Substanzen, die dauerhaften Erfolg versprechen, bergen auch das Risiko eines dauerhaften Misserfolgs – mit zum Teil entstellenden Nebenwirkungen. Ich empfehle, mit Probebehandlungen anzufangen. Man hat ja keinen Zeitdruck. Dritte Botschaft: Weniger ist mehr. Sie können kaum etwas verkehrt machen, wenn Sie zu wenig spritzen.

Wird die Haut nicht glatter, je mehr Filler ich nehme?

Hüten Sie sich vor Überkorrekturen! Natürlich: Je mehr Sie zum Beispiel in die kleinen Falten auf der Oberlippe reinspritzen, um so glatter sieht es aus. Aber am Ende wirkt es vielleicht auch wie eine rüsselförmige Schwellung.

Sie meinen diese Schlauchbootlippen, die früher en vogue waren?

Das waren künstliche Materialien, die implantiert wurden. Aber auch mit Hyaluronsäure kann die Oberlippe aufgespritzt aussehen. Die Kunst ist es, einen erholten, entspannten, gesunden Eindruck zu erreichen, so dass die Leute fragen: Warst du im Urlaub? Du siehst so gut aus!

Ich bin mal von einer Wespe in die Lippe gestochen worden. Als die Schwellung fast schon wieder weg war, traf ich eine Bekannte. Die war richtig erleichtert, als ich ihr von dem Stich erzählte, weil sie schon glaubte, ich hätte mir dir Lippen zu stark aufgespritzt lassen. Aber sie hätte nie gewagt, mich darauf anzusprechen.

Die Leute trauen sich nicht, etwas zu sagen, aber jeder sieht es. Und denkt: Was hat die denn machen lassen! Das ist ein trauriges Kapitel.



# „Jeder Fleck wird zum Störfaktor“

Roland Kaufmann, Präsident der Dermatologischen Gesellschaft, über Kanzlerinnenfalten, Botox und die Tyrannei des perfekten Körpers.

Eigentlich ist es doch großartig: Im 21. Jahrhundert sind wir endlich in der Lage, Alterungsprozesse zu mildern. Kommen wir dem Menschheitsstraum von der ewigen Jugend näher? Die Vorstellung, man könnte die Zeit zum Stillstand bringen, bleibt eine Illusion. „Einszweidrei im Sause-schritt, läuft die Zeit, wir laufen mit.“ Das ist von Wilhelm Busch, und das ist die Realität. Wir können nur die Zeichen der Alterung verlangsamen, indem wir die Haut vor schädlichen äußeren Einflüssen schützen wie Nikotin und UV-Licht. Und in den letzten Jahrzehnten wurden viele Techniken entwickelt wie Unterspritzungen, Laserbehandlungen oder operative Verfahren, mit denen sich viele sichtbare Veränderungen weitgehend beseitigen lassen. Den Lauf der Zeit halten wir damit nicht auf. Aber die Haut kann jünger, vitaler, besser aussehen. Das größere Angebot hat aber auch die entsprechende Nachfrage und gewachsene Ansprüche zur Folge.

Ist dagegen etwas einzuwenden?

In einer gutaussehenden Fassade sein Dasein zu fristen, finde ich einen nachvollziehbaren Anspruch. Der Mensch will sich in seiner Haut wohlfühlen, und je jünger, glatter, schöner diese ist, um so besser wird er sich darin vorkommen. Aber dieser Wunsch hängt auch mit sich

Prof. Dr. Roland Kaufmann, hier im Operationsaal, ist Direktor der Klinik für Dermatologie, Venerologie und Allergologie der Frankfurter Goethe-Universität.

wandelnden gesellschaftlichen Werten zusammen, und da muss man sich heute schon fragen, ob nicht eine Tyrannei des perfekten Körpers droht.

Wie meinen Sie das?

Das Leitmotiv dieser Gesellschaft ist das private Glück. Hauptsache, mir selbst geht es gut, und das schreie ich via Facebook in die Welt hinaus. Diese Ich-Bezogenheit hat narzisstische Züge. Wenn aber die Fassade, das äußere Antlitz, nur Mittel zum Zweck dieser Selbstdarstellung wird, ist das ein Irrweg. Alles soll perfekt sein, im Beruf, privat. Man ist ständig damit beschäftigt, perfekt zu wirken. Das wird dann aber nicht zu meinem Glück beitragen, es wird zur Belastung.

Aber es ist doch erstrebenswert, wenn Menschen Verantwortung für ihren Körper und damit für ihre Gesundheit übernehmen.

Das ist eine Gratwanderung zwischen dem legitimen Anspruch, gepflegt auszusehen, Krankheiten vorzubeugen und Alterserscheinungen fernzuhalten, indem wir gesund leben, Sport treiben, uns gut ernähren und vielleicht auch altersbedingte Veränderungen der Haut korrigieren – und dem kollektiven Realitätsverlust einer Wohlstandsgesellschaft mit einem Verlangen nach ewiger Jugend und dem Mythos des Anti-Aging.

Warum ist uns jugendliche Haut so wichtig?

Es geht um die Symbolik von Vitalität, Kraft und Frische. Das alles ist positiv besetzt. Im Vergleich zur Tierwelt ist aber gerade die menschliche Hülle von Langeweile geprägt. Keinerlei besonderen Merkmale: Denken Sie alleine an die vielen Farbpigmente in der Tierwelt, mit bunt schillernden Oberflächen bei Fischen, dem Fell des Tigers, der Streifung der Zebras, denken Sie auch an Anhangsgebilde wie Hörner, Panzer, Stacheln, Duftdrüsen. Der Mensch hat das alles nicht. Was uns noch ziert, sind ein rudimentäres Haar-kleid und die Nägel. Unsere Haut ist einfarbig. Und jedes Haar an der falschen Stelle, jeder Fleck wird zum Störfaktor. Unser Schönheitsideal ist Makellosigkeit. Das hat eine lange Geschichte, wie auch Darstellungen in der Kunst bezeugen. Unsere Aufgabe als Dermatologen ist es, diese makellose Langeweile zu erhalten und in einer ständig älter werdenden Gesellschaft über die Zeit zu retten.

Hat das aus ärztlicher Sicht eine Grenze?

Der Arzt darf nicht zum Erfüllungsgehilfen von überzogenen Wünschen oder gar Entstellungsängsten werden. Genauso wenig, wie er aus ökonomischen Motiven entscheiden soll. Wenn Gesunde sich Eingriffe wünschen, ist es die besondere Verantwortung des Arztes, den Patienten sachgerecht zu beraten, mit allen Vor- und Nachteilen. Aber es gibt in allen Berufen schwarze Schafe. Und die Versuchung ist natürlich da, jedes teure Gerät muss sich auch amortisieren. Es gibt da diesen Spruch: „If all you have is a hammer, then everything looks like a nail.“ Ich halte es da lieber mit einem Pionier der Lasertechnik: „If you don't need a laser, don't use it.“

Was, wenn schon Mittzwanziger sich Botulinumtoxin spritzen lassen, damit Falten gar nicht erst entstehen?

Das ist eine bedenkliche Entwicklung.  
  
Aber das ist der Trend: Botox als Prophylaxe. Kann ich mir, wenn ich rechtzeitig mit dem Spritzen anfangen, das Facelifit sparen?  
Es gibt dazu keine Untersuchungen. Aber es wäre vorstellbar, dass sich erst gar keine Zornesfalte ausprägt, wenn man durch frühes Spritzen die mimische Muskulatur immer wieder an der kritischen Stelle lähmt.

Was heißt das für die Mimik?

Die Indikation muss stimmen. Wer an seiner Zornesfalte leidet, weil er damit grimmig aussieht, kann hoffen, dass sich durch Unterspritzungen sein Antlitz aufhellt und er sich besser fühlt. Bei jungen Leuten weiß man aber gar nicht, wie sich das Gesicht entwickelt. Prophylaktisch eine

## EINE FRAU, VIELE MIENEN



Nicole Kidman, heute 47 Jahre alt, hat ihr Antlitz mit Hilfe von Botox immer wieder erneuert. Selbst auf Fotos aus einer kurzen Zeitspanne (von oben: 2005, 2006, 2008, 2009) hat die Schauspielerin viele Gesichter.



Zwischen Ostsee und Alpen die einzige Köchin mit zwei Sternen: Douce Steiner, hier vor ihrem Restaurant, dem „Hirschen“ in Sulzburg.



DIE

BR  
UN  
Z  
G  
E

MILDE

Der Moment der Metamorphose kommt wie aus heiterem Himmel. Plötzlich werden die lachenden Augen existenziell ernst, in Sekundenschnelle verlieren sie wie von Zauberhand all ihre Krähenfüßenfröhlichkeit. So konzentriert, als sei sie in Trance, errichtet Douce Steiner jetzt einen Katafalk aus Zander, Jakobsmuschel und einer hauchzarten Schwarzwurzelscheibe, so meditativ nappiert sie Edelfisch und Meeresfrucht mit Erbsencreme und Cidreschaum, als wäre die ganze Welt ringsum in Bedeutungslosigkeit versunken, als gäbe es nichts anderes mehr auf diesem Planeten als ihre Pfannen, Kasserollen und den Pass, an dem sie die Teller anrichtet, vollendet und freigibt, um sie ihren Gästen servieren zu lassen. Douce Steiner scheint so sehr bei sich, so sehr der Mittelpunkt ihres eigenen Universums zu sein, dass nicht der geringste Zweifel an dem besteht, was sie gerade tut, an dem, was sie am liebsten macht und am besten kann – sie kocht.

Und genauso plötzlich, sobald die erste Partie Teller die Küche verlassen hat, kehrt das Lachen in Douce Steiners rundes, weiches Gesicht zurück, als sei es nie fort gewesen. Denn dort ist es zu Hause. Ein Napoleon ist die Köchin höchstens von der Statur, nicht aber vom Temperament – keine Feldherrin am Herd, keine Diktatorin mit dem Kochlöffel als Zepter und Zuchtpeitsche, sondern ein freundlicher Mensch mit großem Herzen, der lieber lobt als straft, lieber lacht als schimpft, immer die Harmonie, nie den Streit sucht und als einziges Diktat in ihrer Küche die Herrschaft der Höflichkeit duldet. „Ich hasse Respektlosigkeit und schlechte Umgangsformen“, sagt Douce Steiner mit der Bestimmtheit eines Menschen, der hinter seiner Zartheit eine ungeheure Zähigkeit verbirgt. Und für einen winzigen Augenblick huscht ein gefährliches Grollen über ihr Gesicht, das die pechschwarzen Augenbrauen erbeben lässt. Es ist die Andeutung der Drohung, dass sie bei den wirklich wichtigen Dingen trotz aller Liebenswürdigkeit keinen Spaß versteht.

Douce Steiner ist mit dieser Lebensmaxime weit gekommen in einer Welt, in der Liebenswürdigkeit allzu oft als Charakterschwäche gilt. Ihre Kochkunst hat ihr Lobeshymnen in allen Feinschmecker-magazinen, zwei Sterne im Michelin-Führer und den inoffiziellen Titel der besten Köchin Deutschlands eingebracht, weil sie zwischen Ostsee und Alpen die einzige Frau mit dieser Bewertung ist. Auf diese Auszeichnung legt sie allerdings den geringsten Wert. Denn sie ist es leid, ständig auf die Frauenfrage reduziert zu werden, auch wenn der noch immer mannhaft und manchmal auch machistische

Douce Steiner weiß sich durchzusetzen. Aber in der Küche der besten deutschen Köchin herrscht die Höflichkeit.

Von Jakob Strobel y Serra  
Fotos Frank Röth



## DIE JUNGE MILDE

Kosmos der Haute Cuisine ein bisschen mehr weibliche Würze gut vertragen könnte. Eine Feministin mit Kochschürze will sie also partout nicht sein – und muss es trotzdem hinnehmen, dass man ihrem Durchsetzungswillen als kochender Frau den gebührenden Rang einräumt.

Schon mit acht Jahren wollte die Tochter der Meisterkoch-Legende Hans-Paul Steiner das Erbe ihres Vaters antreten und bewarb sich mit einem Brief voller heiligem Kinderernst beim Baseler Gourmetrestaurant „Stucki“ um einen Ausbildungsplatz, in dem die Familie Steiner traditionell ihr Ostermenü verspeiste. Sie wurde aus verständlichen Gründen abgelehnt – und aus unverständlichen auch später in allen Gourmerküchen, als sie die Schule beendet, nichts an ihrem Berufswunsch geändert und den Gedanken aufgegeben hatte, ihre Liebe zum Tanz als Lebensinhalt weiterzuverfolgen, weil Traumtänzereien einfach nicht zu ihr passen. Hans-Paul Steiner blieb nichts anderes übrig, als sich seiner Tochter selbst anzunehmen und sie auszubilden. Schließlich erbarmte sich der Drei-Sterne-Koch Georges Blanc aus der Bresse der Nachwuchsköchin und stellte sie als einzige Frau unter 45 kochenden Machos ein. Es war eine tränenreiche Zeit für Douce Steiner, die aber nur ihren Willen befeuerte, an ihrem Ziel festzuhalten.

Sie ging zu Harald Wohlfahrt nach Baiersbrunn, dem vielleicht besten Chef und gewiss großartigsten kulinarischen Didaktiker Deutschlands, der ganze Armeen von Meisterköchen geformt hat. Dort lernte sie ihren Mann Udo Weiler kennen, mit dem sie seither gemeinsam kocht, kehrte 2008 ins heimatliche Markgräflerland zurück, übernahm von ihrem Vater das Restaurant „Hirschen“ in Sulzburg und mit ihm die Bürde von zwei Michelin-Sternen. Den zweiten Stern verlor sie kurz darauf, vielleicht als Reflex des Feinschmecker-Herrenclubs, der einer Frau einen Platz im Olymp nicht zugestehen wollte. Douce Steiner allerdings ging unbeirrt ihren Weg. 2012 konnte der Michelin schließlich nicht länger die Augen vor ihrer Meisterschaft verschließen. Der zweite Stern kehrte nach Sulzburg zurück, und seine Sterntalerin kann sich sicher sein, dass er ihr nicht in den Schoß fiel, sondern hart erarbeitet wurde.

Auch ein Meisterkoch fällt nicht vom Himmel. Er ist immer ein Kind seiner Erde, und bei Douce Steiner scheint diese Regel noch kategorischer zu gelten als bei den meisten ihrer Kollegen. Wenn man durch das Markgräflerland im äußersten Südwesten Deutschlands fährt, begreift man sofort, dass Douce Steiners Sanftmut nur dieser Landschaft entsprungen sein kann. Die ganze Gegend ist genauso gelassen, ausgeglichen und unaufgeregt wie die Köchin. Selbst der schroffe Schwarzwald wird hier plötzlich milde und rollt in weichen Hügelwellen zur Rheinebene aus, nicht mehr finster grollend, nicht mehr gefangen in seiner

schwarzen Seele, sondern übermütig, beschwingt, leichtlebig fast. Und er macht den Menschen sogar noch Geschenke: Wie eine schützende Hand hält er die kalten Ostwinde ab, fängt die warme Luft aus der Burgundischen Pforte ein und sorgt dafür, dass es im Markgräflerland so sonnig und wohltemperiert ist wie kaum irgendwo sonst in Deutschland. Und sollte es den Menschen trotzdem einmal kalt werden, nicht ums Herz, weil das hier gar nicht geht, sondern um die Knochen, finden sie – ein weiteres Präsent des gutmütig gewordenen Schwarzwalds – in heißen Thermalquellen Linderung.

Die Legionen des Römischen Imperiums waren die ersten, die vor der Liebesswürdigkeit dieser Natur kapitulierten. Ihre Veteranen siedelten sich hier an, pflanzten Wein, errichteten Villen und bauten Badeanstalten, deren Ruinen bis heute zu sehen sind. Später kamen Kaiser und Könige ins Markgräflerland, schufen sich mit Badenweiler eine repräsentative Kurresidenz voller blütenweißer Grand Hotels in klassizistischem Sonntagsstaat und zogen auch Menschen an, denen die Gabe des Herrschens über Wörter statt Untertanen gegeben war – Anton Tschechow zum Beispiel, der in Badenweiler die letzte Schlacht seines hoffnungslosen Kampfes gegen die Tuberkulose schlug, am 15. Juli 1904 ein allerletztes Glas Champagner trank und dann mit den deutschen Worten „Ich sterbe“ auf den Lippen für immer die Augen schloss. Wenigstens dürfte ihm der finale Blick, den er von der Erde mitnahm, gefallen haben.



Eine modernisierte Version der Hochküche: Burgunder Weißkäse auf Kresse

Eine Diktatorin mit dem Kochlöffel ist sie nicht: Douce Steiner hat die Hände frei, um in der Küche und am Pass zum Restaurant anzupacken.

Tschechow sah das, was auch Douce Steiner sieht, wenn sie durch ihre Heimat fährt: adrette Dörfer mit Villen im klassisch französischen Stil ohne jede Spur von Verwahrlosung, aber auch ohne einen Hauch speißbürgerlicher Engstirnigkeit; und dazu eine Natur, an die der Mensch so lange verfeinernd Hand anlegte, bis er ihr jede Derbheit ausgetrieben und sie so sanftmütig gemacht hatte, dass auch sie Douce heißen könnte. Sie ist im besten Sinne des Wortes kultiviert – mit Abertausenden Obstbäumen und Hunderten Weinbergen, deren Rebenreihen in vollendeter Geometrie die Hügel hinaufwachsen und hinunterfließen, als wäre die Landschaft gekämmt und gescheitelt. Als Diademe inmitten der Weinstöcke geben überall zwergenhafte Kapellen, sandsteinerner Wegkreuze und prachtvolle Freiluft Herrgottswinkel mit der Muttergottes ihren himmlischen Segen zum sündigen Tun. Denn es fällt schwer, gottgefälliges Maß zu halten angesichts der Versuchung, in die der Markgräfler Wein jeden Zecher führt. Er wird längst nicht mehr nur aus dem etwas einfältigen Gutedel gekeltert, sondern inzwischen auch aus einem ganzen Bouquet von Burgundertrauben, die sich hier gerne vom warmen Wind aus der Burgundischen Pforte umschmeicheln lassen.

Das Markgräflerland sei wie gemacht für Weiß- und Spätburgunder, sagt Ulrich Bernhart, der es wissen muss, denn sein Privatweingut Schlumberger-Bernhart gehört zu den ersten Adressen im Süden Badens und ist aus gutem Grund Mitglied im Verband der Deutschen Prädikatsweingüter. Die vielen Süd- und Westlagen, die fruchtbaren Löss- und Kalkmergelböden, die Wärme und die Sonne seien das Glück jedes Winzers, und das seit 2000 Jahren, schwärmt der Weinbauer, der vor 20 Jahren aus der Pfalz in den Südwestzipfel Deutschlands kam, um in die Dynastie Schlumberger einzuziehen – und sich verwundert die Augen rieb: „Die Pfalz war damals eine kulinarische Diaspora, da war man schon um einen anständigen Saumagen froh. Das Markgräflerland kam mir dagegen wie ein Schlaraffenland vor, in dem man an jeder Ecke wie ein König essen konnte und am besten natürlich im Sulzburger Hirschen.“

Auf den ersten Blick sieht man Sulzburg seine Liebe zur Feinschmeckerei nicht an – ein hübsches kleines, etwas schläfriges Dorf mit altherwürdigen Giebelhäusern und einem buckligen Tor wie aus einem Brüder-Grimm-Märchen, das sich an die Flanken des Schwarzwaldes schmiegt, als suche es dort Geborgenheit. Doch schon der zweite Blick ist verräterisch. In der Dorfbäckerei sind die Wände mit Urkunden und Zertifikaten tapaziert, die dem Bäcker höchste Handwerkskunst bescheinigen. Alles werde bei ihnen noch selbst gemacht, sagt die Bäckerin stolz, Backmischungen oder Teiglinge kämen ihr nicht ins Haus, auch wenn sie deswegen jede Nacht um zwei Uhr aufstehen müsse, das sei doch Ehrensache. Der Dorfmetzger schräg gegenüber, den ein Schild an der Tür als eine der besten Fleischerereien Deutschlands ausweist, will da nicht zurückstehen. Sämtliche Würste und Schinken stammen aus eigener Fertigung, die Salami sowieso. Die bestelle auch die Douce Steiner gerne bei ihr, sagt die Metzgermeisterin hinter der Theke, ach die Douce, ein ganz normales Mädchen sei sie geblieben, immer freundlich, immer liebenswert und so bescheiden, obwohl sie dem Dorf doch so viel Ruhm und Ehre bringe. „Wenn ich heute irgendwo unterwegs bin und sage, dass ich in Sulzburg lebe, bekommen die Leute gleich glänzende Augen und meinen nur: Da kocht doch die Douce Steiner.“

Douce Steiner kocht zwei Türen weiter in einem 500 Jahre alten Haus, das sich mit bürgerlicher Bescheidenheit in seine Gebäudezeile einreicht und alles andere als eine prunksüchtige Kathedrale der Haute Cuisine ist. Drinnen knarzen die Böden und biegen sich die Balken unter der Last der Jahrhunderte, während die Ölgemälde, Radierungen und Stiche an den Wänden keinen Zweifel an der Bestimmung des Hauses lassen. Sie zeigen – so sparsam wie sorgsam ergänzt von moderner Kunst – Küchen, Backstuben und Speisesäle, Jäger, Fischer und Bauern, Prasser, Zecher und Schlemmermäuler, denen das schöne Motto mitgegeben wird, dass dem Glücklichen keine Stunde schlage. Das Herzstück des „Hirschen“ ist selbstredend das Restaurant, das unpräzise eingerichtet ist: rustikal, aber nicht folkloristisch, traditionsbewusst, aber nicht altbacken,



WWW.FACTORDESIGN.COM

Man könnte dieses Sofa auch „Meilenstein“ nennen. Wenn das nicht so ungemütlich klingen würde.

CONSETA. NEU SEIT 1964

Unsere Conseta feiert Geburtstag. Erfahren Sie mehr und feiern Sie mit unter [www.cor.de/conseta1964](http://www.cor.de/conseta1964)  
COR Sitzmöbel, Nonenstraße 12, 33378 Rheda-Wiedenbrück

50  
CONSETA



## DIE JUNGE MILDE

gemütlich, aber – und das ist hohe Kunst – nicht gediegen. Hier fühlt man sich, als säße man in einer guten Stube, nicht in einem der besten deutschen Restaurants. Und genauso soll es nach ihrem Willen auch sein.

Am liebsten bezeichnet sie ihr Restaurant als „Gasthaus“, in dem man sich wie im Schoß einer Familie fühlen soll – was nicht sonderlich schwer fällt, denn die Steiners sind ein Familienunternehmen wie aus dem Bilderbuch. Douce ist die Chefin, hält die Zügel fest in der Hand, arbeitet 16 Stunden am Tag, bleibt mit Joggen und Schwimmen fit, muss allerdings auf das Tanzen, die Lieblingsbeschäftigung ihrer Jugend, angesichts dieser Dauerbelastung verzichten. Ihr Mann bevorzugt den Hintergrund, ist als Koch aber genauso wichtig wie sie, denn er übernimmt die Rolle des schärfsten Kritikers und besten Ratgebers seiner Frau. Der Vater, der Zeit seines Lebens klassisch französisch gekocht hat und seinem majestätischen Fernand-Point-Gedächtnisbauch samt der gravitätischen Gestik in bester Paul-Bocuse-Manier wie die Ideal-Inkarnation eines französischen Groß- und Meisterkochs wirkt, macht bei den Gästen die Honneurs, ohne aber seiner Tochter die Schau zu stehlen. Die französische Mutter, auch sie zierlich wie eine Elfe, doch mit burschikosem Kurzhaarschnitt und extravaganter Designerbrille ausgestattet, dirigiert den Service, resolut, schnörkellos und selbst nach Jahrzehnten in Deutschland noch auf charmanteste Weise mit dem Genus der deutschen Artikel ringend. Dann gibt es noch einen Onkel als Faktotum und gute Seele, diverse Kellner, die seit Urzeiten im „Hirschen“ sind und längst zur Familie gehören, und natürlich die Tochter, die so selbstverständlich im Sternrestaurant aufwächst wie einst ihre Mutter – ihre Hausaufgaben erledigt sie am liebsten im Gastraum zwischen Mittags- und Abendservice.

„Ich hatte das Glück, niemals schlechte Sachen essen zu müssen, und meiner Tochter geht es genauso. Dabei verbiete ich ihr nichts, sie soll ruhig alles ausprobieren. Einmal ist sie sogar bei McDonald's gewesen und fand es fürchterlich“, sagt Douce Steiner, ohne ihre diebische Freude über dieses Desaster zu verbergen. Überhaupt sei sie der Meinung, dass man jedes Kind nicht nur zum guten Geschmack erziehen könne, sondern sogar müsse, und dass die Schulen kulinarischen Unterricht erteilen sollten, wenn es in den Elternhäusern schon nicht funktioniere. Sie sagt das mit kategorischer Überzeugung. Doch eine kulinarische Kreuzzüglerin ist sie im Gegensatz zu mancher missionarischen Fernsehköchin deswegen noch lange nicht. Dazu dreht sich ihr ganzes Sein viel zu sehr um ihr Restaurant und ihre Familie, ihr Haus und ihren Herd. Und so entschuldigt sie sich auch umgehend, sie müsse jetzt in die Küche, um zwölf Uhr kämen die ersten Gäste, da habe sie am Pass zu stehen, das sei ihr Platz im Leben.

Der Pass befindet sich an der Stirnseite eines monumentalen Molten-Herdes, der vor 30 Jahren das Maß aller Dinge war und seinerzeit mit einer hundertjährigen Garantie ausgeliefert wurde. Heute ist er eher eine Sentimentalität, „eine sehr putzintensive“, wie Douce Steiner mit leichtem Bekümmern sagt. „Allein das Schmirgelpapier zum Reinigen der Herdplatten kostet mich 2000 Euro im Jahr.“ Noch aber ist der monströse Molten das Herz ihrer Küche, in der sechs Köche und zwei Lehrlinge unter dem unaufgeregten kollegialen Kommando der Chefin und ihres Mannes stehen – wenn der Gatte nicht gerade kurz verschwindet, um auf der Wiese hinter dem Haus Hasenklee und Minze fürs Amuse-Gueule zu pflücken, so viel Zeit muss bei allem Stress sein. Es ist eine Küche, die trotz Pacojet, Thermomix und Convector noch wie eine richtige Küche und nicht wie das Laboratorium eines kochenden Alchimisten aussieht – und somit das getreue Abbild des kulinarischen Selbstverständnisses von Douce Steiner ist.

„Die Haute Cuisine ist die Basis von allem“, sagt die Köchin, die den kanonischen Klassizismus der französischen Kochkunst in die Muttermilch gegossen bekam. Zu einer glühenden Traditionalistin ist sie darüber nicht geworden, allerdings auch nicht zu einer bilderstürmenden Avantgardistin. Dazu ist sie zu sehr die Tochter ihres Vaters. Ihr Credo ist vielmehr eine modernisierte Version der Hochküche, die sich aller überflüssigen Dekoration entledigt und stattdessen auf die Intensivierung der Aro-



Ohne überflüssige Dekoration: Melonensüppchen mit Joghurt und Minze

Eher Gasthaus als Restaurant: Den „Hirschen“, den sie von ihrem Vater übernommen hat, will Douce Steiner familiär führen.

men konzentriert. Leichter und einfacher, dichter, schlichter und gradliniger als das schwerfällige Original soll sie sein, fast ganz auf Sahne und Butter als Geschmacksträger verzichten und lieber Reduktionen, Jus und Fonds nutzen. Gemüse wird bei ihr kaum noch blanchiert, sondern meist geschmort – für manchen Gralshüter ein Hochverrat an Frankreichs Küchenevangelium. Und ein Rehulasch schmurgelt in ihrer Küche vier Stunden lang bei 80 Grad vor sich hin, aromatisiert allein mit Mirepoix, Tomatenmark, Rotwein, Wacholder, Lorbeer, Thymian und Rosmarin. Immer wieder wird es eingekocht und immer wieder mit Wein aufgefüllt, dann passiert, noch einmal mit Schalotten und Gewürzen angesetzt und schließlich zur Glace reduziert – bis eine Flüssigkeit von solcher Intensität entstanden ist, dass sogar die Götter ihren Nektar für ein Löffelchen Sauce vom Steinerschen Rehulasch eintauschen würden.

Douce Steiner hat Recht: Feminismus hat in der Feinschmeckerei nichts verloren, Frauenfragen sind in der Kulinarik unerheblich. Das begreift man spätestens dann, wenn sie ihr großes Menü kocht und es jedem Menschen von Verstand gleichgültig ist, ob es von weiblichen oder männlichen Händen und Köpfen zubereitet wurde. Man will es einfach nur essen. Sie serviert gerollte Gänsestopfleber mit einem Spieß von Sot l'y Laisse, dem phantastisch intensiven Filet des Huhns, das in zwei Mulden auf der Unterseite des Korpus sitzt und von den meisten Menschen aus Unkenntnis weggeworfen wird – und scheint mit diesem schweren Aromageschütz einen Frontalangriff auf den Gaumen zu planen, der sich aber als raffinierte Schmeichelei entpuppt. Denn die Stopfleber und das Filet nehmen sich als Aromen-Alliierte gegenseitig die Wucht, während ein Coulis aus Granatapfel und eine eingelegte Feige dem Gericht eine frühlinghaft fruchtige Frische geben. Und so schließt das alles im Mund den schönsten Frieden. In solchen Momenten begreift man, dass Douce Steiners Harmoniebedürfnis im Leben auf dem Teller seine Fortsetzung findet: Auch hier sollen sich die Geschmäcker nicht bekämpfen, sondern im besten Einvernehmen miteinander existieren.

Sie kann aber auch die ganz große Oper, Hector Berlioz mit 200-Mann-Orchester, etwa bei ihrem Steinbutt. So kraftvoll schmeckt dieser Bursche, als sei er ein direkter Abgesandter Poseidons, als wolle er auf dem Teller die Wellen schäumen und das Wasser brodeln lassen, das bei Douce Steiner indes kein Ozean, sondern ein Fond aus Petersilienwurzeln ist, mit einem Geschmack wie ein tiefes Grollen mitten aus Mittelmeer. Und als Krönung verströmen weiße Albatruffel ihren Duft wie eine schleiertanzende Diva ihr Charisma, eingefangen von einem Wachtelei, das ganz benommen ist von diesem Aromen-Bombardement. Wenn man dann an die zierliche Person in der Küche denkt, die sich dieses Gericht ausgedacht hat, mag man es kaum glauben. Eher stellt man sich einen Koloss von Kerl vor – also gut, kein Wort mehr zu Männern und Frauen, Machismus und Feminismus am Herd.

Douce Steiner zaubert solche Gerichte pausenlos aus dem Zylinder, als würde sie in ihrem Hut einen ganzen Kaninchenstall verbergen. Ihr helfe dabei, dass sie ihre Gerichte im Kopf komponiere, da müsse sie nicht so viel ausprobieren, sagt sie en passant, als gebe es nichts Selbstverständlicheres auf der Welt. Sie könne sich die Aromen und Geschmäcker ihrer Zutaten sinnlich vergegenwärtigen und nach Belieben neu zusammenstellen. Das Kochen sei dann fast die geringste Aufgabe. Doch trotz dieser Fähigkeit bleibt Douce Steiner bescheiden. Es sei nicht ihr Traum, ein unsterbliches Gericht zu kreieren, einen Teller, der alle Zeiten überdauern und ihr zu ewigem Ruhm gereichen werde. „Es hat alles schon einmal gegeben“, meint sie lapidar, „wir können nur noch variieren.“

Hat sie also gar keine Träume? „Doch. Ein Haus mit Sauna und Swimming-Pool. Ich schwimme nämlich für mein Leben gern. Und das Haus haben wir schon gekauft.“ Sie sagt das mit einem Strahlen, das ihre Augen noch lauter lachen lässt als sonst. Zur Traumtänzerin hat diese Frau wirklich kein Talent. Ein Glück, dass sie Köchin geworden ist.

Hotel Restaurant Hirschen, Hauptstraße 69, 79295 Sulzberg, www.douce-steiner.de. Menüs ab 118 Euro. Montag und Dienstag geschlossen.

FOTO MICHAEL WISSING



www.stmoritz.ch

ENGADIN  
St. Moritz

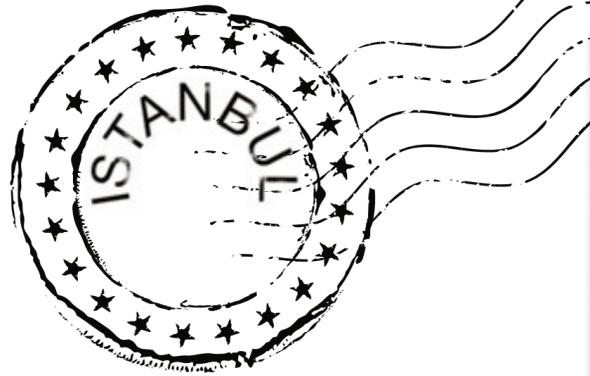
Feilschen, bitte! Es heißt nicht umsonst Basar. Die traditionsreichen Gold-, Juwelen-, Leder- oder Kaschmirhändler haben ihre Läden im Großen Basar. Man muss also mitten ins Herz des Labyrinths vorstoßen, um die beste Qualität zu finden.



Sonnenuntergang über dem Goldenen Horn: Den schönsten Ausblick hat man von einer Dachterrasse, zum Beispiel im Restaurant des Hotels Nomade. Von dort oben blickt man auf die Blaue Moschee, die Hauptmoschee in Istanbul, denn die Hagia Sofia ist nur ein Museum.



# Grüße aus



Wer auf der Suche nach jungen türkischen Designern wie Arzu Kaprol ist, muss ins Galata-Viertel. In den verwinkelten Straßen rund um den Galata-Turm sind außerdem viele Galerien und Bars. Alle paar Wochen macht hier ein neuer Laden auf.

Schauen wir ausnahmsweise nicht auf die türkische Politik, sondern auf die schönen Seiten dieser Metropole.

*Von Maria Wiesner*



Istanbul in den Fünfzigern: Das hat niemand schöner festgehalten als Fotograf Ara Güler. Im „Kafe Ara“ hängen seine besten Schwarz-Weiß-Fotos, dazu läuft Dave Bruback. Die Kellner servieren Salat, Köfte und türkischen Kaffee. Entspanntes Bohème-Flair direkt neben der großen Einkaufsstraße Istiklal Cad.

Der Sultan verließ den Topkapi-Palast fast nie. Das Gelände ist groß genug, um den ganzen Tag hier zu verbringen. Wer die Schlange vorm „Barte des Propheten“ scheut, geht in den Harem. Bis zu 300 Konkubinen lebten hier zwischen blaugemusterten Kacheln, Goldtüren und Schränken mit Perlmutter-Intarsien.



So etwas konnten nur die Römer: Mehr als 300 Säulen tragen die Cisterna Basilica. Im Wasser schwimmen Karpfen, die Beleuchtung ist schummrig. Noch gruseliger wird es, wenn man weiß, dass hier einst Leichen entsorgt wurden.

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**



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

facebook.com/tourismmalaysiafrankfurt  
facebook.com/friendofmalaysia

MyTV  
mytourismtv.com

Truly Asia TV  
trulyasia.tv

visit MALAYSIA 2014  
Truly Asia  
www.tourismmalaysia.de



IBAN TRIBESMAN, SARAWAK



Ist das hier das Voralpenland? Mit riesigen Wachspalmen und grünen Kaffeesträuchern gibt sich dann doch das kolumbianische Hochland zu erkennen.



Hauptstraße des Kaffeedreiecks: Halb Salento lebt von der Bohne, einem der wichtigsten Exportgüter Kolumbiens.

# KAFFEEFAHRT NACH KOLUMBIEN

Fredy Andrés Restrepo hat eine Narbe links neben dem Auge, seit er zwei Gauner, die leider mit Messern bewaffnet waren, mit seinen Fäusten in die Flucht schlug. Nun hält Fredy Andrés – Typ hängengebliebener Rucksackreisender – hier im Hochland von Kolumbien eine zarte Kaffeebohne in seiner kräftigen Hand. Er verwaltet die Kaffeefarm Don Eduardo in Salento, Departamento Quindío, und kann erklären, wie es die rote Frucht der Kaffeepflanze *Coffea Arabica* in den Latte Macchiato in Deutschland schafft, das Land, in dem Kaffee das Lieblingsgetränk ist, noch vor Bier und Wasser.

Kolumbien ist der viertgrößte Kaffeeproduzent der Welt, nach Brasilien, Vietnam und Indonesien. Öl, Kohle und Edelmetalle wie Gold sind zwar wirtschaftlich wichtiger. Doch noch immer leben 560.000 Familien vom Kaffeeanbau. Kein Erzeugnis hat die nationale Identität so sehr geprägt, Kokain vielleicht ausgenommen.

Salento liegt auf 1900 Metern Höhe im Kaffeedreieck der Departamentos Risaralda, Caldas und Quindío. Maultiere, die mit Kaffeesäcken beladen sind, trotten durch die Straßen, vorbei an Kolonialhäusern, die rot, gelb und blau gestrichen sind. An ihrer Seite laufen die Bauern, gehüllt in ihre Ruanas, eine Art Poncho. Vom Marktplatz aus fahren ausgemusterte Jeeps der amerikanischen Armee (die Einheimischen nennen sie Willys) Touristen Richtung Cocora-Tal. Dort wandern sie durch eine Landschaft, die an das Schweizer Alpenvorland erinnern würde, stünden da nicht die riesigen Wachspalmen. Im Jahr 2011 ernannte die Unesco die gesamte „Kaffeekulturlandschaft“ mit ihren Tausenden Plantagen zum Weltkulturerbe.

Ausländer zieht es meist an die Karibikküste, nach Medellín oder in den Amazonas. Die Kolumbianer aber lieben ihr Kaffeedreieck. In der Hochsaison platzt Salento aus allen Nähten. Der Tourismusbeauftragte der kleinen Stadt, Hector Ballesteros, empfiehlt, außerhalb der Ferienzeiten zu kommen, wenn der Ort gelassen und ruhig ist.

Ganz oben in den Anden wird die beste Kaffeebohne angebaut. Und Fredy Andrés erzählt, wie das geht.

Von Thomas Wagner

Die Kolumbianer finden, dass ihre Arabica-Variationen, bekannt für den feinen und weichen Geschmack, den besten Kaffee der Welt ergeben. Fredy Andrés sagt das natürlich auch. Wieder einmal führt er Gäste aus Deutschland und der Schweiz durch die Pflanzung. Ihm folgt müden Schrittes der Wachhund Ipod – auch im südamerikanischen Bergland hat der Apple-Konzern seine Fans.

„Der Kaffeeanbau ist ein mühsames Geschäft“, gesteht Fredy Andrés. Er zeigt auf die winzigen Setzlinge, die reihenweise aus dem Frühbeet lugen. Vier Jahre nehmen sich die jungen Kaffeebäume Zeit, bis sie erste Erträge liefern. Gehen in der Zeit die Weltmarktpreise runter, hat der Bauer Pech gehabt. 2010 und 2011 regnete es fast ununterbrochen in Kolumbien. Große Teile der Ernte verdarben. Gleichzeitig stieg der Wert des Peso im Vergleich zum



Fredy Andrés prüft die getrockneten Kaffeebohnen.

Dollar. Der Dachverband der Kaffeeproduzenten, die Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (Fedecafe), größter Kaffeekäufer und Exporteur des Landes, legt seinen Preis anhand des Wechselkurses und des Arabica-Referenzkurses an der New Yorker Börse fest.

Das bedeutete für die Bauern: Pro Sack Kaffeebohnen (60 Kilogramm) investieren sie im Durchschnitt 700.000 kolumbianische Pesos (rund 250 Euro). In den Fedecafe-Ankaufsstellen bekamen sie aber nur etwas mehr als 500.000 Pesos pro Sack – ein Minusgeschäft. Seit 2012 zahlte die Regierung den Produzenten die Differenz zwischen Herstellungs- und Weltmarktpreis. Dennoch gingen im vergangenen Jahr Tausende Bauern auf die Straße. Mehrere Demonstranten kamen ums Leben. Nach jahrelanger Flaute schöpft die kolumbianische Kaffeindustrie nun endlich wieder Hoffnung. Im Februar stiegen die Weltmarktpreise über die Marke von 700.000 Pesos, so dass die Regierung ihre Subvention aussetzte.

Die Finca Don Eduardo überstand die Krise. Rund drei Tonnen Kaffee produziert sie pro Jahr, eine Kleinigkeit. Hauptgeschäft sei der Tourismus, sagt der Besitzer Tim Harbour. Der Engländer betreibt seit zehn Jahren ein Hostel in Salento. 2008 kaufte er die nur wenige hundert Meter entfernt liegende Farm dazu. Harbour und Fredy Andrés geben seither täglich Touren auf Englisch und Spanisch. Vergangenes Jahr gewann Don Eduardo dafür einen Preis für nachhaltigen Tourismus.

Die Farm ist ganz auf Bio eingestellt. Fredy Andrés streicht die langen Blätter einer Kochbananenpflanze, die über die Kaffeesträucher ragt. „Wir pflanzen immer vier Kaffeepflanzen, zwischen ihnen jeweils zwei Meter Abstand, und dann links und rechts eine Kochbanane“, sagt er. „Die geben dem Kaffee Schatten, und bei Regen halten sie die Erosion auf.“ Das Unkraut am Boden sind Brennessel- und Pfefferpflanzen, die Schädlinge fernhalten sollen – der Wildwuchs folgt einem präzisen Plan. Fast ein Jahr benötigen die fingernagelgroßen grünen Kaffe-



Hinter Bananenpflanzen: Die Farm Don Eduardo ist gut versteckt.

kirschen, bis sie eine tiefrote Färbung annehmen. Dann sind sie reif und können geerntet werden. Wie fast überall in Kolumbien liegt auch Harbours Kaffeepflanzung am Hang. Maschinen können deswegen nicht eingesetzt werden. Stattdessen pflücken die Helfer per Hand. Das ist zwar teurer, erklärt aber auch die Qualität des kolumbianischen Kaffees. „Weil tatsächlich nur die reifen Kirschen in den Korb kommen“, sagt Fredy Andrés.

Vor der Ernte fahren die Finca-Besitzer auf die Bauernmärkte und heuern dort für zwei Monate die Tagelöhner an, die keine eigenen Parzellen haben, erklärt Fredy. Rund 140.000 kolumbianische Pesos erhielten sie pro Woche, je nachdem, wie viel sie pflücken. Davon würden 60.000 Pesos für die Verpflegung abgezogen. Blieben umgerechnet 40 Dollar die Woche. „Nach der Ernte landen viele von ihnen wieder auf der Straße und sammeln Müll ein“, sagt Fredy Andrés.

Der nächste Schritt in der Kaffeeverarbeitung: Fredy Andrés muss das Fruchtfleisch und drei weitere Hautschichten in mehreren Waschgängen entfernen, bevor die begehrten Bohnen zum Vorschein kommen. Mehr als 100 Liter Wasser werden für ein Kilogramm Kaffee verbraucht. Er wirft die gereinigten Kirschen von oben in eine alter-

tümliche Maschine, den Fruchtfleischentferner. Auch die Gäste dürfen an der Kurbel drehen, die an eine Art Nagelbrett gekoppelt ist. Das Fruchtfleisch bleibt an dem Brett kleben. Am unteren Ende fallen die glitschigen weißen Bohnen durch ein Metallnetz. „Die Bohnen mit guter Qualität fallen ins Wasser, die schlechten bleiben hängen.“ Die guten Bohnen schüttet Fredy Andrés in einen etwa einen Kubikmeter großen Wassertank. „Hier fermentieren sie 24 Stunden und verlieren eine weitere Hautschicht.“

Der Finca-Verwalter führt die Besucher zu einem Gewächshaus. „Die Bohnen trocknen neun Tage in der Sonne“, sagt er. „Je weißer die Bohne, desto besser die Qualität.“ Weiter geht es zur Schauküche. Dort wirft der 36 Jahre alte Plantagenverwalter einige bereits getrocknete Bohnen in eine kleine Dreschmaschine, damit die dritte Hautschicht abgeht. An diesem Punkt verkaufen die meisten Farmer ihre noch ungerösteten Bohnen an Großabnehmer wie Fedecafe. Deutschland ist drittgrößtes Exportland für kolumbianischen Kaffee nach den Vereinigten Staaten und Japan. Sechs Wochen sind die Bohnen auf Containerschiffen bis zu den Großröstereien in Bremen und Hamburg unterwegs. Die deutschen Kaffeeriesen setzen Maschinen ein, die Hunderte Kilogramm Bohnen gleichzeitig rösten können.

Die Bio-Bohnen der Finca werden erwärmt wie zu Großvaters Zeiten: in einem Aluminiumtopf auf dem Herd. Das Rösten ist entscheidend, denn dabei entfallen die Bohnen ihre Geruchs- und Geschmacksstoffe. „Wenn ich den Kaffee 13 Minuten röste, dann bleibt er milde. Bei 20 Minuten fällt er stärker aus“, erklärt Fredy Andrés. Beim Rösten verlieren die Bohnen ihre letzte Hautschicht. Der grünliche Farbton verwandelt sich in ein Kastanienbraun, so wie man es in Deutschland kennt.

Fredy Andrés mahlt die Bohnen in einer Handmühle, stopft einen Papierfilter in einen Topf und übergießt den Kaffee mit heißem Wasser. Es duftet nach Freiheit und Koffein. Endlich dürfen die Gäste – Höhepunkt der Tour –

den handgefertigten Bio-Kaffee probieren. Die Vorfreude wird allerdings bitter enttäuscht, im wahrsten Sinne. „Wir produzieren hier vier Arabica-Varietäten. Das ist die kräftige Variante“, entschuldigt sich Fredy Andrés für den bitteren Geschmack.

Die Enttäuschung verfliegt rasch. Die Teilnehmer setzen sich auf die Terrasse des Gästehauses, mit Blick auf das weite grüne Tal. Die Sonne geht unter – es gibt sogar so etwas wie Abendstille in Salento.

## INFOS

Saison: Am besten außerhalb der kolumbianischen Ferienzeiten wie Ostern, Weihnachten und Juli/August reisen. Von Dezember bis März und im Juli und August regnet es weniger als in den übrigen Monaten. Die Temperaturen schwanken kaum.

Anreise: Mit Lufthansa von Frankfurt nach Bogotá (rund 1000 Euro). Von Bogotá nach Armenia mit Avianca (Flugdauer rund eine Stunde, Kosten: umgerechnet rund 100 Euro). Vom Busbahnhof in Armenia fahren Kleinbusse der Unternehmen Expreso Alcalá oder Cootracir nach Salento (rund 30 Minuten, Fahrpreis umgerechnet ein Euro).

Visa: Mit der Einreise beantragt man ein einfaches Touristenvisum, das normalerweise drei Monate gültig ist.

Vorsichtsmaßnahmen: Die Kaffezone ist kaum von bewaffneten Konflikten betroffen. Auch die Alltagskriminalität hält sich in Grenzen. Aber: nur das notwendige Bargeld für den Tagesausflug einstecken, mit Passkopie statt dem Original außer Haus gehen, keine teuren Uhren oder Telefone zur Schau stellen. Vor Reisebeginn die Hinweise auf der Seite des Auswärtigen Amtes prüfen: <http://www.auswaeriges-amt.de/DE/Laenderinformationen/00-SIHI/KolumbienSicherheit.html>

Hotels in Salento: The Plantation House: [www.theplantationhousesalento.com](http://www.theplantationhousesalento.com), DZ ab umgerechnet 19 Euro pro Nacht; Casa Hotel Alto del Coronel: [www.casahotelaltodelcoronel.com](http://www.casahotelaltodelcoronel.com), Suite: umgerechnet 54 Euro pro Nacht.

# IN FRANKFURT IST AM MEISTEN LOS“

*Sie haben in 30 Jahren alle 193 UN-Staaten bereist. Ihre Heimat ist aber das beschaulich-bürgerliche Frankfurter Nordend. Was gibt es denn hier, dass kein anderer Ort der Welt die „Ländersammlerin“ halten konnte?*

Ich bin in Frankfurt aufgewachsen und liebe dieses Viertel, meine Wohnung, die Stadt. Frankfurt hat ja enorm viel zu bieten: Ich gehe viel ins Theater, in Cafés, treffe Menschen. Hier gibt es Leute aus aller Welt, mit denen ich in vielen Sprachen sprechen kann. Auckland hat fast doppelt so viele Einwohner, doch manchmal wurde nur ein einziges Theaterstück am Tag gespielt. Hier habe ich die Wahl zwischen 20. Nirgends ist es so bunt wie in Frankfurt. Deshalb bin ich auch noch nicht woanders geblieben.

*Man könnte aber auf die Idee kommen, dass Sie auf Ihren vielen Reisen etwas suchen.*

Am ehesten wohl mich selbst und meine Grenzen. Ich mag es, mich auszutesten. Neue Orte haben ja einen großen

Reiz. Und wenn ich dabei zufällig einen sympathischen Mann finden würde, wäre das auch nicht schlecht. Ich suche aber definitiv die Natur, mit ihr bin ich verbunden.

*Technik dagegen mögen Sie nicht so. Sie haben nicht einmal ein Handy, obwohl Sie auf der ganzen Welt vernetzt sind.*

Ich mag es nicht, das Handy ständig dabei haben, aufladen und überall erreichbar sein zu müssen. Viele Leute sind ja richtig abhängig von den Dingen und benutzen sie sogar im Auto und auf dem Fahrrad. Ich fühle mich ohne viel freier. Außerdem finde ich es unhöflich, wenn man mehr mit dem Telefon beschäftigt ist als mit seinem Gegenüber. Im Internet bin ich aber sehr aktiv.

*Wann haben Sie sich vorgenommen, diese lange Liste von Ländern abzuarbeiten?*

Das hat sich so ergeben. Als Jugendliche war ich viel unterwegs, vor allem in Europa. So fand ich viele internationale Freunde, und die habe ich dann besucht. Reisen hat mir schon immer viel Spaß gemacht. Es war aber nicht mein Jugendtraum, die ganze Welt zu sehen. Mein größter Wunsch war eher ein Pferd.

*Und wie kamen Sie darauf, alle UN-Staaten zu bereisen?*

Vor zwölf Jahren habe ich mein Leben vollkommen umgekrempelt. Ich wurde gemobbt, nahm deswegen allen Mut zusammen und kündigte meine Stelle als Teamleiterin. Von da an hatte ich viel Zeit zum Reisen am Stück. Damals hatte ich schon etwa 90 Länder gesehen. Eine Bekannte sagte zu mir: „Du kannst nicht jedes Dorf auf der Welt bereisen.“ Da habe ich mir gedacht: vielleicht nicht jedes Dorf, aber jedes Land bestimmt.

*Viele würden gerne den Job aufgeben und reisen. Wie finanziert man so ein bewegtes Leben?*

Ich hatte viel gespart und auch etwas geerbt. Aber ich reise ja auch nie luxuriös, immer nur Holzklasse. Vielleicht liegt es daran, dass ich inzwischen schon beim Gedanken an Langstreckenflüge schaudere.

*Was ist das Beste am Reisen?*

Man vergisst alles andere. Die Sorgen werden in der Ferne null und nichtig. Als ich Probleme in der Firma hatte, habe ich mir jeden Tag Gedanken gemacht. Das Reisen relativiert das. Man selbst ist ja unwichtig angesichts der Natur. Und man lernt ständig Menschen kennen, die einem ohne Vorurteile begegnen. Es geht auf Reisen nur ums Hier und Jetzt. Toll finde ich außerdem, wenn ich eine Weile mit Einheimischen leben kann.

*Normalreisende kennen Länder wie Tadschikistan, Dschibuti oder Mikronesien ja höchstens dem Namen nach. Wie bereitet man sich auf solche Ecken der Welt vor?*

Ich bereite mich nie zu sehr vor. Wenn ich drei Monate vorher anfangen zu lesen, habe ich schnell alles wieder vergessen. Es macht auch mehr Spaß, sich unterwegs zu bilden. Vor der Reise lege ich mir immer eine grobe Route zurecht, die halte ich ein, mal mehr, mal weniger. Einen guten Reiseführer habe ich aber auf jeden Fall dabei.

*Sie reisen alleine. Warum?*

Wenn man mit einem Partner reist, konzentriert man sich ja meist aufeinander. Alleine lernt man überall und ständig Leute kennen. Manchmal schließe ich mich auch einer Gruppe an, schließlich kann man als Frau nicht an jedem Ort unterwegs sein. In Zentralafrika bin ich mal durch Rebellengebiet gefahren und habe ohne Decke auf Betonböden geschlafen. Im Nachhinein war das schon riskant.

Sie geht bis an alle Grenzen: Nina Sedano, hier bei einem Besuch zu Hause, lebt sich gern in andere Kulturen ein.

Nina Sedano hat fast 200 Länder der Erde bereist. Zu Hause gefällt es ihr aber auch ganz gut.



Vielseitig: Zu Hause bewahrt Nina Sedano so viele Pässe auf wie Holzfiguren aus Zentralafrika.

um den mumifizierten ewigen Präsidenten zu besuchen, das war schon seltsam. Im Militärmuseum wurde für uns der Koreakrieg nachgestellt. Ich will das aber nicht missen. Das ist auch das Motto meines Buches: Egal, in welche Situation ich gerate, ich mache das Beste daraus. Wäre schön, wenn ich manchem mit meinen Reiseerinnerungen Lust auf die weite Welt machen könnte.

*Gibt es so etwas wie ein verbindendes Element, das alle Kulturen gemeinsam haben und das Ihnen immer wieder begegnet ist?*

Eindeutig die Familie. Es ist seltsam, denn gerade in Deutschland brechen Familien ja immer öfter auseinander. In den meisten Ländern kommt zuerst die Zusammengehörigkeit, dann alles andere. Ich habe auch immer den Eindruck gehabt, dass Kinder in vielen Ländern freier aufwachsen. Hier wird ihnen eine Menge ausgetrieben: Sei nicht so laut, schmatz nicht so. Solche Regeln habe ich selten gehört.

*Mit Turkmenistan haben Sie den letzten der 193 Staaten bereist. Setzen Sie sich jetzt zur Ruhe?*

Als nächstes habe ich mir die Unesco-Welterbestätten vorgenommen. Diese Liste werde ich allerdings im Leben nicht ganz schaffen, obwohl ich schon einiges davon kenne: Immerhin stehen da fast 1000 Orte drauf.

*Die Fragen stellte Constanze Ehrhardt, Fotos Frank Röth*

Von Nina Sedano ist gerade das Buch „Die Ländersammlerin“ (Eden Books, 320 Seiten, 14,95 Euro) erschienen.

FOTOGRIERT VON KRISTIAN SCHÜLLER



EXTRAORDINARY EXPERIENCES  
Das neue Vertu Constellation

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](http://vertu.com)

VERTU  
HANDMADE IN ENGLAND

# GELD MACHT KUNST

Am Kunstmarkt herrschen neue Spielregeln. Denn die Superreichen gefallen sich in einem narzisstischen Dauerrausch, egal, was es kostet.

Von Rose-Maria Gropp

Es ist wieder so weit: Die heiße Phase des Auktionsjahrs 2014 ist angelaufen. Wieder hat New York den Anfang gemacht: die prestigereichen Abendversteigerungen mit Impressionismus und Moderne und die sensationsträchtigen Vorführungen mit zeitgenössischer Kunst. Hier soll es aber nicht um Rekorde gehen oder um Spekulationen über die zunächst meist anonymen Käufer in schwindelerregenden Höhen jenseits der 20 Millionen Dollar. Sondern um die Usancen, denen diese Geld- und Geltungsspiele heute folgen, besonders in der Gegenwartskunst.

Historisch betrachtet, bedeutet der Begriff Auktion eine öffentliche Veranstaltung vor aller Augen zum Erzielen des höchsten Preises mit einem öffentlichen Gebot. Der Auktionator vorn am Pult ruft ein Los auf, das auch physisch präsentiert wird und das mit einer bestimmten Schätzung versehen ist. Im Saal melden sich Bieter. Der Bieter mit dem höchsten Einsatz gewinnt, der Hammer fällt. Das können spannende Minuten sein, wobei seit Jahrzehnten zunehmend telefonische Mitsreiter zugeschaltet sind, deren Gebote Angestellte des Auktionshauses stellvertretend weitergeben. Doch dieses Schauspiel ist seit einiger Zeit ausgehöhlt, durchzogen mit Seitengängen wie ein Maulwurfsbau, von dem auch immer nur der Hügel an der Oberfläche sichtbar ist.

Denn die Hauptakteure des Hochpreismarkts, die global agierenden Konzerne Christie's (im privaten Eigentum des französischen Luxusgüterunternehmers François Pinault) und Sotheby's (ein amerikanisches, börsennotiertes Unternehmen) sowie deren kleinerer Konkurrent Phillips (im Besitz der russischen Mercury Group), haben für ihre Auktionen zusätzliche Bedingungen erfunden, die das ursprüngliche Konzept zunehmend aushebeln. Es gibt vor allem eine Funktion im Hintergrund, die den schönen Schein des öffentlichen Procédere diskreditiert: die „Garantie“ auf ein Los. Liegt sie vor, ist sie in den Katalogen an einem kleinen Zeichen neben der Losnummer zu erkennen.

Das bedeutet, dass schon vor der Auktion im Hintergrund eine Summe ausgehandelt wurde, die in jedem Fall für das Kunstwerk bezahlt wird, unabhängig vom Ausgang der Versteigerung. Diese nicht bekanntgemachte Summe kann entweder das Auktionshaus selbst dem Einlieferer eines Werks garantieren, das im messerscharfen Konkurrenzkampf begehrt ist. Was nicht ohne finanzielles Risiko für die Firma im Fall eines Rückgangs ist, denn dann bleibt sie auf dem Werk sitzen, das unter Umständen auf Jahre hinaus für den bestens informierten Markt „verbrannt“ ist. Deshalb sind Garantien, die von dritten Personen abgegeben werden, erwünscht. Dann nämlich fällt das Los, bleibt es in der Auktion unverkauft, an diesen Garantanten. Sollte es aber zu einem Hammerpreis oberhalb der von ihm abgegebenen Garantie zugeschlagen werden, erhält der Garant zwar nicht das Kunstwerk, allerdings einen Anteil am so erwirtschafteten Gewinn.

Wenn das kein gelungener Deal für solche Marktteilnehmer ist, denen das Investieren in Kunst über das



Wie gemalt: Auch Dasha Zhukova, die Freundin von Roman Abramowitsch, erregt die Phantasien des Kunstmarkts.

klassische Sammeln geht! So mehren sich die Zocker in den Kulissen, und so steigt die Zahl der garantierten Lose im Spitzensegment. Entsprechend werden aber auch zunehmend Stimmen der Kritik laut, die schon von „Scheinauktionen“ sprechen.

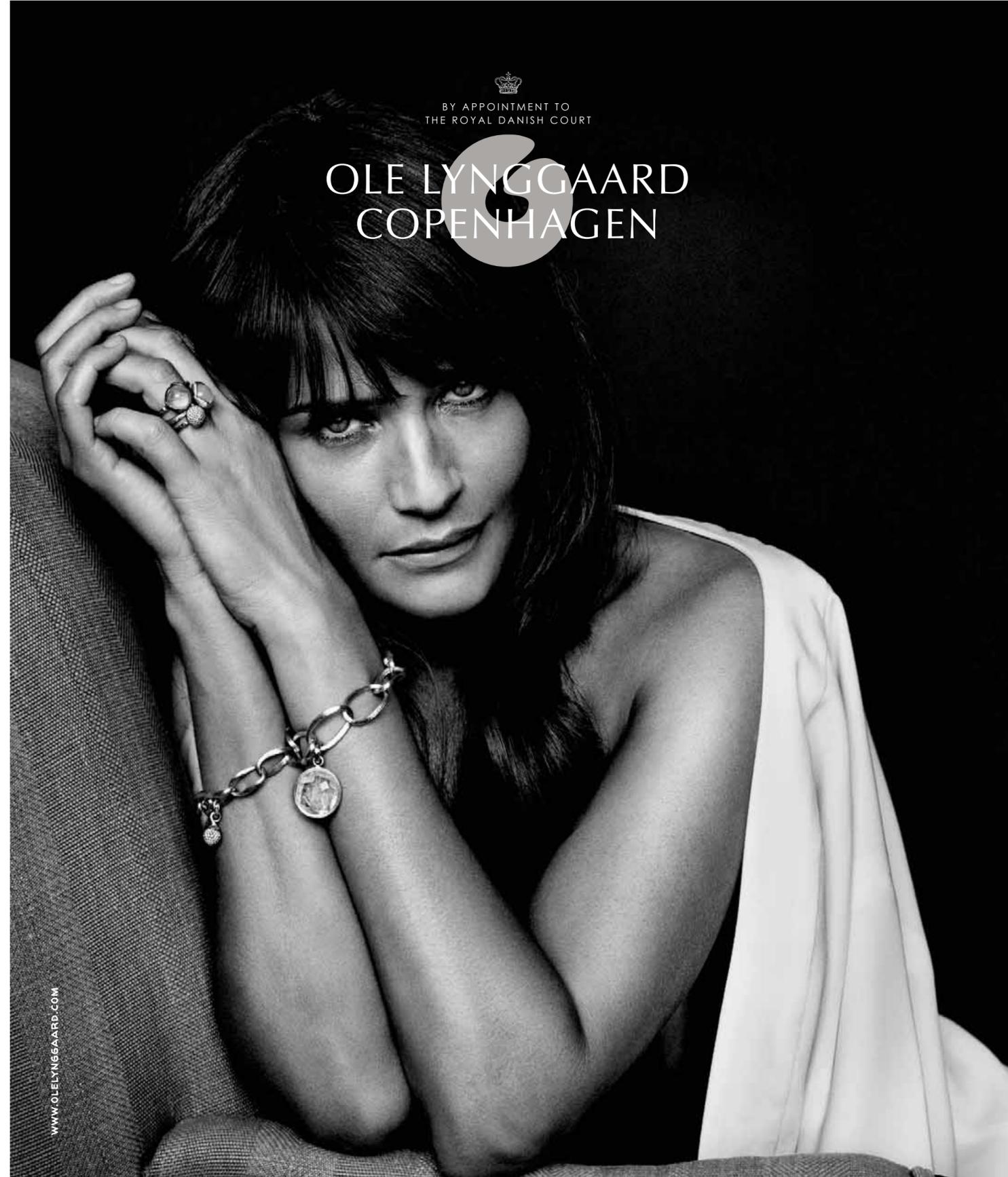
Aus der Börsen- und Bankenwelt ist diese Spielart eines narzisstischen Dauerrauschs im Akkumulieren von Kapital sattsam bekannt. Deshalb lassen sich reizvolle Schlüsse ziehen auf die Kunst, die dabei besonders hoch im Kurs steht. Es sind Werke der Zeitgenossenschaft, die als Spiegel dienen können, im wörtlichen wie im übertragenen Sinn. Jeff Koons zum Beispiel, dieser unerreichte Meister der reinen Oberfläche, sagt offen und ironiefrei, er lege es nachgerade darauf an, dass die Betrachter sich in seinen Schöpfungen spiegeln können. Er findet, das mache ihnen gute Laune. Entsprechend sind seine hochglanzpolierten Oberflächen die Lieblinge des global turbokapitalisierten Narzissmus. Metaphorisch taugen dafür auch unbedingt die auf Leinwände geschriebenen Witze des Kunst-Stars Richard Prince, die doppeldeutig genug „Joke Paintings“ heißen – zu schweigen von seinen rasanten

Marlboro-Männern, den hochgezogenen Fotos aus der Zigarettenreklame oder seinen gemalten „Nurses“, deren Sexyneß sarkastisch überhöht ist. Auch die gebrochenen Spiegel funktionieren gut, also Gerhard Richters verschwommene Gemälde und seine farbschönen Abstraktionen und natürlich Andy Warhols Produktionen, allen voran aus der „Disaster“-Serie. Warhols „Silver Car Crash (Double Disaster)“ von 1963 hat im vergangenen Jahr die Hundert-Millionen-Dollar-Grenze geknackt.

Solche Werke, die zur Zeit noch stündteuer sind, machen den heißen Gegenwartskunstmarkt zur attraktiven Schmiede für die Prothesen des finanziell aufgerüsteten Egos, von den amerikanischen Hedgefonds-Tycoons über asiatische Milliardäre und russische Oligarchen bis hin zu den Scheichs der Emirate. Selbst-Design mittels Kunstbesitz. Bloß Geld zu haben reicht für die Ambitionen eben nicht. Geltungsbedürfnis hat sich schon seit Menschengedenken im Besitz von Kunst manifestiert.

Außerdem: Wer ein Kunstwerk in einer Auktion für seinen Einsatz nicht bekommt, dem bleibt noch immer der Gewinn aus der Wette darauf – unter Garantie. ◀

FOTO: CAMERA PRESS / JULIE EDGINGTON



BY APPOINTMENT TO  
THE ROYAL DANISH COURT

OLE LYNNGAARD  
COPENHAGEN





Wer ein Kissen mit Initialen mag, der wird bei Type Hype in Berlin stundenlang stöbern können.



Das niederländische Brillenlabel Ace and Tate nimmt sich den Retourenwahnwitz vieler Online-Kunden zum Vorbild und verschickt gleich vier verschiedene Modelle.



George Jung, einer der ehemals größten Kokainhändler der Vereinigten Staaten, und das Berliner Label CashmereNPearl haben sich jahrelang Briefe geschrieben. Auszüge sind nun auf ein paar Seidentüchern nachzulesen.

**Gartentische, Sonnenliegen, Gemüsebeete ...**

Die Kirschen in Nachbarns Garten sind wohl wirklich süßer. Der Online-Gartencenter GardeningExpress.co.uk hat 640 Briten nach ihrem Verhältnis zum Rasen auf der anderen Seite des Zauns befragt. Zwei Drittel von ihnen neiden den Nachbarn demnach ihre Gartenmöbel. Mehr als die Hälfte ist eifersüchtig auf die Blumenbeete der anderen.



Lola James Harper verkauft nicht nur Duftkerzen wie Hunderte weitere ambitionierte junge Geschäftsleute. Hier gibt es zum Duft gleich die passende Musik.

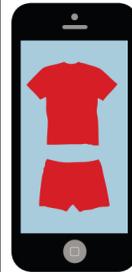
Diese Ohrhänge sind ein Gemeinschaftsprojekt: Dolce & Gabbana haben sie entworfen, die Idee kam vom Londoner V&A-Museum, zu kaufen sind sie auf Net-a-porter.



Für Kinder und ihre Eltern ist der Tisch mit Hocker (Artidentity) ein Segen. Die einen können die Tafel auf der Tischfläche bekratzeln, die anderen freuen sich, wenn die Kreide später im Inneren des Hockers verschwindet.

**012**

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



**Spenden für Kleider**  
Die 50 Cent, die man über die App FairBuy los wird, sollen nicht an Zara oder H&M gehen, sondern direkt an die Textilarbeiter.



Der Tee von Mistral schmeckt nicht nur besser als andere aus dem Beutel. Er riecht auch viel intensiver.



Es ist Mai, überall wird geheiratet: Im Londoner Victoria & Albert Museum sind noch bis zum 15. März 2015 legendäre Brautkleider zu sehen („Wedding Dresses 1775-2014“).

FOTOS: HERSTELLER (7), V&A: COURTESY OF KATE SHILLINGFORD/PHOTO: AMY GIBBY

**WALTER KNOLL**



THE TRUE LUXURY OF LIVING.

Grand Suite. Die Inszenierung von Sofa-Couture de luxe. Gestaltet mit den wahren Werten der Kultur des Wohnens: meisterhafte Handwerkskunst, feinste Materialien und eine Ästhetik von bleibender Gültigkeit. Exzellenz mit der Aura des Besonderen. Design: EOOS.



Es geht um das Produkt, nicht um das Image: Frédéric Malles Düfte lagern im Kühlschrank. Für das Foto stellt er sich kurz zu ihnen.

# IMMER DER NASE NACH

Noch vor ein paar Jahren wurde Frédéric Malle in der Duftbranche belächelt. Heute nehmen sich auch die großen Marken an seiner Idee ein Beispiel.

Von Jennifer Wiebking  
Foto Helmut Fricke

**Z**um Beispiel der Wohnort. Warum sollte ausgerechnet der Wohnort darüber entscheiden, welches Parfum man mag oder nicht? Frédéric Malle setzt sich an den langen Konferenztisch in seiner Pariser Firmenzentrale und antwortet, ohne groß zu überlegen: „Ein Duft kleidet einen so sehr wie ein Mantel. An warmen Orten trägt man Leichtes, an kühleren Schweres.“

Oder die Anwendung: Warum tragen die meisten Menschen eigentlich Parfum? Um zu verführen, zur Erfrischung oder für das letzte i-Tüpfelchen? Jeder Mensch trägt Parfum, um zu verführen. Düfte sind ein Werkzeug der Verführung. Aber Gott sei Dank gibt es ja so viele verschiedene Arten zu verführen, wie es Menschen gibt.“

Die zwei Fragen zum Einstieg sind für den Duftexperten nicht neu. Auf seiner Website stellt Frédéric Malle sie als Teil eines Fragebogens jedem Kunden, der mit dem Gedanken spielt, sich hier ein Parfum zuzulegen. Für ihn kommt dieser Vorgang einer Lebensentscheidung gleich. Nur einmal, höchstens zweimal soll man seiner Meinung nach im Laufe des Lebens überhaupt den Duft wechseln. Da ist es gut, wenn es gleich der Richtige ist.

Deshalb geht Frédéric Malle auf seine Kunden ein, sei es Catherine Deneuve oder die Zufallskäuferin in einem seiner Stores. Dort lagern die Düfte in einem verglasten Kühlschrank, und wer einen davon ausprobieren möchte, kann seinen Kopf in die dafür vorgesehene gelbe Röhre stecken, die „Duftdusche“. Hier, an der Rue du Mont-Thabor, stehen drei Duftduschen. Selbst die Stückzahl ist Teil seiner Geschäftsidee. Mehr als drei Düfte werden seine Mitarbeiter den Kunden nämlich sowieso selten zeigen. Die Antworten des Fragebogens verraten ja genug über ihre Vorlieben.

Frédéric Malle, 51 Jahre alt, hatte vor 14 Jahren eine werbige Geschäftsidee. Die damals immer aggressiveren Arbeitsmethoden der Duftbranche wurden ihm zunehmend zuwider. Es ist ein konsequentes Konzept, das er sich damals ausdachte, um dagegen zu halten. Es passt zu ihm, denn Malle ist ein konsequenter Mensch. Im Gespräch tut er weder so, als fände er sein Gegenüber super sympathisch, noch ist er arrogant. In sonst immer etwas überzuckerten Mode- und Beauty-Kreisen ist er mit leiser Höflichkeit eine Ausnahme. Auf Fotos trägt er stets einen Anzug, oft mit Krawatte. Und im Konferenzraum seiner

Pariser Zentrale schwimmt das Weiß des Tisches mit dem Weiß der Stühle, des Bodens, der Wände. Die Konzentration liegt auf den Düften.

Sein Leben lang hat Frédéric Malle mit Düften zu tun. Er wurde am Parfumlabor Roure Bertrand Dupont ausgebildet und arbeitete bis 2000 als Duftberater. Dann gründete er seine eigene Firma, die Editions de Parfums. „Bis Mitte der neunziger Jahre waren eigenständige Parfümerien mit individuellem Service gang und gäbe“, sagt er. Allerdings hätten sich parallel auch zunehmend große Parfümerieketten mit ihren Filialen etablieren können. „Die Duftbranche musste sich an das neue System anpassen. Plötzlich wurden die Flaschen in alphabetischer Reihenfolge in die Regale sortiert. Verkaufen konnte sie jeder. Und die Parfümeure waren gezwungen, bei der Arbeit an den Düften vor allem an die Massen zu denken.“

Wer die Massen bedienen möchte, muss sein Produkt auch entsprechend bewerben. „Es wurde immer weniger Geld in das Produkt gesteckt, dafür immer mehr in das Image.“ Den Höhepunkt dieses Trends kann man mit einem Blick auf die Regale in der Drogerie um die Ecke erkennen: Promi-Düfte. Sie sind nicht mehr als ein schrei-

end blauer oder pinkfarbener Pappkarton, ein leicht zerbrechliches Glas, ein billiges Wässerchen und ein großer Name, dafür bezahlen Hersteller und Kunden schließlich. „Da sind Parfümeure, die sich für den Job entschieden haben, weil sie kreativ tätig sein wollten, und dann wird plötzlich von ihnen erwartet, dieselbe Sache immer und immer wieder zu machen“, sagt Malle in einem Ton, der überraschend sanft ist angesichts seiner deutlichen Meinung. „Und am Ende bekommt nicht derjenige den Zuschlag, der von einer fachkundigen Jury ausgewählt wurde, sondern derjenige, der mit seiner Arbeit die größte Gruppe von Menschen anspricht, die nichts mit Parfum zu tun haben, gerade aus der U-Bahn gestiegen sind, sich in einem Hotelzimmer einfinden sollen und gefragt werden, ob ihnen dieses oder jenes Parfum besser gefällt.“

Dieser Zustand muss ihn nicht mehr persönlich berühren. Er arbeitet mit seiner Editions de Parfums genau entgegengesetzt. Er sage diesen Leuten: „Hört auf zu jammern!“ Stattdessen sucht er sich die besten Nasen der Welt. Alle paar Jahre beauftragt er eine von ihnen, für seine Marke einen neuen Duft zu kreieren. Mit hoher Wahrscheinlichkeit hat das Ergebnis dann nichts mit dem zu tun, was sich die Massen angeblich wünschen.

„Zur Zeit versucht sich die ganze Branche zum Beispiel an symphonischen Düften“, sagt Malle. „Ich habe mich nach etwas anderem gesehnt. Transparent, frisch, zugleich souverän.“ Um so etwas zu riechen, muss man also seine Nase in die mit Eau de Magnolia eingesprühte Duftdusche stecken. Es ist die Neuheit der Editions de Parfums, der Marokkaner Carlos Benaïm hat sie kreiert. Malle setzt Parfümeuren wie Benaïm bei der Arbeit keine Grenzen. Er hat kein sonderlich scharfes Auge auf das Budget, die Zeit oder die Rohstoffe und schert sich nicht um die Meinung irgendeiner Zielgruppe.

Man muss selbstsicher sein, um so zu arbeiten. Aber Frédéric Malle hat sein ganzes Leben lang nichts anderes gemacht. Er wuchs in Paris auf. Sein Kinderzimmer war früher einmal das Schlafzimmer von Jean-Paul Guerlain, einem der wichtigsten Parfümeure des 20. Jahrhunderts. Malles Großvater, Serge Hefner-Louiche, baute damals das Parfümgeschäft für Christian Dior auf. Malles Mutter war ebenfalls in der Branche tätig. Dass Diors „Eau de Savage“ bis heute erfolgreich ist, ist auch ihr Verdienst.

Und wie es der Zufall will, teilt Malle sich seinen Geburtstag, den 17. Juli, mit Jean-Baptiste Grenouille, der Hauptfigur in Patrick Süskinds „Das Parfum“. Gab es für ihn bei diesem Hintergrund überhaupt irgendeine andere Möglichkeit, als Teil dieser Welt zu werden? „Pfft, ich hätte alles mögliche mit meinem Leben anstellen können“, sagt Malle und sieht es genau andersherum: „Das Parfum hat mich ausgewählt.“

Heute geht dennoch vieles nach seiner Nase: Frédéric Malle verkauft seine Düfte nicht nur in vier eigenen Boutiquen in Paris und New York sowie in Parfümerien in 35 Ländern. Sogar die Großen der Branche scheinen sich ein Beispiel an dem Parfumeur zu nehmen, der mit seiner Firmenzentrale an einer Nebenstraße der Pariser Luxusmeile Rue du Faubourg Saint-Honoré sitzt. „Als ich anfang, gab es genau eine weitere Marke mit ähnlichem Konzept: Serge Lutens“, erinnert sich Malle. „Lange waren wir nur zu zweit. Wir wurden für vollkommen verrückt gehalten.“ Dabei konnte sich Malle mit seiner Idee zunehmend etablieren. „Wir verdienen ganz gut Geld.“

Irgendwann in den vergangenen Jahren änderte sich dann die Stimmung. Plötzlich entdeckten auch die großen Marken den Reiz an Düften, die man nicht in jedem Duty-Free-Shop kaufen kann. „Chanel gibt jetzt eine Exklusiv-Serie heraus, deshalb hat auch Dior eine Exklusiv-Serie, und das Haus Estée Lauder ist mit seiner Serie von Tom Ford sehr erfolgreich.“ Dass Laientester in irgendeinem Hotelzimmer diese exklusiven Düfte bestimmen, ist ziemlich unwahrscheinlich. Stattdessen ist die Parfümbranche Frédéric Malles Idee gefolgt, auf jeden Kunden mit ganz besonderen Düften einzugehen. Nach dem Wohnort seiner Abnehmer fragt im Vorgespräch aber wohl doch nur einer. ◀

# ALBERTO MAG ICH GAR NICHT



Sein Name steht für Design: **Alberto Alessi**, Jahrgang 1946, leitet in dritter Generation das italienische Familienunternehmen. Allein 2000 Produkte für die Küche führt Alessi in seinem Programm, und jedes Jahr kommen etliche neue Objekte von Designern und Architekten hinzu. Alberto Alessi, der Jura studierte, ist auch als Autor und Kurator tätig. Neuerdings baut er selbst Wein an. Dafür hat er das 300 Jahre alte Gut Cascina Eugenia im Piemont gekauft. Der erste Jahrgang ist vielversprechend.

*Was essen Sie zum Frühstück?*

Brot und Marmelade. Dazu erst ein Glas Wasser und dann sechs Espresso, um aufzuwachen.

*Wo kaufen Sie Ihre Kleidung ein?*

Kleidung interessiert mich überhaupt nicht. Seit ich über mein Leben selbst entscheiden kann, trage ich nur noch Jeans, T-Shirts und Pullover. Die Sachen kauft mir meist meine Frau Laura. Ich selbst war schon seit Jahren nicht mehr Kleidung einkaufen.

*Hebt es Ihre Stimmung, wenn Sie einkaufen?*

Ja. Vor allem Bücher, ich liebe Bücher über das Piemont. Und ich kaufe gerne alte Designobjekte.

*Was ist das älteste Kleidungsstück in Ihrem Schrank?*

Einige wunderbare Kaschmirpullover aus den Achtzigern.

*Was war Ihre größte Modesünde?*

Ich begehe ständig Modesünden. Das bleibt nicht aus, wenn man ausschließlich Jeans trägt.

*Tragen Sie zu Hause Jogginghosen?*

Ja.

*Haben Sie Stil-Vorbilder?*

Richard Sapper, den deutschen Designer, und Aldo Rossi, den italienischen Architekten. Warum? Weil sie so wenig wert auf die Meinung anderer legen.

*Haben Sie jemals ein Kleidungs- oder Möbelstück selbst gemacht?*

Das einzige, was ich jemals selbst gestaltet habe, sind die Flaschen für meinen Wein.

*Besitzen Sie ein komplettes Service?*

Ja, sehr viele. Und sie sind alle von Alessi. Nur die Weingläser sind zum Teil auch von anderen Herstellern.

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

Ich würde nicht sagen, dass ich gut kochen kann. Aber es macht mir Spaß. Für meine Freunde habe ich ein eigenes Rezept: Pollo bruciaculo. Übertragen bedeutet das: Ich mache dem Hühnchen Feuer unterm Hintern. Dafür koche ich es mindestens vier Stunden in süßem Wein. Dazu gebe ich so viele Chilischoten, dass man es gerade noch aushalten kann. Aber mit dem Zucker und dem Fleisch ergibt das Ganze eine herrliche Mischung.

*Welche Zeitungen und Magazine lesen Sie?*

In Italien lese ich „La Repubblica“ und das wöchentlich erscheinende Nachrichtenmagazin „L'Espresso“.

*Welche Websites und Blogs lesen Sie?*

Blogs lese ich kaum. Aber sonst interessiert mich alles zu den Themen Design, Wirtschaft und Wein.

*Wann haben Sie zuletzt handschriftlich einen Brief verfasst?*

Das ist schon bald zwei Jahre her. Es war ein Brief an meine erste Tochter Alessandra zu Weihnachten.

*Welches Buch hat Sie am meisten beeindruckt?*

Vermutlich Jean Baudrillards „Das System der Dinge. Über unser Verhältnis zu den alltäglichen Gegenständen“.

Das Buch habe ich als Student gelesen, irgendwann in den frühen siebziger Jahren.

*Ihre Lieblingsvornamen?*

Emma, der Name meiner zweiten Tochter. Alberto hingegen mag ich überhaupt nicht.

*Ihr Lieblingsfilm?*

„My Darling Clementine“ von John Ford.

*Fühlen Sie sich mit oder ohne Auto freier?*

Mit Auto.

*Tragen Sie eine Uhr?*

Nein. Ich mag nichts, was mich einengt.

*Tragen Sie Schmuck?*

Auch Schmuck mag ich nicht. Ich trage nicht einmal einen Ehering.

*Haben Sie einen Lieblingsduft?*

Ich liebe Abwechslung, ein Duft wäre mir nicht genug.

*Was ist Ihr größtes Talent?*

Ist Geduld ein Talent? Dann Geduld.

*Was ist Ihre größte Schwäche?*

Meine mich ständig begleitende Melancholie.

*Mit was kann man Ihnen eine Freude machen?*

Mit einem Lächeln. Die meisten ahnen gar nicht, was ein Lächeln alles bewirken kann.

*Was ist Ihr bestes Smalltalk-Thema?*

Wein! Nichts beschäftigt mich derzeit mehr. Nach zwölf Jahren harter Arbeit in meinen Weinbergen rund um das Gut Cascina Eugenia in Pettenasco im Piemont habe ich dieses Frühjahr die ersten Flaschen Chardonnay und Pinot Noir abfüllen können. Sonst rede ich gerne noch über Badminton, meinen Lieblingssport. Ich habe zu Hause einen Platz zum Badmintonspielen.

*Sind Sie abergläubisch?*

Nicht wirklich.

*Wo haben Sie Ihren schönsten Urlaub verbracht?*

In einem kleinen Ort im Wallis in der Schweiz, in Leukerbad. Es ist gut zehn Jahre her, meine Tochter Emma war damals gerade zwei Jahre alt.

*Wo verbringen Sie Ihren nächsten Urlaub?*

Ich hoffe, wieder in Leukerbad. Aber der Rest der Familie will nicht so recht. Für mich ist es bequem, das Wallis ist vom Piemont aus schnell zu erreichen. Leukerbad liegt nur auf der anderen Seite der Berge. Meine Tochter möchte aber lieber an den Strand.

*Was trinken Sie zum Abendessen?*

Rotwein. Ich trinke eigentlich nur Burgunder, deshalb habe ich eine stattliche Zahl an Burgunderweinen im Keller, darunter auch meinen eigenen Pinot Noir. Zum Abschluss des Essens genehmige ich mir einen Grappa, wenn ich nicht gerade wieder auf Diät bin.

*Aufgezeichnet von Peter-Philipp Schmitt.*

FOTO: ALESSI

„Eine gänzlich neue Ära.“

(GQ)

„Nichts weniger als eine Sensation.“

(Frankfurter Allgemeine Zeitung)

„Wie die Landung auf dem Mond.“

(Manager Magazin)

„A push internationally.“

(CNN)



Zeigt die Zeit, bewegt die Welt: Sieben Jahre lang hat NOMOS Glashütte am Herzen dieses Uhrwerks geforscht. Nun ist die neue Metro mit dem NOMOS-Swing-System da – und weltweit einzigartig. Von Juni an hier: Augsburg: Bauer; Berlin: Bucherer, Leicht, Lorenz; Bielefeld: Böckelmann; Bonn: Hild; Bremen: Meyer; Darmstadt: Techel; Dortmund: Rüschenbeck; Dresden: Leicht; Düsseldorf: Blome; Erfurt: Jasper; Frankfurt am Main: Rüschenbeck; Hamburg: Becker, Bucherer, Mahlberg; Koblenz: Hofacker; Köln: Berghoff; Lübeck: Mahlberg; Ludwigsburg: Hunke; München: Bucherer, Fridrich; Münster: Oeding-Erdel; Nürnberg: Bucherer; Stuttgart: Niessing; Ulm: Scheuble; Überall: Wempe – und natürlich auf [nomos-store.com](http://nomos-store.com). Mehr: [nomos-glashuette.com](http://nomos-glashuette.com)

NOMOS  
GLASHÜTTE

OYSTER PERPETUAL  
COSMOGRAPH DAYTONA IN PLATIN



**ROLEX**



**WEMPE**

FEINE UHREN & JUWELEN

[WWW.WEMPE.DE](http://WWW.WEMPE.DE)