

Frankfurter Allgemeine

magazin

APRIL 2015
DESIGN SPEZIAL

**BILDER EINER
WELTAUSSTELLUNG**

**TIM PARKS UND DIE
LIEBE SEINES LEBENS**

**ITALIENISCHE DESIGNER
IN IHREN ATELIERS**

EXPO MILANO



PATEK PHILIPPE
GENEVE

Beginnen Sie eine
eigene Tradition.

Eine Patek Philippe gehört einem
nie ganz allein.

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



Chronograph Ref. 5170G



Tel: +49 89 28 67 62 0
patek.com



SIE KENNEN DEN NAMEN.
ERLEBEN SIE JETZT DIE AUTOS.



ATS Sedan



ATS Coupe



CTS



SRX

Erleben Sie aussergewöhnliches Design, handgefertigte
Interieurs, präzises Fahrverhalten und bestechende Leistung.
Buchen Sie jetzt eine Probefahrt bei Ihrem Händler vor Ort.
Mehr erfahren unter 0800 6270 977 oder auf www.cadillac.de

Ihre Cadillac Partner:

Dresden, mobilforum Dresden GmbH, 0351 8 66 00 66 | Berlin, Autohaus Kramm GmbH, 030 47 49 06 0 | Hamburg, APW
Lehmann Automobile GmbH, 040 649 09 90 | Hamburg, Ernst Dello GmbH & Co. KG, 040 47120 | Düsseldorf, Autohaus Ulmen
GmbH & Co. KG, 0211 310000 | Mönchengladbach, Autosalon am Park GmbH, 02161 65 900 0 | Billerbeck, Autohaus Wiens GmbH
& Co. KG, 02543 23230 | Frankfurt am Main, Automobil-Verkaufs-Gesellschaft Joseph Brass GmbH & Co. KG, 069 4050050 |
Neckarsulm, Auto Neff GmbH, 07132 951200 | Freiburg, Automobile Hirsch GmbH, 0761 1543 1900 | München, Geigercars.de
GmbH, 089 4271640 | Horgau, Autohaus Steppe GmbH, 08294 804080

Kraftstoffverbrauch (l / 100 km, kombiniert) und CO₂-Emissionen (g / km, kombiniert): # SRX 3.6L V6-AT: 10,8 l / 100 km, 252 g / km. Energie-Effizienzklasse F.
CTS Sedan 2.0T: 8,5 l / 100 km, 198 g / km. Energie-Effizienzklasse E. # ATS Coupe 2.0T: 8,3 l / 100 km, 193 g / km. Energie-Effizienzklasse E.
ATS Sedan 2.0T: 8,2 l / 100 km, 190 g / km. Energie-Effizienzklasse E. Dies ist ein Angebot von Cadillac Europe, Stelzenstrasse 4, 8152 Glattpark, Schweiz.

EINMAL EXPO UND ZURÜCK

Es war langsam an der Zeit, diese Ausgabe endlich abzuschließen. Das merkte ich daran, dass ich nach wochenlanger Arbeit an unserem Heft zur Expo in Mailand eine liebe Kollegin kurz vor Redaktionsschluss Verona nannte – statt Verena. Vielleicht war es nur die Übermüdung. Vielleicht brach wieder die Phantasie ins wirkliche Leben ein. Ich will ja jetzt nicht übertreiben, aber Goethe ging es genau so. „Et in Arcadia Ego“: Das Motto seines Italien-Buchs, so dachte ich immer, habe er mit einem Augenzwinkern, oder, wie wir Italiener sagen, *tongue in cheek*, einfach so hingeworfen. Weit gefehlt! Zur Vorbereitung auf unser Thema habe ich die „Italienische Reise“ noch mal gelesen (was man halt so macht in schlaflosen Nächten), und siehe da: Der alte Frankfurter meinte es echt ernst! „Et in Arcadia Ego“, das heißt nicht einfach nur, dass er sich vorkam, als sei er in dem idealen Land aus der Idyllen-Poesie seiner Jugend gewesen. Nein, Italien war ihm wirklich Arkadien. Er meinte das eins zu eins! Da wurde mir natürlich einiges klar. Diese Italien-Leidenschaft der Deutschen ist nicht nur ein bildungsbürgerliches Erziehungsinstrument, nicht nur eine Grand Tour zum reinen Vergnügen. Es war immer auch eine Initiationsübung für defizitäre Germanen. Oder sagen wir es, ganz italienisch, positiver: Es war schon immer eine Reise in unser anderes Ich. So ist auch unsere Ausgabe zu verstehen, die mit Fotos von der Weltausstellung, mit Designer-Porträts, mit Annäherungen an kulinarische Parallelwelten und nicht zuletzt mit möchtegern-italienischen Wortspielen diese andere Version unserer Existenz ausstellt. Das Beste an unserem Blick auf die südliche Welt kommt nämlich jetzt: Wenn es dieses Andere wirklich gibt, dann sind wir nicht mehr wir selbst. Wer in Italien ist, der ist zugleich außer sich und ganz bei sich. Da bricht also wirklich die Phantasie ins Leben ein. Jeder, der nach Süden fährt, so stand es auch zwischen den Zeilen der „Italienischen Reise“, kommt verändert in sein altes Leben zurück. Gibt es ein anderes Land der Welt, das so etwas hinbekäme? Da sieht man also, dass ich doch recht hatte: In jeder Verena steckt auch ein bisschen Verona – als Möglichkeit, und das heißt in unserem Sinne natürlich auch: in Wirklichkeit. *Alfons Kaiser*



Verantwortlicher Redakteur:
Dr. Alfons Kaiser

Redaktionelle Mitarbeit:
Holger Appel, Claire Beermann, Julia Bühr, Bertram Eisenhauer, Stephan Finsterbuch, Klaus-Dieter Frankenberger, Mona Jaeger, Hans-Heinrich Pardey, Denise Peikert, Tobias Piller, Sabine Posniak, Andreas Rossmann, Julia Schaaf, Nicole Scheyerer, Anke Schipp, Peter-Philipp Schmitt, Stefanie Schöne, Dr. Tilman Spreckelsen, Bernd Steinle, Julia Stelzner, Axel Wermelskirchen, Jennifer Wiebking, Maria Wiesner

Bildredaktion:
Christian Matthias Pohlert

Art-Direction:
Peter Breul

E-Mail Redaktion:
magazin@faz.de

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

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

Sofern Sie Artikel dieses Magazins nachdrucken, in Ihr Internet-Angebot oder in Ihr Intranet übernehmen, speichern oder per E-Mail versenden wollen, können Sie die erforderlichen Rechte bei der F.A.Z. GmbH erwerben unter www.faz-rechte.de. Auskunft erhalten Sie unter nutzungsrechte@faz.de oder telefonisch unter (069) 7591-2985.

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

Geschäftsführung:
Thomas Lindner (Vorsitzender)
Burkhard Petzold

Verantwortlich für Anzeigen:
Ingo Müller

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

Produktionsleitung:
Andreas Gierth

Layout:
Verena Lindner

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

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

DEUTSCHLAND: AGENTEN
PLZ 01123/4/5 HANDELSAGENTUR STOLLENWERK
T. 0221 2828259 - TIM.STOLLENWERK@WEB.DE
PLZ 6718/9 HANDELSAGENTUR RIEKINGER
T. 07121 325953 - INFO@HANDELSAGENTUR-RIEKINGER.DE

INDIVIDUELLE EINRICHTUNGSBERATUNG BEI AUTORISIERTEN MINOTTI HÄNDLERN

SITZSYSTEM ANDERSEN | DESIGN RODOLFO DORDONI

Minotti
CREATE YOUR OWN DESIGN EXPERIENCE AT MINOTTI.COM

FOTO F.A.Z.



MICHAEL KORS MICHAELKORS.COM

FOTOS: PRIVATE © ARIANE WIRTH, TIM PARKS



TOBIAS PILLER befasst sich zur Zeit vor allem mit Krisen. Denn der Wirtschaftskorrespondent dieser Zeitung in Rom schreibt nicht nur über Italien, sondern auch über Griechenland – das Foto zeigt ihn in Athen. Die Beschäftigung mit der Weltausstellung (Seite 48) war für Pillar also fast schon so etwas wie Erholung. Zudem bemerkte unser Autor in der Nähe des Expo-Geländes mal wieder, dass die Italiener begabt darin sind, alte Mythen nicht untergehen zu lassen: Alfa Romeo lebt! Sein Artikel (Seite 26) zeigt aber, dass das Leben erstmal im Museum stattfindet. Könnte es ein schöneres Sinnbild für Italien geben?



ANDREAS ROSSMANN liebt Mailand, seit er in den achtziger Jahren das Theater von Giorgio Strehler kennenlernte und fortan ins Piccolo Teatro pilgerte. Für den Redakteur des Feuilletons, der als Korrespondent aus Nordrhein-Westfalen berichtet, gehört es zur Faszination der lombardischen Metropole, dass sie die südlichste Stadt des Nordens und die nördlichste Stadt des Südens ist. Das Lesevergnügen „Italien in vollen Zügen“ von Tim Parks brachte Rossmann auf die Idee, dass ihm ein Treffen mit dem englischen Schriftsteller, der in Mailand literarisches Übersetzen lehrt, neue Blicke auf die Stadt eröffnen könnte. Wie man liest (Seite 28), hielt Parks Wort.

MITARBEITER

MARGHERITA und **GRAZIA** kommen eigentlich aus Süditalien – die eine aus Sizilien, die andere aus Apulien. In Düsseldorf leben sie trotzdem gerne. In der Frage, ob sich deutsche Frauen weniger schminken als Italienerinnen (Seite 80), waren sie sich beim Gespräch im Café Muggel in Oberkassel zunächst nicht einig. Margherita (links) sagte nein, Grazia ja. Ein Blick an die Nebentische brachte Klarheit: An diesem Sonntag hatte in dem Café keine andere Frau großzügiger schwarzen Eyeliner aufgetragen als Margherita.



FRANK RÖTH kommt viel herum. Bei der Arbeit an diesem Heft gab es für ihn aber nur eine Richtung: nach Süden. Eintönig wurde dem Redaktionsfotografen dieser Zeitung der Aufenthalt in Mailand nicht. Zuerst besuchte er mit seinem schreibenden Kollegen Peter-Philipp Schmitt Möbeldesigner in ihren Ateliers (Seite 34). Dann turnte er mit den Arbeitern auf der Baustelle des deutschen Expo-Pavillons herum (Seite 50). Und weil er schon mal dort war, porträtierte unser Fotograf auch Tim Parks (Seite 28). Wie man links sieht, porträtierte der humorbegabte Autor zurück. Das Titelbild stammt natürlich ebenfalls von Röth. Es fächert, weil es um die schöne Form geht, gleich alle Themen dieser Ausgabe auf.



DESIGN PORTRAIT.

Charles, Sitzsystem design von Antonio Citterio. www.bebitalia.com

B&B Italia Stores: München, Maximiliansplatz 21 - Tel. 089 461 368 0
 Berlin, Torstrasse 140 - T. +49 3024 0477377
 Plz 0 1 2 3 4 5 Andreas Weber T. +49 51305840584 weber@designkollektionen.de
 Plz 5 6 7 Thomas Köber T. +49 173 7490937 k2agentur@arcor.de
 Plz 0 7 8 9 Norbert Juelicher - T. +49 172 9572772 norbertjuelicher@t-online.de

Milan Design Week: April 14th/19th 2015 - B&B Italia Store Milano, Via Durini, 14

B&B
ITALIA

Explosive Mischung:
 Ein Espresso ist für den
 Unternehmer Andrea Illy
 mehr als ein Getränk
 (Seite 70). Er ist Genuss,
 Inspiration – und
 natürlich ein Geschäft.



Schönheit auf Schienen:
 Die Ventotto (Seite 60)
 trägt ihre Passagiere seit
 100 Jahren ratternd durch
 Mailand. Jeder Trip in
 der Tram ist eine Reise
 in die Vergangenheit.

**ZUR TITELSEITE**

Die Regale im Erdgeschoss des
 deutschen Pavillons der Expo
 in Mailand wurden am 19. März
 von Frank Röth fotografiert.

- 13 KARL LAGERFELD
 28 TIM PARKS
 38 ANTONIO CITTERIO
 64 TIZIANA CARDINI
 82 MASSIMILIANO FUKSAS

GROSSRAUM Ein Wochenende
 in Mailand? Nehmen Sie eine
 dieser Reisetaschen mit! *Seite 14*

GLANZSTÜCK Die Mailänder
 Traditionsmarke Alfa Romeo gibt
 endlich wieder Gas. *Seite 26*

GRUNDSATZ Der deutsche
 Pavillon illustriert das Motto der
 Weltausstellung. *Seite 50*

GENUSSFORMEL Die Slow-
 Food-Bewegung hat das Essen
 revolutioniert. *Seite 66*

GRÜNKERN An der einstigen
 Expo-Stätte Balboa Park schlägt
 das Herz San Diegos. *Seite 72*

GRUSSWORT In Hannover ist
 seit der Weltausstellung 2000 nicht
 mehr viel passiert. *Seite 74*

Die nächste Ausgabe des Magazins liegt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung am 9. Mai bei.



Designer-Duo: Marialaura
 Rossiello führt das Werk
 ihres Mannes James Irvine
 fort – mit dessen früherer
 Assistentin Maddalena
 Casadei. Wir haben die
 beiden besucht. (Seite 46)

Wörter wie Schmuck-
 stücke: Wir haben unsere
 schönsten Begriffe der
 italienischen Sprache
 gesammelt. (Seite 32)

GRAND
 ED
 AZ

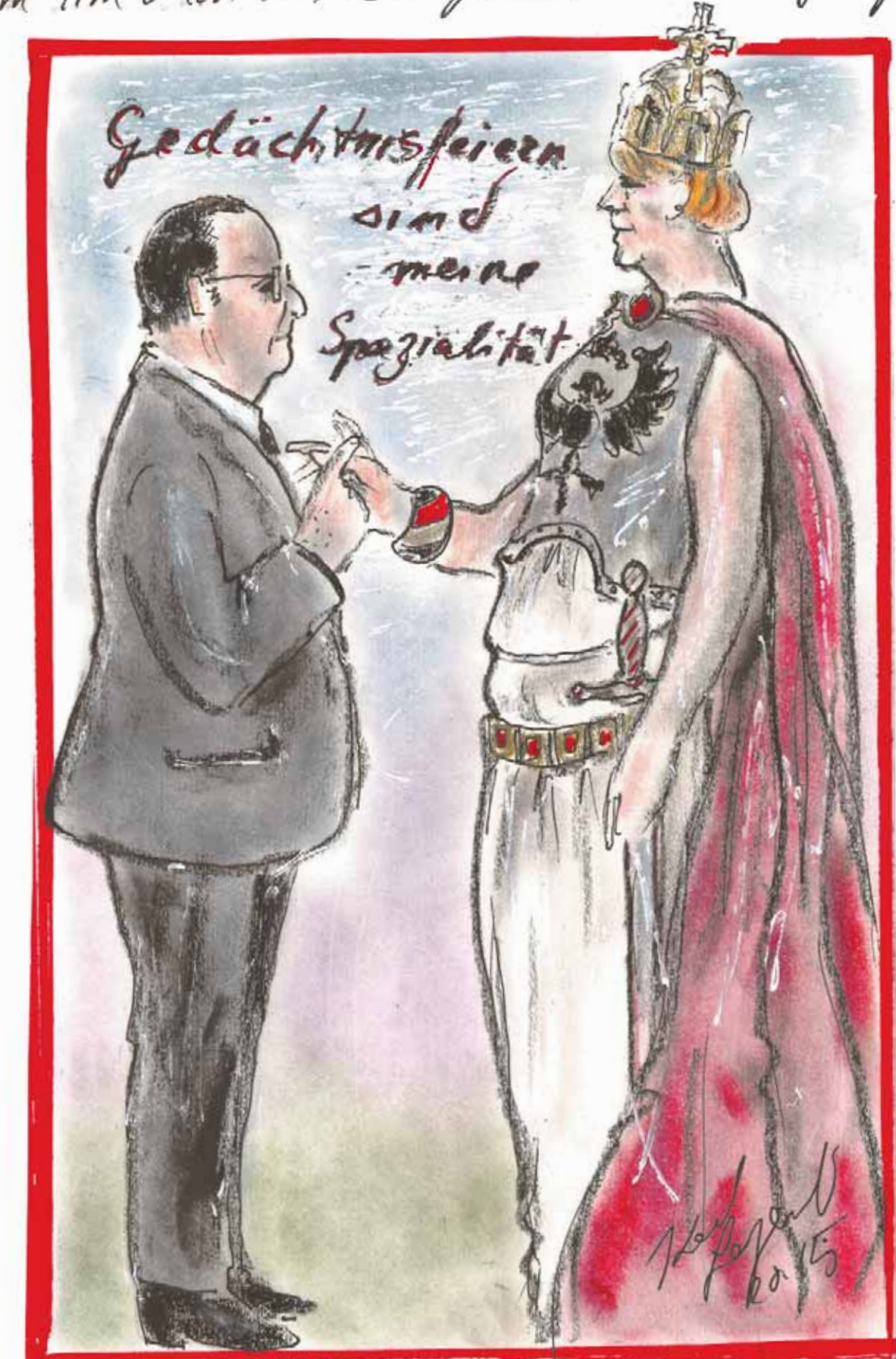
TRIBÙ

The art of leisure



Tosca Kollektion von Monica Armani
Eine Kollektion die zugleich warm und einladend ist, chic und faszinierend.
Hergestellt aus optisch natürlichen Materialien, die zugleich 100%-ig witterungsbeständig sind.
Dazu bequeme und wasserabweisende Kissen.
www.tribu.com - Belgien

François Hollande:
Liebe Angela Germania, ich
verspreche Dir nach Berlin zu kommen
um im Mai das Kriegsende mit Dir zu feiern...



Wegen meiner kommunistischen
Wähler konnte ich für den Fall
der Kaiser nicht viel machen...

KARL LAGERFELD LÄSST GERMANIA AUF HOLLANDE LOS

Angela Merkel als Germania? „Deutschland ist ja wieder die stärkste Macht in Europa, da fand ich das richtig“, meint unser Zeichner Karl Lagerfeld. „Ohnehin werden die Deutschen und auch Angela Merkel immer wieder als aggressiv und kriegerisch hingestellt.“ Wer die Karikatur unserer Kanzlerin in nationaler Pose mit wilhelminischem Anklang ehrenrührig findet, der sollte sich erst einmal François Hollande anschauen. Der arme französische Präsident, den Lagerfeld nun so gar nicht leiden kann, muss sich seine

Vorliebe für „commémoration und émotion“ in den Mund legen lassen: „Gedächtnisfeiern sind meine Spezialität“. Das ist eine böse Anspielung auf die Popularität, die dem unpopulären sozialistischen Präsidenten widerfuhr, als er der Opfer bei „Charlie Hebdo“ gedachte. Ausnahmen vom Gedenkmarathon macht der Präsident schon – das deutet die Subscriptio des Zeichners an. Wie auch immer: Der rundliche Franzose ist der herrischen Germania hoffnungslos unterlegen, womöglich sogar im Gedenken. (kai.)

PRÊT-À-PARLER



VON HIER BIS NACH ITALIEN – UND NOCH WEITER

Wer heute auf Reisen geht, muss sich immer weniger Gedanken um das eigene Gepäck machen. Das rollt im Nebenschluss hinterher, oder, seit Trolleys nicht nur zwei, sondern vier Rollen haben, an der Seite, wie ein unkomplizierter Mitreisender. Muskeln? Braucht man für seine Siebensachen nun wirklich nicht mehr. Möglich, dass Männer, deren Funktion in der Gesellschaft ja eh immer stärker hinterfragt wird, die man nun also noch nicht mal mehr zum Reisen braucht, diese Tatsache auf Dauer ärgert. Ein schicker Franzose, der so exklusive Ware trägt, dass er neulich vermutete, jemand habe sein Jackett gestohlen, als ebendieser Jemand das gleiche, aber nicht dasselbe trug, äußerte sich neulich einem guten Bekannten gegenüber in diese Richtung. Er verabscheue Männer mit Trolleys auf Reisen. Das einzige ernstzunehmende Gepäckstück: ein Weekender! Der Bekannte überlegte kurz, hielt die Meinung des Franzosen aber dann doch für so einleuchtend, dass er sich sogleich einen Weekender zulegte.

Denn einmal abgesehen von der Herausforderung, seine Sachen zu tragen und nicht zu ziehen (zwei Rollen) oder zu schieben (vier Rollen) – die Erlebnisse einer Reise zeichnen sich eben doch deutlicher im Leder ab als auf einer glatten Hartschale. So ein Koffer mag Beulen und Kratzer bekommen, man kann ihn mit Souvenir-Stickern bekleben, aber besser wird er damit nicht, im Gegensatz zu gutem Leder. Das Modell von Brunello Cucinelli (5) und die Dokortasche von The Bridge (2) in Dunkelbraun dürften die besten Jahre noch vor sich haben. Zugleich sehen sie schon so getragen aus, dass sie ihrem Namen gerecht werden: Das Wort Reisetaschen klingt nach Fahrten in Zügen, deren Fenster man noch öffnen konnte, sodass irgendwann das Meer zu riechen war oder der Dunst über Mailand. Klar, warum man gerade dort mit einer Reisetasche auf der sicheren Seite ist: Der Mailänder Grund besteht aus Kopfsteinpflaster und Bahngleisen. Da trägt man sein Hab und Gut also besser an zwei Riemen, selbst wenn sie aus

Jute sind wie bei Michael Kors (6). Ein Teil der Italiener sieht das zwar ganz anders und poltert mit Trolleys aus dünnem Plastik weiterhin durch die Straßen, nur um sie dann für eine Flugreise sorgsam in Folie wickeln zu lassen, als handele es sich um ein gutes Stück Pecorino. Etwas typisch Italienisches hat ein schöner Weekender aber trotzdem. Das Modell von Brioni (1) mit Prince-of-Wales-Karo verrät Sie zumindest nicht als Deutschen. Überhaupt kann man sich als Tourist in Italien mit einem Gepäckstück ohne Rollen nur beliebt machen. Venedig war schließlich schon kurz davor, Rollkoffer wegen Ruhestörung zu verbieten. Die Bewohner von Berlin, Hamburg oder Frankfurt würden ein solches Verbot ebenfalls begrüßen und sich an Touristen- wie Berater-Schultern eine Tasche wie jene aus leichtem Canvas von Piquadro (4) wünschen. Oder die in Knallrot von Lili Radu (3). Aber halt, die steht ja eigentlich Frauen besser. Und wir dachten schon, Weekender könnten eine der letzten Bastionen der Männlichkeit sein. (*jwi.*)

FOTOS FRANK ROTH



©TFCO, 2015

BERLIN DÜSSELDORF FRANKFURT AM MAIN HAMBURG MÜNCHEN
STUTTGART WIEN ZÜRICH TIFFANY.COM

WILLST DU MIR GLAUBEN, WENN ICH SAGE:
SO PERFEKT DIESER RING AUCH IST - ER WIRD ERST DANN
WIRKLICH STRAHLEN, WENN DU IHN TRÄGST?
WENN DU DEINEN TEE TRINKST, UNSERE KINDER UMARMST
UND DIE TÜR ZU EINER WELT ÖFFNEST,
DIE TAG FÜR TAG WUNDERBARER WIRD - EINFACH
WEIL DU DARIN LEBST.

WILLST DU?



TIFFANY & Co.
NEW YORK SINCE 1837

KINDERKRAM

Ich möchte endlich mal wieder raus, hatte unsere Freundin, die Buchhändlerin, gesagt, als wir wegen des nächsten Spieleabends telefonierten: Jeden Tag im Laden, abends noch aufräumen, am Wochenende reicht es dann vielleicht für einen Ausflug in den Odenwald ...

Aber da ist es jetzt doch sicher sehr schön, hatte ich gesagt.

Lass mal, hatte unsere Freundin gesagt, vielleicht fahren Ullrich und ich im Sommer weit weg und machen die Buchhandlung zwei Wochen lang dicht.

Als sie zu uns kamen, war es noch am Abend mild. Die Buchhändlerin hatte einen Strauß Krokusse mitgebracht, und meine Frau zeigte nach dem Essen das Brettspiel, das sie im Frankfurter Heinrich-Hoffmann-Museum gekauft hatte.

Heinrich Hoffmann, fragte Ullrich, ist das der Verückte mit dem „Goldenen Topf“? Mir fielen die Brüder Hoffmann ein, die vor vielen Jahren mal für Deutschland am „Grand Prix d'Eurovision de la Chanson“ teilgenommen hatten, aber weil ich mir dazu kein Museum vorstellen konnte, hielt ich lieber den Mund.

Heinrich Hoffmann, Erfinder des Struwwelpeter, sagte meine Frau, außerdem im 19. Jahrhundert Direktor der psychiatrischen Anstalt in Frankfurt.

Dann lag ich ja nicht so falsch, sagte Ullrich und goss sein Glas wieder voll.

Meine Frau öffnete eine buntbemalte Pappschachtel. „Des Herrn Fix von Bickenbach Reise um die Welt in 77 Tagen“, stand darauf, neben kleinen bunten Zeichnungen und dem Bild eines älteren Herrn mit Rauschbart. Das ist Heinrich Hoffmann, sagte meine Frau, er hat dieses Brettspiel mit 70 Jahren für seine Enkel gemalt und geschrieben. Seit kurzem kann man es als Reprint kaufen.

Jeder von uns bekam eine Spielfigur und zehn Plättchen als Reisegeld. Auf den ersten Feldern sah man, wie ein fröhlicher blonder Mann in roter Jacke seine Familie verlässt. Weil sein Vater weint (Feld 2), seine Mutter ebenfalls (Feld 3) und auch unzählige Geschwister (Feld 4), waren jedes Mal ein oder zwei Mark fällig, wenn man auf eines der Felder kam. Teuer war auch die Abfahrt in Bremen an Bord der „Windbeutel“, die Eisenbahn von „Neu York“ an die Westküste Amerikas, ein Indianerüberfall oder der Ritt auf einem Känguruh in Australien.

Ullrich hatte am meisten Glück: Er sah unterwegs eine Seeschlange und erhielt drei Mark, fand einen Goldklumpen in „Californien“ (eine Mark), und auf der Insel der Menschenfresser wurde er „aber nicht gegessen, sondern gut bewirtet“, was ihm vier Mark eintrug. Schließlich verliebte sich in Lissabon die portugiesische Königstochter in ihn und heiratete ihn.

Jetzt bist du Prinz Ullrich, sagte unser Sohn.

Das sollte eigentlich ein bisschen mehr bringen als nur zwei Mark, sagte Ullrich, aber egal.

Ich musste währenddessen zwei Mark dafür zahlen, dass ich auf Madeira zuviel getrunken und das Schiff verpasst hatte. Unser Sohn ritt auf einem Krokodil (eine Mark), und meine Frau kam auch auf das Feld mit der verliebten Prinzessin.

Das geht aber nicht, sagte Ullrich, die ist schon mit mir verheiratet.

Und du mit mir, du Bigamist, sagte die Buchhändlerin. Ullrich würfelte und kam ins Ziel. „Glockenklang, Kanonendonner, weiße Jungfrauen, Jubel, gewonnen“, las er vor. Hier steht außerdem, dass alle Mitspieler zum Sieger einen Tag lang besonders nett sein müssen, sagte Ullrich zufrieden.

Glockenklang, Kanonendonner, sagte die Buchhändlerin verträumt, das wär's.

Gibt es dieses Bickenbach wirklich, fragte unser Sohn.

Ja, sagte meine Frau, im Odenwald.

Und ich brachte unseren Sohn

ins Bett. *Tilman Spreckelsen*



PRÊT-À-PARLER



An der Bar von „Tartufo & Friends“: Die Hunde auf den Bildern oben sind Trüffelhunde.

NEUE RÄUME FÜR TRÜFFELTRÄUME

Wer frische Trüffeln liebt, musste in Italien bisher ins Piemont oder in die Marken fahren. Seit kurzem können sich Trüffelliebhaber den frischen Pilz auch in Mailand über die Tagliatelle reiben lassen. Am Corso Venezia 18 hat im vergangenen Herbst „Tartufo & Friends“ eröffnet – das erste Restaurant in Mailand, das einfach mal die gesamte Speisekarte der Trüffel widmet.

Schon optisch sticht das Lokal auf dem Corso hervor. Nach den bunten Schaufenstern von Moschino und Missoni und vor den steingrauen Palazzi rankt Wacholder an einer Fassade empor. Zwischen dunkelgrünen Bäumen strahlt die Trüffelauslage durch die gläserne Eingangstür.

„Wir wollen erschwinglichen Luxus für jedermann bieten“, sagt Alberto Sermoneta, der Inhaber des Restaurants. Mit Luxus kennt er sich aus. Seine Familie besitzt in Rom verschiedene Geschäfte großer italienischer Modemarken. Als sie vor ein paar Jahren neue Geschäftsfelder suchten, entwickelte Alberto Sermoneta das Gourmet-Konzept.

Er setzt in seinem Restaurant auf italienische Tradition, lässt sich davon aber nicht einengen. Der erste Bruch sind schon die Öffnungszeiten: von 11 bis 23 Uhr, ohne die traditionelle Pause am Nachmittag. „Wir sind den ganzen Tag über für unsere Gäste da: Business-Lunch am Mittag, Dinner mit Freunden, Aperitif am Abend. Oder die Gäste kommen nur vorbei, um ein Gourmetprodukt für zu Hause mitzunehmen.“

Diese Produkte sind es auch, die neugierige Passanten anlocken. Trüffelsalz, Trüfföl und Trüffelpasteten sind am Eingang aufgereiht. In einer Vitrine steht ein Silbertablett mit den frischen dunklen Trüffeln, die gerade Saison haben. Auch die seltenere weiße Trüffel steht auf der Karte. Die Farben der beiden Trüffelsorten bestimmen das Einrichtungskonzept. Links des Eingangs ist der Bereich für Business-Meetings und ruhige Dinner in gedeckten Farben gehalten. Schwarz-weiß karierte Polster auf den Bänken, eichenfarbene Tischchen. Von der Decke werfen rauchige Spiegel das von weißen Platten durchbrochene Muster des dunklen Bodens zurück.

Heller und sinnlicher wird es an der Bar rechts des Eingangs: Der Tresen ist aus Baumscheiben, in durchsichtiges Hartwachs eingelassen; die Holzöne finden sich in den cognacfarbenen Lederhockern wieder. Hinter der Bar ist ein vertikaler Garten mit Farnen und Moosen gepflanzt. Und diese schwarz-weißen Aufnahmen von Hunden über der Bar? „Das sind Trüffelhunde“, sagt Sermoneta. „Ohne sie könnten wir gar keine Trüffeln essen.“

Während er von der Schönheit der Trüffeljagd schwärmt, holt ihn die Hektik des Alltags ein. Das Smartphone klingelt. Während des Gesprächs hat es wiederholt gebrummt und gepiept, dieses Mal muss er drangehen. Zeit für einen Blick auf die Speisekarte. Die Vorspeisen

beginnen bei 16 Euro, die Hauptgerichte bei 25 Euro. Hausgemachte Fettuccine, Risotto und Omelett, aber auch Kalbs- und Lammfilet – allesamt wahlweise mit schwarzen oder weißen Trüffeln.

Später am Abend wird sich zeigen: Die Pasta ist perfekt *al dente*, die Trüffeln sind großzügig darüber gerieben. Nur das Dessert, Vanilleeis mit Feigen und weißem Trüffelhonig, ist geschmacklich etwas zu verträffelt. Anderen Gästen ist die Kombination gerade recht.

„Wir servieren hier klassische italienische Gerichte“, sagt Sermoneta, als er sein Telefonat beendet hat. „Natürlich mit einem kleinen Twist wie Basilikumsalz oder Shrimps aus Sizilien.“ Alles ist hier italienisch, von den Gerichten über den Wein bis zum Küchenchef. Nicht zu vergessen: die Trüffeln. „Wir kennen unsere Lieferanten persönlich“, sagt Sermoneta. „Die Qualität ist uns sehr wichtig.“ Wie zum Beweis unterbricht ihn ein Mitarbeiter, um die Lieferscheine des Tages zur Prüfung vorzulegen. „Bis zu 45 Kilogramm Trüffeln verbraucht das Küchenteam im Monat, in jedem unserer Restaurants“, sagt Sermoneta – und spielt damit auf das „Tartufo & Friends“ in Rom an, das erste Trüffelrestaurant, das er eröffnet hat. Es liegt am Fuß der spanischen Treppe und zieht nicht nur Einheimische, sondern auch viele Touristen an.

„Dort kommt es schon mal vor, dass wir 45 Tage im Voraus ausgebucht sind.“ Deshalb habe er in Mailand nach größeren Räumen gesucht. Er fand sie in einem alten Palazzo, der schon Napoleon und Josephine für drei Monate als Residenz gedient hatte.

Doch Mailand ist nicht genug. Bald soll es auch bei Harrod's in London „Tartufo & Friends“ geben, ein weiteres Restaurant soll in Dubai eröffnet werden. Am Fenster sind die beiden Orte schon unter dem Titel „Truffel Lounge“ vermerkt. Gibt es überhaupt genug frische Trüffeln aus Italien für den Expansionszug? „So lange man dafür ordentlich zahlen kann“, meint Sermoneta weise, „gibt es auch genug Trüffeln.“ *Maria Wiesner*



Man darf wählen: Weiße oder schwarze Trüffeln sind immer dabei.

FOTOS MARIA WIESNER (2) FAZ





BOSS 0675/S

BOSS
HUGO BOSS
eyewear

HUGOBOSS.COM



Gut in Form: Die „Sun City Poms“ aus Arizona kämpfen gegen die Schwerkraft und erfreuen sich ihrer Biegsamkeit.

ALTER, WAS GEHT?

Madonna hat neulich in einem Interview behauptet, das einzige, was man den Leuten heute noch ernsthaft anlasten könne, sei das Älterwerden. Zitat: „Das ist das einzige, womit dich die Leute noch diskriminieren und Scheiße reden können.“ Alles sei also gesellschaftsfähig geworden, nur nicht der körperliche Verfall. Man kann über Madonna denken, was man will, aber scharfsinnig ist sie mit dieser Beobachtung durchaus.

Das Problem am Älterwerden, sofern man das mit Anfang zwanzig aus sicherer Entfernung überhaupt bewerten darf, scheint die Wanderung auf schmalen Grat zu sein – zwischen den Widerstandsreaktionen Aufbegehren mit Eingriff (Botox) und Resignation mit Zurückhaltung (beige-farbene Steppjacke, Herzsport). Beide Varianten, die krampfhaft Junggebliebenen und die Steppjackenträger, werden von der Öffentlichkeit verurteilt. Das ist nicht fair. Wir alle werden irgendwann alt. Keiner kommt am Hängebusen vorbei.

Am wenigsten gefällt das natürlich Madonna. Statt dem Älterwerden mit Heiterkeit und Selbstironie zu begegnen, stählt sie sich im Fitnessstudio und taucht im Domina-Outfit bei Preisverleihungen auf. Dieses Verhalten hat etwas Zwanghaftes. Wer sich selbst einem Zwang unterwirft, kann nicht glücklich sein. Deshalb hier ein Vorschlag für den langsam alternden Popstar: Fahren Sie doch mal nach Sun City in Arizona!

Dort sorgen Seniorinnen unter dem Namen „Sun City Poms“ seit 1979 für richtig gute Stimmung. Ursprünglich wurden die Damen als Motivationsbeauftragte für die örtliche Softball-Damenmannschaft engagiert. Die Sun City Poms sind Cheerleaderinnen. Wer eine Frau und mindestens 55 Jahre alt ist, darf Mitglied werden. Berufserfahrungen als Akrobatin oder Tänzerin sind nicht erforderlich. Was zählt, ist ein guter Sinn für Rhythmus.

Die Sun City Poms tragen sehr kurze, bunte und glitzernde Fransenkostüme zu Föhnfrisur und faltigen Schenkeln. Sie lassen die Lametta-Pompoms wirbeln und treten mit flotten Tanzeinlagen bei Sportveranstaltungen, Benefiz-Events, Gemeindetreffen und Galas auf. Um ihr Alter scheinen sie sich nicht zu scheren. Im Gegenteil: „With excitement, agility, and grace“, so die offizielle Sprachregelung, „these women perform pyramids, pinwheels, while some even do splits, leg lifts, and headstands.“

Mag sein, dass Madonna gelegentlich auch mal einen Handstand macht. Dabei wird sie sich aber wohl kaum so schön amüsieren wie die grauhaarigen Tänzerinnen der Sun City Poms. In dem Kurzfilm der amerikanischen Dokumentarfilmerin Danielle Levitt geben die Damen ein paar Kostproben ihres Könnens zum Besten. Mit Sonnenbrille wippen sie im Tanzstudio, schwingen die Hüften oder spielen Luftgitarre. Einige können sich sogar zum Spagat verbiegen. Dazu tragen sie paillettenbestickte Bodys und blauen Lidschatten.

„I think it's a smashing costume“, sagt eine der Tänzerinnen in Levitts Film und betrachtet zufrieden ihre schillernde Erscheinung im Spiegel. Die Dame im himmelblauen Kostüm wird gefragt, was ihr am meisten an den Sun City Poms gefalle. „I do this for me“, sagt sie inbrünstig. „I do this because it makes me feel good about me.“

Das eben hat Madonna nicht verstanden. Älterwerden heißt, sich den Luxus erlauben zu dürfen, niemandem sonst als sich selbst zu gefallen. Die Sun City Poms haben Lust zu tanzen, die Hüften zu schwingen und zu diesem Zweck mit ihren nicht mehr ganz perfekten Armen und Beinen in raspelkurze Showgirl-Kostüme zu steigen. Wen kümmert die Cellulitis? Der Hängebusen? Die Falten im Gesicht? Alter ist eine Frage der Einstellung. Die Sun City Poms wirken mit ihrem beschwingten Elan weitaus dynamischer als so manche miesepettrige Jugendliche. Warum also dieser verzweifelte Drang, nicht nach 55 oder 60 Jahren auszusehen? So etwas Profanes wie ewige Jugend ist doch wirklich nebensächlich. *Claire Beermann*

FOTOS: BULLS PRESS

PRÊT-À-PARLER



Es war eine der großen Forschungsreisen des 19. Jahrhunderts. 1854 brachen die Brüder Hermann, Adolph und Robert Schlagintweit auf, um Himalaya und Karakorum zu erkunden. In knapp drei Jahren sammelten sie viele Skizzen, Daten und Objekte, wie diese tibetische Maske einer Gottheit. Viele der Zeugnisse sind nun im Alpinen Museum in München zu sehen. („Über den Himalaya“, bis 10. Januar 2016)

PRÊT-À-PARLER

LANDHAUSSTIL, WENN MAN SO WILL

Die Geschichte beginnt in den Chiltern, einer aus Kreide bestehenden Hügelkette im Nordwesten Londons. Die Erhebungen, zum Teil bewaldet, ziehen sich von der Themse in Oxfordshire über ganz Buckinghamshire bis nach Dunstable in Bedfordshire. Der höchste Punkt des auf die Vergletscherung in der Eiszeit zurückgehenden Geländes ist mit 267 Metern der Haddington Hill bei Wendover. Die Chiltern Hills zählen zu den britischen „Areas of Outstanding Natural Beauty“.

An diesem Flecken, zwischen den Dörfern Skirmett und Hambleton, hat David Chipperfield 2013 eine großzügige Villa bauen lassen: Fayland House in Buckinghamshire. Auch die Innenausstattung stammt von dem zum Ritter (CBE) geschlagenen britischen Architekten, darunter einige massive Möbel aus Holz. Einen der Prototypen nahm der Einundsechzigjährige mit nach Berlin in sein Studio. Den Tisch vor Augen, muss er sich gedacht haben, wie schade es doch wäre, wenn der gelungene Entwurf nur in einem Haus



Linear: Tisch „Fayland“ und Bank „Fawley“ von David Chipperfield

MAN KANN AUCH NACH DEM APERITIVO ZU ABEND ESSEN

Von den Italienern kann man in Sachen Essen und Trinken einiges lernen – und die Deutschen glauben trotzdem oft genug, es besser zu wissen. Da ist zum Beispiel das üppige Buffet, das in Mailand ab 17 Uhr in jeder Bar zum Aperitivo aufgebaut wird, mit Mini-Tramezzini, Mozzarella di Bufala, Schinken, eingelegten Artischocken, Oliven, Peperoni. Die Italiener nehmen sich ein paar Häppchen zum Aperol und essen sie so beiläufig wie Deutsche nur Erdnüsse verspeisen können. Weil es in spätestens vier Stunden Abendessen gibt, würde sich hier niemand den Teller beladen. Deutsche hingegen sehen das Aperitivo-Buffet, bekommen große Augen, und plötzlich ist der Geldbeutel für das anschließende Abendessen doch ganz klein. Wenn es hier schon kostenlos etwas zu essen gibt! Und das auch noch so reichhaltig ist!

Wer also ab und zu in Mailand am Flughafen wartet, hört immer wieder die Telefongespräche begeisterter Deutscher, die ihren Liebsten und Nächsten in der Ferne stolz davon erzählen, wie sie beim großen Aperitivo saßen und wie sie die Reservierung für das Abendessen daraufhin gleich wieder haben stornieren können. Man sei ja schon so satt geworden. Am liebsten möchte man ihnen zurufen: Ein Aperitivo ist nicht dazu da, um satt zu werden, sondern um richtig Appetit zu bekommen. Das ist doch eigentlich der Spaß daran.

Was das alles mit dieser Flasche Schaumwein zu tun hat? Die ist noch so ein Beispiel für Genuss, den viele Deutsche zunächst falsch verstehen. Ebenso wenig, wie es sich beim Aperitivo um ein Dinner handelt, geht es beim Schaumwein Franciacorta um Prosecco. Franciacorta ist Franciacorta! Besser als Prosecco, nicht ganz so gut wie Champagner, aber dafür italienisch! 15.475.977 Flaschen verkaufte Franciacorta im vergangenen Jahr, 9,2 Prozent davon ins Ausland, also 1.423.790 Flaschen. Langsam wird der Schaumwein auch in Deutschland zum Lifestyle-Getränk. Offizieller Expo-Drink ist er schon in diesem Jahr. Wer eine Expo-Veranstaltung besucht, wird um Franciacorta so wenig herumkommen wie um den Aperitivo in Mailand – und hoffentlich das anschließende Dinner. Ach ja, noch was: Franciacorta passt gut zu beidem, zum Aperitivo wie zum Abendessen. *(jwi.)*



Schon mal besser als Prosecco: Um den Franciacorta kommt man auf der Expo nicht herum.

stünde, und so wandte er sich an den deutschen Hersteller, der sein neues Werk am besten in Serie produzieren kann.

Für „e15“ kam die Anfrage überraschend, doch im richtigen Moment. Das Unternehmen feiert sein zwanzig-jähriges Bestehen. Philipp Mainzer, ebenfalls Architekt, hatte 1994 zusammen mit Florian Asche eine Werkstatt in Hackney in London gegründet. Ein Jahr später wurde ein Möbelhersteller daraus, benannt nach der Postanschrift („east 15“). Von London führte der Weg über Oberursel nach Frankfurt, wo „e15“ heute seinen Hauptsitz hat. Dort stehen die mittlerweile bekannten Möbel: der „Bigfoot“ mit seinen dicken Beinen, aus dem Kern einer Eiche gesägt, und der „Backenzahn“, ein Hocker aus Eiche oder Nussbaum, der so aussieht wie er heißt.

Nun kommt der nicht ganz so massive Tisch „Fayland“ hinzu, der ganz der ländlichen Idylle entspricht, für die er gemacht wurde. Chipperfield, Sohn eines Bauern, hat neben den Tisch noch eine Holzbank („Fawley“) mit der gleichen Mittelzarge gestellt, die es stark verkürzt auch als Stuhl oder Hocker („Langley“) gibt. Die kleine Familie wird erstmals kommende Woche auf der Mailänder Möbelmesse zu sehen sein – in Nussbaum und Eiche, geölt oder weiß pigmentiert oder in Schwarz. Schon einen Tag vor dem Salone hat die Kollektion ihre Premiere im „e15“-Showroom, der etwa 300 Meter die Via Tortona entlang in die Hausnummer 34 gewandert ist, aber weiter im Trendviertel liegt. *(pps.)*

FOTOS: HERSTELLER ©, MARIANNE FRANKE



A.D. NATALIA CORBETTA / FOTOGRAFIA MARIO CIAMPI

AGENTUR PATRICK WEBER
Tel. 07044-922910
Fax 07044-922922
info@italdesign.de

WING
design by
ANTONIO CITTERIO

FLEXFORM
MEDA (MB) ITALIA
www.flexform.it



PRÊT-À-PARLER

DIESEN SCHUH ZIEHEN SICH AUCH AKTIENKURSE AN



Mitmachmode: Kanye West präsentiert seine neuen Schuhe.

Nicht etwa die Modenschau von Prada in Mailand oder Dior in Paris wurde in der gerade vergangenen Saison am meisten geklickt – sondern die Präsentation einer fränkischen Sportmarke. Adidas hatte schließlich einen ganz besonderen Designer in die Manege geschickt. In New York zeigte der amerikanische Über-Rapper und Produzent Kanye West seine erste Kollektion für die Marke – zuvor war er übrigens für Nike, den ärgsten Konkurrenten, als Gastdesigner tätig. Jay-Z und seine Frau Beyoncé, „Vogue“-Chefredakteurin Anna Wintour und Modedesigner Alexander Wang saßen in der ersten Reihe. Fürs Foto stellte sich Kanye West zu der von Vanessa Beecroft inszenierten Model-Armada in Bomberjacken, zerschlissenen Oversize-Sweatshirts und Schutzwesten. Es sah also nach Kampf aus. Aber um die Mode ging es in diesem Fall ohnehin weniger.

Höhepunkt der Kollektion „Yeezy Season 1“ ist der Launch des Sneakers „Yeezy 750 Boost“. Das ist natürlich kein normaler Turnschuh. Kanye West, der modisch beflissen ist und schon Bühnenausfits von Givenchy oder Maison Martin Margiela trug, hat mit Adidas in achtzehnmonatiger Zusammenarbeit einen neuen Schuh entwickelt. Mit breit geriffelter Sohle und der Silhouette eines Basketballschuhs wirkt er recht klobig. Aber trotz dicker Lasche kommt er wie aus einem Guss und zudem sehr leicht daher. Schön? Hässlich? Kommt es darauf an? Dieser Schuh ist ein Unikat. Sneaker-Süchtige müssen die Yeezys einfach haben.

Aber lange Schlangen von Fans blieben zwei Tage später beim Launch im New Yorker Flagship Store aus. Nicht etwa, weil es keine Abnehmer für die limitierte Auflage von 9.000 Exemplaren gegeben hätte. Nein, es gab wenig Gedränge, weil Adidas die Reservie-

rungen vorab mit der neuen App „Adidas Confirmed“ kanalisiert hatte – während gleichzeitig in Manhattan die Warteschlangen für das Nike-Konkurrenz-Modell Retro Air Jordan 10 Retro von der Polizei aufgelöst wurden. Die Formel „Sportmarke plus Star gleich Erfolg“ – seit der Liaison von Run-DMC mit dem Adidas Superstar ein Erfolgsmodell – hat sich dieses Mal richtig gelohnt. Nicht einmal die Adidas-Originals-Kooperationen mit Pharrell oder Rita Ora reichten an diesen Coup heran. Auf Ebay werden die neuen Sammlerobjekte schon für weit mehr als 1000 Euro angeboten.

Daher schickt das Adidas-Tochterunternehmen Reebok nun Westcoast-Rapgenie Kendrick Lamar ins Rennen. Puma hört auf Sängerin Rihanna. Vielversprechend sind weiter auch die *capsule collections* von echten Designern. Bei Adidas gesellen sich zu Yohji Yamamoto und Stella McCartney nun Raf Simons und Mary Katrantzou. Nike kooperiert mit Unbekannten wie Johanna Schneider aus Berlin oder der Japanerin Chitose Abe vom Label „Sacai“. Grenzen der Expansion gibt es aber doch. Denn für den großen Umsatz stehen die Lifestyle-Produkte bislang nicht. Aber das Image ändert sich – und das hilft heute ja sogar den Aktienkursen. *Julia Stelzner*



Schon ausverkauft: Mit dem limitierten Sneaker Yeezy hat Adidas die Phantasien so erhitzt, dass die Fans tagelang der Kälte trotzen.

„ICH WAR DER ERSTE, DER DEN YEEZY BEKOMMEN HAT“

Herr Saad, Sie haben für ein Paar Yeezys – von insgesamt zwölf Paar – fünf Tage lang vor einem Laden in Frankfurt gecampft. Das ist schon ziemlich verrückt. Ja, es war Ende Februar und saukalt. Zum Glück hat uns jemand Heizpilze geliehen.

Wie kann man sich das vorstellen: Campen für Schuhe? Ich war der erste, der seine Campingliege aufgestellt hatte. Zusammen mit dem Ladenbesitzer hatte ich dafür zu sorgen, dass alles nach den Regeln läuft. Wer kommt, trägt sich in eine Liste ein und muss dann bis zum Verkaufsstart bleiben. Stehen zwölf Namen auf der Liste, kann der dreizehnte wieder gehen – oder sich als Nachrücker aufschreiben lassen, falls noch einer aufgibt. Wenn jemand zur Toilette muss, gibt er mir kurz Bescheid. Weil ich der erste Camper war, war ich dann auch der erste, der den Schuh bekommen hat.

Hat sich das gelohnt? Die Leute flippen aus. Ich war neulich im Perkins Park, einem Club in Stuttgart. Ein Fotograf hat ein Bild von mir gemacht, das heißt von meinem Knöchel bis zur Sohle. Das Foto hat bei Facebook 50 Likes bekommen – Fotos mit Menschen darauf nur fünf oder sechs. Das muss man sich mal vorstellen: Dieser Schuh kommt besser an als hübsche Frauen.

Ist es das, worum es geht: gut anzukommen? Nein, nicht wirklich. Mir wäre es lieber, wenn mich keiner darauf anspricht.

Das glaubt Ihnen jetzt niemand. Ganz ehrlich, ich habe die Schuhe für mich selbst gekauft. Klar, das hat was mit Fashion zu tun, aber mit meinem persönlichen Lifestyle. Bevor der Yeezy rauskam, meinten die meisten: Boah, wie hässlich sind diese Schuhe. Ich habe auch die Rick Owens von Adidas, die

finden die meisten nicht schön. Die sehen aus wie Pferdehufe – also super.

350 Euro hat der Yeezy gekostet. Viele Schuhsammler verkaufen ihn wieder. Im Internet sind schon Modelle für 2000 Euro weggegangen. Ich bin kein Schuhsammler. Schuhe sind zum Tragen da. Ich gebe überhaupt sehr viel Geld für Kleidung aus. Als ich in Frankfurt für den Yeezy gecampft habe, war ich auch shoppen. Du kannst kein krasses Auto haben und dann billige Felgen drauf.

Und was kaufen Sie dann, um den Yeezy in Szene zu setzen? Ich habe in Frankfurt ein schwarzes Hemd gekauft, ärmellos und lang bis hinunter zum Knöchel. An den Seiten, etwa von der Hüfte abwärts, hat es lange Schlitzte. Das trage ich mit langen Trainingsleggings, Trainingsshorts und mit den Rick-Owens-Sneakern.

Sie können mir nicht erzählen, dass Sie damit nicht provozieren wollen.



Waed Saad aus Stuttgart, 25 Jahre alt, campierte tagelang vor dem Frankfurter Geschäft „Uebervart“ für die Yeezys.

Ich will provozieren, mich selbst. Es geht mir nicht um die anderen. Ich will mich schön finden – und ich will mich wohlfühlen. Ich bin Leistungssportler, und manchmal ziehe ich auch in der Freizeit einfach meine Laufklamotten an. Mit Sportschuhen natürlich.

Den Yeezy hat Kanye West entworfen. Er ist der King. Madonna hat gesagt: „Kanye West ist die schwarze Madonna.“ Musikalisch ist er eine Legende, er bewegt die Menschen. Ich habe all seine Alben.

Hätten Sie den Schuh auch gekauft, wenn das nicht so wäre? Ich glaube schon. Natürlich kann Kanye West den Schuh besser vermarkten als Adidas alleine. Ich hetze aber nicht den Stars hinterher. Ich habe zum Beispiel keinen einzigen Air Jordan, weil ich keinen Bezug zu Michael Jordan habe. Wahrscheinlich wissen die meisten Menschen nicht, wie viele Punkte Jordan in seiner besten NBA-Saison gemacht hat – und kaufen trotzdem einen Jordan, weil es cool ist. Für mich ist das nichts. Ich muss mich mit meinen Klamotten identifizieren können.

Haben Sie jetzt erst einmal genug vom Campen für Schuhe? Nein, gar nicht. Bei Footlocker in München und Stuttgart gab es kürzlich wieder je 50 Yeezys – ein Restock, ein Nachklapp, sozusagen. Die kamen an einem Mittwoch raus, da hatte ich schon vier Tage vor dem Stuttgarter Laden gecampft. Man hat dann nur ein Bändchen bekommen und konnte den Yeezy erst einen Tag später abholen, aus Sicherheitsgründen. In London und Paris wurden Yeezy-Käufer kurz nach den Camp-Outs überfallen.

Aber Sie haben doch schon Yeezys. Wollen Sie das zweite Paar doch verkaufen? Nein, ich habe gern zwei Paar. Das mache ich meist so.

Die Fragen stellte Denise Peikert.

ZIMMER+ROHDE

Stoffe | Möbel | Tapeten | Bettwäsche | Posamenten

ARDECORA ETAMINE HODSOLL McKENZIE TRAVERS WARNER FABRICS ZIMMER+ROHDE

www.zimmer-rohde.com

AUSGEWÄHLTE PARTNER DEUTSCHLAND 01477 **Arnsdorf/Dresden** Schwarzmeier | Raumausstattung | 035200 24279 **04109 Leipzig** HUBERT | Schlafen / Wohnen / Leben | 0341 2132112 **06114 Halle/Saale** Ambiente Wiecha OHG | www.ambiente-home.de **10623 Berlin** Lars Leppin GmbH | Im Stilwerk Berlin | www.lars-leppin.de **10717 Berlin** Lamnfromm & Vogel | info@lamnfromm.de **10719 Berlin** PARIS 56 | fine interiors Detlev Böhnke | www.paris56.de **10785 Berlin** Möbel-Hübner Einrichtungshaus GmbH www.moebel-huebner.de **21029 Hamburg** MARKS Einrichtungen GmbH & CO. KG | www.marks-einrichtungen.de **20354 Hamburg** Einrichtungshaus Bornhold GmbH | www.bornhold-hamburg.de **22299 Hamburg** H. Bayram | Inneneinrichtungen | 040 2792221 **22523 Hamburg** Holger Mau | Raumausstattung | info@mau-wohnen.de **22547 Hamburg** Imme Witt | Raumausstattung | www.imme-witt.de **22587 Hamburg** KB Interieur | kira@breckwolt-interieur.de **22765 Hamburg** Helm & Helm Inneneinrichtung | www.helm-und-helm.de **21244 Buchholz** Hapke Interior Design | www.hapke-interiordesign.de **21335 Lüneburg** Crull Exklusiv Einrichten OHG | www.crull.de **23564 Lübeck** Raumausstattung Poppel | Inh. Alexander Hahlbeck e.K. | www.raumausstattung-poepel.de **23843 Bad Oidesloe** Raumausstattung Ramon Strobl | www.r-strobl.de **24109 Kiel** Das Feindler Einrichtungen GmbH | Elke und Milla Lerschau | www.dasfeindlerkiel.de **25535 Elmhorn** B & K Wohnkultur GmbH | www.bkwohncultur.de **26122 Oldenburg** Designers House GmbH | www.designers-house.de **31134 Hildesheim** Nur für Innen | Raumausstattungen Kerlmeier Holk | www.nur-fuer-innen.de **31220 Peine** L O H R GmbH | Architektur + Wohnen | www.lohr-peine.de **31515 Wunstorf** Voss Inneneinrichtung GmbH | www.voss-inneneinrichtung.de **33093 Paderborn** Gardinastudio Schönlaui | www.schoenlau-gardinen.de **33106 Paderborn-Elsen** Hampel Raumausstattung GmbH & Co. KG | www.hampel-elsen.de **34487 Korbach/Rhena** Schäfer Raumgestaltung e.K. | www.schaefer-raumgestaltung.de **35423 Lich** Valder-Wohnen Polster- und Gardinenwerkstatt | Stefan Thielier | info@valder-wohnen.de **38100 Braunschweig** Renter Einrichtungen GmbH | www.renter.de **38518 Gifhorn** Schöner einrichten | Inh. Georg Schöner | www.schoener-einrichten.de **39114 Magdeburg** Oliver Niebel Raumausstattung | www.oliver-niebel.de **40212 Düsseldorf** Raumakzente + Ausstattung GmbH | Im Stilwerk | info@raumakzente.de **40237 Düsseldorf** Klockhaus Dekorationen & Wohnideen | 0211 660331 **42551 Velbert** Trockel GmbH | 02051 95960 **45130 Essen** Gardinen Schniedemeier GmbH | 0201 772215 **45468 Mülheim an der Ruhr** H.J. Wilps Creative Raummode | Inh. Peter Wieser | creative-raummode@arcor.de **45468 Mülheim an der Ruhr** Pogge Home Decor | www.pogge.de **47138 Duisburg** H. Dahmen & Söhne KG | www.hds-buero.de **48157 Münster** Schwarte Raumgestaltung | www.schwarte-raumgestaltung.de **48291 Telgte** Schwarte Raumgestaltung | www.schwarte-raumgestaltung.de **49205 Hasbergen** Hillebrand | Raum + Idee GmbH | www.raumundidee-hillebrand.de **49377 Vechta** Michael Bosnak | Raumausstattung | info@bosnak-vechta.de **50170 Kerpen-Sindorf** Holger Peters | Raumausstatter | 02421 888847 **51427 Bergisch Gladbach** Reitz Lebensräume | Wilhelm Reitz GmbH | 02204 22597 **51469 Bergisch Gladbach** Raumausstattungen Eicker | 02202 58161 **51674 Wiehl** Raum und Idee Lang | 02262 93368 **52062 Aachen** Mathes GmbH + Co. KG | 0241 4703010 **52062 Aachen** Sven Woytschetzky GmbH 0241 5159880 **52076 Aachen** Stoffwerkstatt | Uta Sommer | 02408 9296080 **52355 Düren** Kelzenberg | Einrichtungen GmbH & Co. KG | 02421 62051 **53173 Bonn** Cubio GbR | Stoffe + Wohnen | 0228 1809525 **53474 Ahrweiler** Georg Geschier + Söhne GmbH & Co. KG 02641 34386 **54294 Trier** Fesser Einrichtungen GmbH | 0651 828820 **56068 Koblenz** KREPELE EINRICHTEN | 0261 2072910 **59909 Bestwig** SCHREWE.EINRICHTEN | 02904 97220 **60487 Frankfurt** Raum + Textil | Renate Diesel & Co. GmbH | info@raum-textil-decoration.de **60569 Frankfurt** Cri-Cri Handels GmbH | 069 66058200 **60594 Frankfurt** KERN-DESIGN GMBH | Innenarchitektur + Einrichtung | 069 7895433 **61348 Bad Homburg** Wehner | Decoration | 06172 24992 **61440 Oberursel** RUPPEL | raumgestaltung GmbH | 06171 4946 **63280 Dreieich** Ilse Koller Einrichtungen | 0171 2640150 **63477 Maintal-Dörnigheim** Wehner | Decoration | 06181 491580 **63486 Bruchköbel** Barbara Bittner | Kreative Raumgestaltung | 06181 9063348 **63500 Seligenstadt** Gardinen Seibert | 06182 921010 **64653 Lorsch** GRAF Raumausstattung | 06251 52437 **65183 Wiesbaden** KA International | PRAGER INTERIORS | 0611 5058344 **65185 Wiesbaden** NB-Wohnen GmbH | Einrichtungshaus | furtmann@nb-wohnen.de **65388 Schlagenbach** Neumühle | Zauberhaft Wohnen 06129 2478 **67059 Ludwigshafen** DÖRR planen + einrichten | 0621 510970 **67346 Speyer** Günter D. | Möbel- und Einrichtungshaus | 06232 75098 **68161 Mannheim** hopffer Raumausstattung | 0621 1560608 **68165 Mannheim** Jowa Wohndecor | 0621 408508 **69121 Heidelberg** Gentner | Raum + Idee | www.gentner-heidelberg.de **71032 Bietigheim** Thomas Hipp | Textil und Raum | www.thomashipp.de **73358 Schwäbisch Gmünd** Raumwerk | Erol Edelbauer | 07171 403029 **74092 Neuenstein** Cordula O. Haag | Raumausstattung 07342 2146 **75133 Karlsruhe** Raumausstattung Blum OHG | 0721 33589450 **77615 Bielefeld** Josef Oberfell GmbH | Raumausstattung | www.oberfell.de **78452 Konstanz** ITTA & BREMER GmbH | Inneneinrichtungen | 07531 1282930 **78530 Lärch** Lohndörfer | Licht & Wohnen OHG | www.lohndorfer-lichtundwohnen.de **78761 Waldshut-Tiengen** Seipp Wohnen GmbH | www.seipp.com **80335 München** KARSTADT MÜNCHEN Bahnhofplatz | 089 55121316 **82069 Neufahrn/Schäftlarn** IA Classe | Witzal & Berthold GmbH | www.ia-classe.de **82205 Olching** Raum-Art | Iris Ronnenberg | 08105 5763 **85276 Pfaffenhofen** Einrichten mit Stoffen | Anita Kerner | 08431 847934 **86919 Utting** Robert Falter | Modern Wohnen GmbH 08806 7485 **86938 Schondorf** Joachim Wunder | Die Welt der edlen Stoffe | 08192 8137 **90403 Nürnberg** Renner | Raum und Idee | 0911 232839 **92224 Amberg** Handke Design | info@handke-design.de **93055 Regensburg** Die Einrichtung | Zankl GmbH | 0941 799990 **AUSGEWÄHLTE PARTNER ÖSTERREICH** 6068 **7/Mils bei Innsbruck** Home Interior M.H. GmbH | office@home-interior.at **6233 T/Kramsach** Alois Haaser | Raumausstattung | 05337 93900 **6830 V/Rankweil** Der Raumausstatter GmbH | M. Scherrer | 05522 44602 **6890 V/Dornbirn** Wohlgemant | wohlfühlen in Raum & Textil | www.wohlgemant.at **6911 V/Lochau** Raimund Zwing | Alles im Raum | 05574 427060 **5020 SA/Salzburg** Zirngibl GmbH | 0662 824975 **4060 O/Leonding** Pernkopf Ges.m.b.H | Stadlerhof | 0732 773118 **4320 O/Perg** Avant Art | Raumdesign | 07262 52445 **3034 NÖ/Maria Anzbach** Christina Öllinger | stoffkultur e.U. | 0664 8369148 **1190 Wien** Wohnstudio Schwab GmbH | 0136 80512 **1020 Wien** Schwab in the City GmbH | 01 9072000

FOTOS: AP; HERSTELLER; WOLFE BERGMANN



1. April: Und noch ein Aprilscherz. Ach Quatsch: Wie wäre es mit der Gucci Dive XL Blue?

1. April: Nein, kein Aprilscherz, die Tod's-Tasche ist bereits im Handel.



15. April: Die Bikerjacke von Emporio Armani hat jetzt buchstäblich Saison.

WAS GIBT'S NEUES?

Italiener gehen gerne einkaufen, deshalb hat auch jede Kleinstadt mindestens eine schöne Modeboutique. Das passt den Marken wunderbar, denn sie müssen ihre Ware ja irgendwohin liefern. Folgende acht Produkte gibt es ab diesem Monat zu kaufen, auch in Deutschland.



13. April: Zeit für einen Frühlingsmantel. Und der darf ruhig von einer Daunenjacken-Marke wie Moncler sein.



25. April: In der Frankfurter Boutique kann man sich diese Prada-Pumps nach Maß fertigen lassen.



22. April: Der Name der Handtasche: „Max Mara Whitney Bag design by Renzo Piano Building Workshop“. Dafür hat sie ein Architekt entworfen, ein italienischer.



20. April: Flower Power ist in diesem Modelfrühling Power Flower, auch im Online-Store von Casadei.



15. April: Das Armband: wie ein Fitness-Tracker. Dabei ist die F-80 von Salvatore Ferragamo doch eine Uhr.

PRÊT-À-PARLER

DAS SIND DIE EISSORTEN DES SOMMERS

Erdbeer mit Balsamico, Schokolade mit Aprikosenmarmelade (Eis Christina, Frankfurt)

Schokolade mit gebrannten Brezeln, Jasmintee, Mate-Zitronengras, Lavendel-Heidelbeer-Mascarpone, Stachelbeersorbet, Erdnuss mit Karamell-Salztöffe, Schoko-Guinness-Cheesecake (Luicella's, Hamburg)

Cashew-Karamell (Del Fiore, München)

Mascarpone-Feige, Whiskey-Creme, Crema Brazil mit Pistazienstücken (Eiscafé Pia, Düsseldorf)

Milchreis-Eis, Karamell mit Fleur de Sel, Vegane Schokolade, Gebrannte Mandel, Popcorn-Eis, Lakritz-Eis (Eismanufaktur Frioli, Hannover)

Mandel-Krokant. Erdnuss mit Honig und Schokolade, Kokos-Limette (Eiscafé Isabel, Berlin)

Limette-Mango-Sorbet, Ceylon-Zimt mit Honig-Zimt-Karamell, Toasted-Marshmallow-Stracciatella (Mimi's Eis, Dresden)

Kakao-Schokolade mit echten Kakaobohnenstückchen (E Ge Lo Sia, Koblenz)

Prosecco-Sorbet mit Wassermelone und Pfirsich, Joghurt mit Kokosmilch, Orange-Bergamotte, Chardonnay-Sorbet mit Himbeer, Merlot mit Kirsche, Ricotta-Eis mit Feigensoße und Nusscreme (Fontanella, Mannheim)

Zusammengestellt von Jennifer Wiebking.

FEIERN UND FAULENZEN IN HORROR VACUI

Unter jungen Leuten scheint der Pyjama vom Aussterben bedroht zu sein. Das hat einen einfachen Grund: Zwischen 16 und 35 steht die aktive Sozialisation im Lebensmittelpunkt – man schläft wenig und feiert viel. Obendrein ist man noch am Anfang der Karriere, da ist das Geld knapp. Im Zweifel investiert man es lieber in partytaugliche Nachtclub-Outfits als in einen Schlafanzug. Viele steigen in ausgerichteten Boxershorts und XL-Hemden von 1997 ins Bett, weil sie denken, es sei vollkommen sinnlos, Geld für etwas auszugeben, das sowieso keiner sieht.

Nun hat der Mensch aber doch seit Urzeiten einen angeborenen Instinkt für Schönheit und Dekor. Für das Bedürfnis, etwas Schlichtes mit schmückenden Details zu verzieren, kennt die Wissenschaft den lateinischen Begriff *horror vacui*, der Schrecken der Leere. Und eben so hat nun auch die Münchner Designerin Anna Heinrichs ihr Label für exzentrisch bedruckte Schlafanzüge genannt – gewissermaßen als Erinnerung daran, dass die Investition in etwas Schönes einem menschlichen Bedürfnis entspricht. Die Pyjamas von Horror Vacui sind dicht bedruckt mit Blumenranken, Palmwedeln, kaleidoskopischen Kachelmustern in Türkis und Orange, Tintenklecksen, Schafsherden, alpinen Berglandschaften. „Vielfältig wie das Leben selbst sollten Schlafanzüge aussehen“, meint Anna Heinrichs. Das heißt: Diese Pyjamas sind nicht dafür gedacht, nur im Bett herumzuliegen.

Passgenauer Schnitt, vornehm geschlitzter Manschettenärmel, farblich abgesetzte Paspelierung, hübscher Reverskragen: In einem solchen Zweiteiler kann man durchaus vor die Tür gehen, zum Briefkasten springen oder sogar Brötchen holen. Und wie steht es mit dem Sonntagsfrühstück? Früher machten sich die Leute am siebten Tag der Woche fein, heute schlurfen sie in Jogginghosen in die Küche. Ein hübscher Pyjama, zum Beispiel der aus feinem Seidensatin mit exotischem Blumendruck auf marineblauem Untergrund, würdigt den Sonntag dagegen angemessen. Darin könnte man sich nach Kaffee und Marmeladenbrot in Richtung Kirche bewegen oder ins Café, je nachdem, ob man mit den Großeltern oder den Kommilitonen verabredet ist.

Die Modewelt entdeckt den Pyjama gerade wieder neu. Identisch bedruckte Kombinationen aus Hemd und Hose sind bei Street-Style-Ikonen beliebt. Hat ja auch Sinn: Denn wer in der Modebranche arbeitet, feiert viel, schläft wenig und muss doch um neun Uhr zur ersten Modenschau. Warum also nicht einfach den Pyjama anbehalten? Ein Paar High Heels zum Pyjama von Horror Vacui, Blazer drüber, Sonnenbrille auf, und die Haare dürfen zerzaust bleiben, das trägt man jetzt so. Fürs Handy oder die Zahnbürste: Die Anzüge von Horror Vacui haben auch geräumige Brusttaschen.

Und wer hat eigentlich behauptet, dass man in einem Schlafanzug nicht in den Nachtclub gehen kann? Bei Horror Vacui gibt es ein Modell in partytauglichem Schwarz, bedruckt mit athletischen Figuren, die Ballett tanzen. Das wäre doch mal was für den nächsten Cocktailempfang. In den Modellen von Horror Vacui kann man beides: faulenzern und feiern. *Claire Beermann*



Nur bedruckt, nicht bedrückt: Pyjamas von Horror Vacui verführen zu Freudensprüngen.

FOTOS: HERSTELLER

Publicis EtNous

EIN NEUES EAU ENTSpringt DER ERDE



TERRE
D'HERMÈS
EAU TRÈS FRAÎCHE



Terredhermes.com



Vor dem Arco della Pace: Die alte Giulietta von Alfa Romeo will auch zu einem Wahrzeichen Mailands werden.

GIULIETTA GLÄNZT

Schon fast in der engsten Nachbarschaft zur Weltausstellung liegen die Wurzeln eines italienischen Mythos: Von der Expo an der Nordwestecke Mailands führt die Autobahn über kaum vier Kilometer nach Arese, wo jahrzehntelang sportliche Autos der Marke Alfa Romeo gebaut wurden. Viele Touristen fahren auf dem Weg von der Mautstation Milano Nord in Richtung Schweiz ahnungslos an der Ausfahrt Arese vorbei. Dabei ist gleich nach der Ausfahrt rechts von der Autobahn das Museum von Alfa Romeo zu sehen.

Bisher konnte man aus der Ferne nur einen seelenlosen Gebäudekomplex im Stil der siebziger Jahre ausmachen, ohne jedes Logo. Doch mit der Weltausstellung soll alles anders werden: Wenn schon Millionen Besucher nach Mailand kommen, sollen sie auch der sportlichen Automarke begegnen, entschied Sergio Marchionne, der Chef des Mutterkonzerns Fiat-Chrysler (nunmehr FCA). Am 24. Juni wird deshalb das renovierte Alfa-Romeo-Museum von Arese wieder eröffnet.

Zugleich wird das erste Modell einer neuen Generation von Autos präsentiert. Die Presse spricht von der Alfa Romeo Giulia, in Anlehnung an die Limousine aus den Sechzigern, die vielen Mafia- und Polizeifilmen ihre italienische Note gab. Ob das Auto tatsächlich so heißen wird, will niemand offiziell bestätigen. Sicher

Alfa Romeo lag allzu lange am Straßenrand. Nun will die Mailänder Marke wieder Tempo machen.

Von Tobias Piller

ist, dass der neue Alfa Romeo ein Konkurrent des Dreier-BMW werden soll – und eine Renaissance der italienischen Marke einleiten soll.

Es wäre an der Zeit, denn Alfa Romeo ist nur noch ein Schatten seiner selbst. Die Autofirma, 1910 in Mailand gegründet, errang schnell Erfolge im Motorsport, hatte einen Rennleiter namens Enzo Ferrari und gewann 1950 und 1951 die ersten Weltmeistertitel in der Formel 1. Zur Markengeschichte gehören Ikonen des Autodesigns wie der zweisitzige Spider.

Von 1933 bis zur Übernahme durch Fiat im Jahr 1986 war Alfa Romeo aber in Staatsbesitz. Einen Namen machte man sich damals auch mit Rost ab Werk, schlammiger Verarbeitung, Schlendrian und Streiks im Werk Arese und erst recht bei Alfasud in der Nähe von Neapel.

Nach Jahren der Vernachlässigung im Fiat-Konzern besteht die Angebotspalette vor allem aus zwei Modellen: dem dreitürigen Kleinwagen Mito (dessen Name nicht

„Mythos“ bedeutet, sondern, abgekürzt, Milano–Torino) auf Basis des alten Fiat Punto; und dem fünf Jahre alten Kompaktdesign Giulietta. Eine bei Maserati gebaute Kleinserie des aus Karbon gefertigten Sportwagens 4C (mehr als 50.000 Euro teuer) soll den Ruf der Marke ein wenig aufpolieren. Aber es entstanden zuletzt nur 70.000 Alfa Romeo im Jahr.

Nun gibt es große Pläne. Bis 2018 versprechen Konzernchef Sergio Marchionne und der deutsche Markenchef Harald Wester acht neue Modelle und einen Jahresabsatz von 400.000 Autos. Endlich hat der deutsche Ingenieur die Italiener davon überzeugt, dass der Mythos Alfa Romeo nicht totzukriegen ist, dass Italien in Zukunft nicht mehr das Land der billigen Fiats sein muss, sondern auch eine gehobene Automarke aufleben lassen kann.

Alfa Romeo soll weiter „Made in Italy“ sein, will aber in Turin und in Cassino im Süden bauen lassen. In Arese bleiben von der alten Autofabrik nur noch ein Einkaufszentrum und der Autoparkplatz für die Expo – und natürlich das Museum der historischen Alfas, mit dem Rennwagen Alfetta und der historischen Giulia.

Nur auf den ersten Blick hat die Sportwagenmarke nichts zu tun mit der Weltausstellung. Beide haben ihre Wurzeln am gleichen Ort. Beiden geht es um Energie zum Leben. Und mit beiden will Italien endlich wieder weiterkommen. ◀

SIEH MAL AN



FRÜHLINGSROLLER
Wenn der Frühling aufblüht und das Thema Italien ist: Was fällt uns da ein? Espresso, Gelati und – Vespa, natürlich. Passend zur Jahreszeit muss es die Primavera sein, mit der klassischen Karosserie aus Stahl. Es gibt sie als 50er und als 125er, letztere sogar mit ABS. Die schwierigste Frage: Soll es Weiß, Schwarz oder Rot sein? Die einfachste Antwort: Gute Laune ist immer inklusive. Je nach Modell kostet sie zwischen 3250 und 4490 Euro. (hap.)



RÜSSELFIGUR
Da erblässt jeder Kühlerfiguren-Dieb angesichts verpasster Chance: Das Londoner Auktionshaus Christie's versteigert am 28. April in Paris die Figur eines auf den Hinterbeinen stehenden silbernen Elefanten zur Taxe von 150.000 bis 200.000 Euro. Das kostbare Tier, Abguss einer Skulptur, die der Bildhauer Rembrandt Bugatti 1904 schuf, schmückte den Kühlerdeckel eines der nur sechs gebauten Bugatti Royale von 1928, damals das teuerste Automobil der Welt. In den achtziger Jahren erzielte einer der Bugatti Royale acht Millionen Euro – ebenfalls bei Christie's. (hön.)

DREHARBEITER
In den Jahren von Stahl und Aluminium fürchtete der Radfahrer, es könnten Schrauben zu wenig fest angezogen seien: Klemmungen wie die der Sattelstütze oder des Lenkers konnten nachgeben. Heute fährt man Karbon, und da ist die Sorge, solche Verbindungen nur ja nicht mit zu fest angeknallten Schrauben herzustellen. Dann machen Teile auf Kohlefaserkunststoff nur leise Knacks und sind unrettbar hin. Abhilfe schafft ein Drehmomentschlüssel. Speziell für Radler ist der ComboTorq-Wrench von Topeak für rund 20 Euro. (py.)



FOTOS: ARTURO RIVAS, CHRISTIE'S, HERSTELLER (2)

17 | 27 APRIL DIE VERFÜHRUNG

10 TAGE AUßERGEWÖHNLICHE SONDERPREISE AUF ALLE NEUHEITEN



Modulares Sofa Mah Jong mit Jean Paul Gaultier Stoffbezug, Design Hans Hopfer.

NEU IN FRANKFURT - Hanauer Landstraße 186. BERLIN - stilwerk - Kantstraße 17. DÜSSELDORF - stilwerk - Grünstraße 15. HAMBURG - stilwerk - Große Elbstraße 68. MÜNCHEN I - Thierschstraße 20 (Nähe Isartor). MÜNCHEN II - Von-der-Tann-Str. 2. STUTTGART - Paulinenstraße 21. NEU IN NÜRNBERG ERLANGEN - Wetterkreuz 5.

rocheboboïs PARIS
www.roche-boboïs.com

TUTTI INSIEME

Eine Fahrt mit dem englischen Schriftsteller und Wahl-Italiener Tim Parks zum Expo-Gelände – und ins Herz der kosmopolitischsten Stadt Italiens.

Von Andreas Rossmann, Fotos Frank Röth

Tim Parks ist auf die Minute pünktlich. Den Sitten des Landes hat er sich noch nicht ganz angepasst. Auch äußerlich nicht. Jedenfalls entspricht sein Aufzug kaum dem Bild eines englischen Bestseller-Autors, der seit mehr als 30 Jahren in Italien lebt: heller Mantel, weinroter Pullover, verwaschene Jeans. Die Unscheinbarkeit in Person. Als Treffpunkt hat er die Skulptur „Ago e filo“ (Nadel und Faden) von Claes Oldenburg und Coosje van Bruggen auf der Piazza vor dem Bahnhof Cadorna ausgesucht, deren zugehöriger „Nodo“ (Knoten) auf der benachbarten Verkehrsinsel auftaucht. Ein Spätwerk der Pop-Art und womöglich ein Nachklang auf Swinging London, wo Parks, geboren 1954 in Manchester, aufgewachsen ist.

„Warum fahren wir nicht einfach raus aufs Expo-Gelände?“, hatte er vorgeschlagen. „Ich war da auch noch nicht.“ Schon sitzen wir in der Metropolitana M1, die nach Rho Fiera Milano rattert. Endstation. Hinter der neuen Messe, schon jenseits der Stadtgrenze, erstreckt sich das Expo-Gelände. 110 Hektar groß, 3500 Arbeiter sind hier gut sechs Wochen vor der Eröffnung beschäftigt, 40 Kräne und 80 Bagger im Einsatz. Die Werbemaschinerie läuft auf Hochtouren, mehr als 20 Millionen Besucher werden erwartet. Geschäftsleute, Gastwirte und Hoteliers reiben sich die Hände. Die Stadt im Expo-Fieber? „Davon ist bisher wenig zu spüren“, sagt Parks. Dass die Premiere von Puccinis „Turandot“, mit der die Scala ihre „Expo-Spielzeit“ eröffnet, auszufallen droht, weil ein Teil des technischen Personals sich weigert, am 1. Mai zu arbeiten, sei irgendwie symptomatisch. „Wo man doch denken würde, dass sie stolz darauf sind, so eine Feier auszurichten.“ In der Bevölkerung hätten die vielen Baustellen zu Verdross geführt. „Gleich mehrere große Plätze werden saniert, am Ende werden sie sicher schöner sein als vorher. Aber bisher überwiegt der Ärger über die Verkehrsprobleme.“

Die U-Bahn-Station Rho Fiera Milano geht in den Expo-Bahnhof über. Eine breite unterirdische Passage führt zu den Fernbahnsteigen. „Hinweisschilder auf die Expo habe ich noch keine gesehen“, sagt Parks nach 200 Metern. Als sie dann, auf italienisch und englisch, doch noch auftauchen, findet er die Übersetzungen „pretty poor“. Das wundert ihn nicht. „Für die Englisch-Übersetzungen der Expo hat ein Anbieter den Auftrag bekommen, der so schlecht bezahlt, dass seriöse Übersetzer nicht für ihn arbeiten. Das könnte noch peinlich werden.“ Dabei hätten die Italiener, was Fremdsprachen angeht, mächtig aufgeholt und die Franzosen längst überflügelt. „Die sind heute ganz happy, dass sie Englisch können.“

An diesem Samstagnachmittag ist der Expo-Bahnhof fast menschenleer, die meisten Rolltreppen sind außer Betrieb. In kurzem Abstand ertönen Lautsprecherdurchsagen. Als wir die hinterste Rolltreppe betreten, fahren weit vor uns zwei Männer mit Maschinenpistolen und schuss-sicheren Westen. Als wir oben ankommen, sind sie verschwunden. Der Bahnsteig glänzt nagelneu. Doch dane-

ben, über einen mit Rollsplitt belegten Weg zu erreichen, breitet sich ein staubiger Parkplatz für Pendler aus, der nicht asphaltiert und mit Autos vollgestellt ist. Dahinter verwahrloste Lagerhallen, Brachflächen. Ödster Stadtrand. Trostloses Niemandsland, das überall sein könnte. Genau das Gegenteil einer schönen neuen Expo-Welt. Erst als der Blick ganz nach rechts schweift, wird am Horizont eine Landschaft mit vielen kleinen und auffallend verschiedenen Architekturfiguren erkennbar. „Ich fahre zum Gefängnis und bis ans Expo-Gelände heran“, sagt der Fahrer eines Shuttle-Busses, „aber drauf kommen Sie dort nicht, und hier einsteigen dürfen Sie auch noch nicht.“

Das erste Bauwerk, das wir vom Bus aus zu bestaunen bekommen, ist der Carcere di Bollate, ein betongrauer, sechsstöckiger Fertigteilknast im brutalistischen Stil des sozialen Wohnungsbaus der sechziger Jahre. An einem kleinen Kreisverkehr werden wir abgesetzt, eine Baustellenzufahrt führt aufs Expo-Gelände. Zutritt verboten. Das Areal ist eingezäunt, Stacheldraht wie ums Gefängnis. Skulpturale Gebäude mit verwegenen Kurven, am Computer designte Wellen und Schlangen, stehen herum, Zickzack- und Ovalformen, als hätte Zaha Hadid einen Workshop für Studenten abgehalten. Aber auch gestapelte Kisten und putzige Dach-Geweih, alles dicht aufeinander. Welcher Pavillon zu welcher Nation gehört, lässt sich nicht ausmachen. Nur auf wenigen Baustellen wird gearbeitet. Dachdecker verlegen eine Isolierung. Lastwagen liefern Material an. Und das soll in 48 Tagen fertig sein? Unvorstellbar!

Während wir am Zaun entlang die Straße hinunterstapfen, auf einem rostigen Ortsschild steht „Baranzate“, auf seinem schiefen Pendant in der Gegenrichtung „Milano“, erklärt Tim Parks, dass die Italiener bei Großprojekten immer das Problem hätten, die beteiligten Organisationen und Gewerke zu koordinieren. Jede Gruppe sei nur auf den eigenen Vorteil aus. Bei Korruption stünden Baustellen oft monatelang still, doch inzwischen hätten die Staatsbahnen das Gelände gekauft, und deren Hochbauunternehmen sei eines der wenigen, das sauber arbeite. „Für die Bahn ist es extrem wichtig, dass alles pünktlich fertig wird. Sogar der Wunderschnellzug, die ‚Frecciarossa‘ (roter Pfeil), wird während der Expo hier halten.“ Im Endspurt hätten auch die Arbeiter etwas davon, wenn die Zeit knapp wird, denn die Lohnzuschläge seien dann hoch. Die Risiken allerdings auch. „Ich habe das 1990 in Verona erlebt, als sie das Stadion für die Fußball-Weltmeisterschaft bauten. Da wurde auch alles erst in letzter Minute fertig und so schnell gebaut, dass es gefährlich wurde. Eine der Unterführungen hat eine so enge Kurve, dass es tödliche Unfälle gab.“

Wenn Tim Parks von der Fußball-WM 1990 spricht und „wir“ sagt („wir sind damals im Halbfinale nach Elfmeterschießen gegen euch rausgefliegen, Pfostenschuss von Waddle in der Verlängerung“), dann meint er England. Wenn er über die Expo spricht und „wir“ sagt, meint er seine Wahlheimat Italien, in der er seit 35 Jahren lebt –

30 Jahre in Verona, seit 2010 in Mailand. „Ich habe mein ganzes Erwachsenenleben hier verbracht. Ich kenne mich aus, habe meine drei Kinder hier großgezogen, das Land wie kein anderes erforscht und Hunderte Studenten unterrichtet. Viele von ihnen schreiben mir bis heute. Mich fasziniert dieses Land, und das zählt mehr als die Schikanen der Bürokratie und die Mühen der Jobsuche. Nichts beschäftigt mich so sehr wie die Frage, wie Italien mit der Globalisierung zurecht kommt.“

Italien lässt sich, so Parks, nicht verstehen ohne eine Wertvorstellung, die wie keine andere das Land bestimmt und von anderen unterscheidet: „Appartenenza“, Zugehörigkeit. „Moralische Integrität ist wichtig, auch Courage und Großzügigkeit. Unabhängig und frei zu sein ist wichtig. Aber am wichtigsten ist die Zugehörigkeit zu meiner Familie, meinem Freundeskreis, meinem Verein, meinem Betrieb, meiner Gewerkschaft, meiner Kirche, meiner Partei, meiner Universität, meiner Stadt. Mit ihnen ist der Einzelne verbunden, und keiner würde es wagen, seine Gruppe offen zu kritisieren, weil er dann sofort ausgeschlossen und auch von anderen Gruppen nicht aufgenommen würde. Die Figur des ‚Whistleblowers‘ ist in Italien undenkbar. Die Gruppen bilden Allianzen und üben politischen Einfluss aus. Die Italiener reden deshalb, wenn sie über Politik reden, nicht über Themen, sondern darüber, wer mit wem welches Bündnis schließt. Wir haben ein demokratisches System, keine Frage, doch politische Macht haben nur wenige Familien und die großen Konzerne. Das geht zurück bis ins Mittelalter und war nicht erst unter Berlusconi so – auch wenn es, als er regierte, besonders evident und dreist zu Tage trat.“ Der TV-Mogul habe die ganze Nation zu einer Familie machen wollen. „Berlusconis Zeit ist übrigens noch nicht vorbei, auch wenn er abgewählt ist. Seine politische Zukunft hängt allein davon ab, ob ihn diejenigen, die ihm verbunden sind und durch seine Protektion in ihren Positionen überleben, weiter unterstützen. Das System Pate. Dass Berlusconi mit einer Minderjährigen Sex hatte, dass er einen Richter bestochen und den berühmten Anruf bei der Polizei getätigt hat, weiß hier jeder. Doch die Leute nehmen nicht groß Anstoß daran. In England oder in Deutschland wäre das anders, da wäre er nicht freigesprochen worden, sondern ein für alle Mal weg vom Fenster.“

Parks sieht in der Neigung der Italiener, die „Appartenenza“ über alle anderen Werte zu stellen – „my family right or wrong!“ –, den Grund für viele Probleme des Landes. „Auf eine Gruppe wird der Wert der Zugehörigkeit nie bezogen, und das ist die Nation als Ganzes. Es gibt kein Land in Europa, in dem der Gemeinsinn so wenig entwickelt ist, in dem so stark zwischen öffentlich und privat unterschieden wird.“

Die Expo 2015 hat sich dennoch ein großes gesellschaftspolitisches Thema gesetzt: „Den Planeten ernähren, Energie für das Leben.“ „Ja“, sagt Parks, „die Italiener waren schon immer geschickt darin, ein Projekt mit moralischen Argumenten anzupreisen und durchzuziehen. Der



Mitten im Leben: Der englische Bestseller-Autor Tim Parks fühlt sich in Mailand zuhause.



Heimweh nach England muss er nicht haben: Tim Parks schaut in Italien nach vorn, auch wenn er zurückdenkt.

Katholizismus hilft ihnen dabei. In Italien ist keine Branche so gut und breitgefächert aufgestellt, so hoch spezialisiert und exportstark wie die Nahrungsmittelindustrie. Das Thema ist also gut gewählt. Eine ehemalige Studentin von mir, die sich bei der Expo als Übersetzerin beworben hatte, erzählte, dass sie mit 20 anderen Kandidaten zum Gruppeninterview eingeladen wurde. Fast alle hätten angegeben, dass sie bei einem politisch derart wichtigen Anliegen wie der Ernährung der Weltbevölkerung unbedingt dabei sein wollten. Sie dagegen habe nur gesagt: ‚Ich brauche dringend einen Job.‘ Ich glaube nicht, dass das, auch wenn sie qualifiziert ist, reicht, um den Job zu kriegen. Italien ist ein Land, in dem der Papst der Bevölkerung jeden Tag sagt, was sie tun oder lassen soll. Die Leute sind diese Rhetorik gewohnt und mit ihr vertraut, ohne dass das viel zu bedeuten hätte. Aber es soll sich schon so anhören, als ob man den Menschen wirklich helfen wollte, auch wenn man sich vor allem selbst hilft.“

Von der Expo haben wir fast nichts gesehen, weil die Pavillons noch nicht fertig oder weil sie zu weit hinter dem Zaun verborgen sind. Wir nehmen die M1 zurück in die Stadt zur Stazione Cadorna, und ich freue mich auf den Kaffee, von dem mir Parks vorgeschwärmt hat, dass er nirgends so gut wie in Mailand sei und nach spätestens zwei Minuten auf dem Tresen stehe, „für einen Euro oder eins zwanzig“. Doch der Wahl-Italiener steuert eine Bar an, die, mit Jugendstil-Imitationen ausgekleidet, eher wie ein englischer Pub eingerichtet ist und dunkles Bier im Angebot hat, das Glas für sechs Euro. „Heimweh?“, frage ich vorsichtig. „Ja, kenne ich, aber nicht nach England. Dass ich hier lebe, hat mit meinem Hintergrund dort zu tun. Von dem habe ich mich befreit. Heimweh habe ich nur, wenn ich von hier weg bin. Heimweh nach Mailand. Hier bin ich zu Hause.“

Als wir vor dem Lokal in der Sonne sitzen, zieht Parks einen Text aus der Jacke und liest vor, warum er in Mailand so glücklich ist. Eine Liebeserklärung an die Stadt. „Es ist die kosmopolitischste Stadt Italiens, eine Stadt der Arbeit. Als ich 2010, nach 30 Jahren in Verona, hierherzog, sagten die Leute: ‚Wie traurig, aber nur wegen der Arbeit.‘ Jeder zweite, der hier wohnt, wohnt hier, nur wegen der Arbeit.‘ Die erste Frage, die den Leuten hier gestellt wird, ist: ‚Und wie oft schaffst du es, nach Hause zu fah-

EINE LIEBE FÜRS LEBEN

„Und wann gehst du zurück nach England?“ Das ist eine der häufigsten Fragen, die Tim Parks, so erzählt er es in seinem Buch „Italien in vollen Zügen“, von neuen Bekannten hört. Dabei lebt der Schriftsteller, der 1954 in Manchester geboren wurde und in London aufgewachsen ist, seit 35 Jahren im bel paese und nennt es „mein adoptiertes Heimatland“. In Verona war er verheiratet, hier wurden seine drei Kinder geboren, hier war er Fan des Fußballvereins Hellas, den er ein Jahr lang zu Auswärtsspielen begleitete. „Eine Saison mit Verona“ ist für ihn sein bestes Buch über Italien. Der Autor von 14 Romanen, der Moravia, Calvino und Tabucchi ins Englische übersetzt hat, ist sich aber nicht ganz sicher, wohin er gehört. „Ich liebe das Italienische. Es ist zu meinem Schicksal geworden. Mein ganzes Leben ist mit Italien verbunden. Und ich hasse es. Ich hasse es, weil es zu meinem Schicksal geworden ist“, schreibt er in „Die Kunst stillzusitzen“. (aro.)



ren, nach Neapel, Bari, Triest?‘ Die zweite Frage ist: ‚Welches Essen vermisst du am meisten, das Brot aus Apulien oder die Arancini aus Sizilien?‘ Mailand ist nicht Heimat. Die Leute finden das aufregend. Es gefällt ihnen, sich als Opfer darzustellen, erst recht, wenn sie gute Jobs haben: ‚Ich vermisse Mamma schrecklich, aber in Cagliari fand ich keine Arbeit.‘ Die Migranten, die im letzten Jahrzehnt hierhergekommen sind, machen es schon genauso und beschweren sich gern darüber, dass die Stadt grau, die Hitze feucht und die Menschen kalt seien. ‚Ich habe ein Ticket heim nach Dhaka im Dezember‘, sagte der Gemüsehändler, bei dem ich Tomaten kaufe, oder ‚nach Nanjing‘ die junge Chinesin, die mir den Schaum auf den Cappuccino gießt. Das ist der Status Mailands in der vielfältigen Städtelandschaft Italiens: Während die anderen pittoresk sind, ist Mailand alltäglich; während jene fast überquellen vor familiärer Wärme und regionalen Sinnesfreuden, ist Mailand Schinderei und Snack. Was die Stadt auszeichnet, ist ihre Dynamik. In Mailand passiert etwas, hier werden die Sachen erledigt. Man wird nicht erstickt von Mutterliebe und den Bestimmungen der Baubehörden. Und man wird in Sekunden bedient. ‚Dein Cappuccino schmeckt fantastisch‘, sage ich der jungen Chinesin in der Bar an der Ecke. ‚Cappuccino-Schule‘, lächelt sie, ‚ich in Mailand besuchen Cappuccino-Schule‘. Das ist der Geist, der hier herrscht. Umberto Boccionis Gemälde ‚La città che sale‘ (‚Die Stadt, die aufsteht‘) von 1910 trifft es genau: Ein Wirbelsturm mit Pferden und Arbeitern, die Tragbalken auf eine futuristische Baustelle legen, explodiert in vielen Farben rot und blau. Nur mit Mailand, mit keiner anderen Stadt, konnte Italien Gastgeber der Expo werden.“

Als ersten Eindruck zum Expo-Gelände hatte Parks geäußert: „Hier sieht es aus, als müsste das bis 2020 und nicht in 48 Tagen fertig sein.“ Auf einmal wieder ganz skeptischer Engländer? Wenig später, nun ganz lässiger Italiener, stellt er fest, „dass die Italiener verdammt gut darin sind, Großprojekte auf den letzten Drücker so fertig zu kriegen, dass die ganze Welt sie bewundert“. In dieser „Langzeitspannung“, wie er einmal schrieb, bewegt sich Tim Parks zwischen Distanz und Nähe und bewahrt sich seinen kritischen Blick. „Andreas“, sagt er zum Abschied, „am besten, wir treffen uns am 1. Mai wieder. Dann wissen wir, wie es ausgegangen ist.“ ◀

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. www.walterknoll.de.

1865
150 YEARS OF WALTER KNOLL
2015

PAROLE PAROLE PAROLE

In Italien besteht das ganze Leben aus Wörtern, Wörtern, Wörtern. Aber aus welchen? Das werden wir nie begreifen. Lieblingswörter haben wir trotzdem.

GRANDEZZA

Nicht wenige der wichtigsten italienischen Wörter enden auf -zza. Dolcezza, die Süße. Ebbrezza, der Rausch. Und natürlich Pizza. Aber die Grandezza, die ist etwas Besonderes – weil wir zu ihr keine deutsche Entsprechung haben. Wenn jemand Größe zeigt, ist das mit Edelmut oft nicht ausreichend umschrieben. Grandezza jedoch klingt nach mehr, nach großartiger Größe, und verleiht zugleich dem Lobpreis etwas ironische Distanz. Sicherheitshalber. Falls der Edelmut arrogant daherkommt. *Julia Bähr*

BLO

Schon klar, kein Italiener sagt: „Heute gibt’s Bolo“. Aber es weiß auch kein Italiener, was das Wort Bolo in einem deutschen Kind hervorruft: Bolo schmeckt lecker, Bolo erinnert an die Zeit, als Mama abends noch was vorlas, Bolo sieht super aus, wenn man es über beide Backen schmiert. Ich liebe Bolo! Bis heute! Das ist Leidenschaft! Und was das bedeutet, das versteht auch jeder Italiener. *Anke Schipp*

VAI

Man muss, so wie ich, nicht Italienisch sprechen, um „vai“ zu verstehen. Oder besser „vai, vai“, los, los! Komischerweise bekam ich auf unserer Tour durch Apulien vor ein paar Jahren trotzdem den Platz auf der Rückbank. Der Fahrer Deutscher, der Beifahrer Italiener. An jeder Kreuzung zögerte der Deutsche, guckte brav rechts, links, rechts, der Italiener hatte da schon zwei Mal „vai“ gerufen. Die Italiener sind eben nicht immer langsamer als die Deutschen – oft sind sie sogar mutiger. *Jennifer Wiebking*

SBADIGLIO

CIAO

Ich zögere, hier über mein Lieblingswort zu schreiben, weil Sie glauben könnten, ich spinne. Aber ich würde mir gerne einbilden, ich sei derjenige gewesen, der das „Ciao“ ins Deutsche importiert hat. Und das kam so: Ein Freund von mir, ein Halbitaliener, sagte zum Abschied oft „Ciao“. Irgendwann fing ich auch an, und plötzlich redeten viele so. Eines Tages sagte es ein Bekannter aus einer anderen Stadt – das „Ciao“-Virus verbreitete sich. Alles begann also damals, in Heidelberg, in den Neunzigern, als mir zuletzt so italienisch zumute war. *Bertram Eisenbauer*

FUNICOLARE

Man muss es laut sprechen, um die wundervolle Lautmalerei der hinauf- und hinabfahrenden Seilbahn zu spüren. Auf Capri suchten wir nach der Station der Seilbahn, ich hatte das Lied „Funicoli, Funicola“ im Kopf, in dem es um eine Seilbahn geht; aber sonst war mir die Sprache fremd. Ein Einheimischer wies mir auf die wirre Frage „Dónde est Funicoli?“ mit stoischer Miene den Weg. Das nahm mich für die Insel ein. Dass meine Frage alles war, nur kein Italienisch, sagte mir meine Freundin. Hinunter zum Hafen sind wir dann gelaufen. *Tilman Spreckelsen*

Ich mochte dieses Wort von Anfang an, obwohl ich Ewigkeiten brauchte, es mir zu merken. Es klingt ein bisschen wie Stolz, *orgoglio*, und verwegen nach falsch, *sbagliato*, aber es könnte sich auch um den Namen eines Kinderbuchhelden handeln. Gähnen ist eine profane Sache, in der Öffentlichkeit eher unangenehm. Auf Italienisch klingt es für mich wie Glück. *Julia Schaaf*

SPREZZATURA

APERITIVO

ORECCHIETTE

Ich weiß, dieses Wort hört sich etwas gespreizt an. Aber es bezeichnet die größte Lässigkeit, die man sich denken kann: Der italienische Mann muss die „sprezzatura“ einfach so geerbt haben. Hantiert locker mit dem Handy, hat höchstens eine Hand am Lenkrad, raucht ganz easy, ohne dass die Kippe hinfällt, schmiert sich Gel ins Haar und sieht trotzdem nicht schmierig aus – meistens jedenfalls. Das muss man erst mal können! Einmal stand ich mit ein paar Italienern herum und war der einzige, der zum Anzug Socken trug. Seitdem weiß ich: locker, mühelos, leicht – das kann man nicht mal üben. *Alfons Kaiser*

Eine Zeitlang lernte meine Mutter Italienisch. Wenn wir im Auto saßen, hörte sie die CD des Lehrbuchs und plapperte die Lektionen nach. Eine davon hörten wir immer wieder: wie man einen Aperitif bestellt. „Prendiamo un aperitivo?“, schnatterte die CD-Stimme, wir antworteten unisono: „Che cosa prendete?“ Meine Mutter und ich haben auch den gleichen Lieblings-Aperitivo: Campari Orange. *Claire Beermann*

Ein Wort, als würde man einen Teller ablecken. O-re-chie-tte. Deshalb mag ich Italien! „Orecchiette“ heißt übersetzt Öhrchen; so liebevoll beschreiben nur die Italiener ihre Speisen. „Orecchiette“ ist eine Nudelsorte, der Genuss stellt sich da ganz automatisch ein. Vor allem, wenn man beim Kellner in Florenz, Pisa oder Modena „Orecchiette alle cime di rapa“ bestellt, Pasta mit Stängelkohl, den es in unseren kühlen Gefilden gar nicht gibt. Schon die erste Gabel ist Magie, Lust, Luftigkeit. „Orecchiette“ – ein Zauberwort. *Mona Jaeger*

PIZZA

Wo schmeckt die Pizza am besten? Beim Italiener? Vermutlich. Aber ganz gewiss beim Oberitaliener. Vor ein paar Jahren konnten wir die Probe aufs Exempel machen. Wir interviewten Silvio Berlusconi im Palazzo Chigi, dem Dienststz des Ministerpräsidenten. Vor sich hatte er ein Telefon, Modell letztes Jahrtausend, mit Wählscheibe. Plötzlich fragte uns der Cavaliere, der freundlich, aber etwas zappelig war, ob wir Hunger hätten. Wir hatten! Also wählte er eine Nummer und gab eine Bestellung auf. Ein paar Minuten später, wir waren gerade beim heiklen Thema Steuerschuld angelangt, wurden zwei Pizzen ins Besprechungszimmer gebracht. Prompter Lieferservice! Die Pizzen sahen lecker aus und schmeckten köstlich. Seitdem hat Silvio bei mir eine Olive im Brett. *Klaus-Dieter Frankenberger*

Speranza! Mit dem Kampfpruf aus dem Bett in den Tag! Hoffnung! Die Sperenzchen des Lebens sollen nur kommen. Und selbst wenn sie dicke kommen und in der Dämmerung der düstere Dante am Höllentor sein „Lasciate ogni speranza“ flüstert, „lasst alle Hoffnung fahren“ – am Morgen ist sie wieder da. *Speranza!* Aus dem Bett in den Tag, gern unter florentinischem Himmel. *Axel Wermelskirchen*

SPERANZA

Ein Wort, hinter dem sich ganze Zimmerfluchten von Vorstellungen verbergen. Fast eine Unendlichkeit. Und dann ist es noch so wunderbar vage. Ich liebe es seit meinen Studienzeiten in Ferrara. Dort ist alles „suggestivo“ – der helle Cotto-Stein, der Palazzo dei Diamanti, der Spaziergang auf den Stadtmauern, der jüdische Friedhof und der Nebel der Pianura Padana. Sogar der Geschmack der Spezialität „cappellacci di zucca“ ist „suggestivo“. „Cappellacci“ ist übrigens mein zweitliebstes Wort. *Stefanie Schütte*

SUGGESTIVO



Geradlinig: Patricia Urquiola mag es nicht verschnörkelt. Das zeigen ihr Stuhl „Mafalda“ (Moroso), der Beistelltisch „Altay“ (Coedition) und auch der Teppich „Logenze“ (Ruckstuhl).

In drei Tagen beginnt die Mailänder Möbelmesse, in drei Wochen die Expo. Die Designer der Stadt sind Werbung für beides. Zu Besuch in neun Ateliers.

*Von Peter-Philipp Schmitt,
Fotos Frank Röth*

PATRICIA URQUIOLA Kaum zu bändigen

Über der Tür hängt ein steinerner Löwenkopf. Jeden Besucher schaut er sich neugierig an, von oben herab. Doch das fünfstöckige Haus, auf das die Wachkatze aufpasst, ist nur die 100 Jahre alte großbürgerliche Fassade zum Studio von Patricia Urquiola, das sich im Hof befindet. Strahlend weiß erhebt sich der prächtige Bau, in dem 40 Designer und Architekten für sie arbeiten. Urquiola und ihr Mann Alberto Zontone haben den Arbeitsplatz, den einst ein Schweizer Textilhändler errichten ließ, ihren Vorstellungen angepasst. Im Inneren blickt man von einer Galerie hinab ins Erdgeschoss, das eher ein Kellergeschoss ist: Die Etage wurde nach unten erweitert und erhält doch viel Tageslicht von oben.

Links ums Eck führt der Weg in einen Nebenraum. Hier steht der Schreibtisch der berühmtesten Designerin Mailands, wenn nicht der ganzen Welt.

Maria Patricia Urquiola Hidalgo, Jahrgang 1961, ist zwar in Oviedo in Spanien geboren, doch sie ging schon als Studentin ans Politecnico in Mailand. Dort war der große Achille Castiglioni einer ihrer Lehrer. Danach arbeitete sie für Maddalena

de Padova und Piero Lissoni, bevor sie sich selbständig machte.

Das Studio Urquiola gibt es nun seit bald 15 Jahren. Es liegt heute unweit der Metro-Station Lima an der Via Bartolomeo Eustachi im Nordwesten der Stadt. Hier entstehen nicht nur Möbel, sondern auch ganze Einrichtungen für Shops (Missoni, Santoni, Panerai), Apartments (derzeit in London, Bombay, Miami, Melbourne, Tel Aviv und auf Ibiza) und

Hotels wie das Luxushotel „Das Stue“ am Berliner Tiergarten.

Das Foto links, das wie gestellt wirkt, ist ein Schnappschuss. Den Stuhl, auf dem sie sitzt, hat sie selbst ausgewählt. „Mafalda“ zählt zu ihren aktuellen Entwürfen. Sie hat den Sessel für Moroso entworfen, das italienische Unternehmen, mit dem ihr Name seit 1998 verbunden ist. Patricia Urquiola und Patrizia Moroso sind ein eingespieltes Team. Die schwarzhaarige Italienerin, die aus der Manufaktur ihrer Eltern einen der bedeutendsten Möbelhersteller der Welt formte, schätzt die blonde Spanierin, die ihr im Temperament ähnlich ist. Fast 100 Möbelstücke hat Urquiola für Moroso schon gestaltet. Sogar das Privathaus der Morosos in Udine im Friaul, wo auch der Sitz des Unternehmens ist, hat sie gebaut und eingerichtet, zusammen mit dem Architekten Martino Berghinz.

Neben „Mafalda“, dem Eichenholzstuhl mit Wollstoff-Schale, steht der tragbare Beistelltisch „Altay“ (Coedition), darauf ein von Hand gefertigtes Modell des Sessels „Clarissa“ (Moroso), der von einer Kapuze inspiriert ist. Darunter liegt der Teppich „Logenze“, den Patricia Urquiola für den Schweizer Produzenten Ruckstuhl in Langenthal schuf.



Wie eine Kapuze: Der Sessel „Clarissa“ (Moroso) umfängt jeden Sitzenden.

DIE GESTALTER

Zu ihren neuen Arbeiten zählen Karaffen, Gläser und Vasen mit dem Namen „Jelly“ für Kartell, die aus Glas oder Kristall gemacht zu sein scheinen, aber aus Plexiglas bestehen, und von Hand gemachte Fliesen, Kacheln und Ziegeln aus Keramik („Tierras“) für Mutina aus Fiorano Modenese. Die Ziegel, etwa „Bis-Cotto“, lassen sich spielerisch zu licht- und luftdurchlässigen Trennwänden aufschichten.

Noch während Patricia Urquiola über ihre Entwürfe spricht, die nun auf dem Salone del Mobile, der Mailänder Möbelmesse, zu sehen sein werden, kommt ihr Mann ins gemeinsame Büro. Alberto Zontone ist der ruhende Pol, der seine lebhaft Frau zu bändigen weiß und sich um die Töchter Giulia und Sofia kümmert, wenn die vielbeschäftigte Mutter mal wieder auf Reisen zu ihren Auftraggebern ist. Er führt zum Abschied hinauf aufs Dach. Von dort hat man einen herrlichen Blick über die Stadt bis zum längst nicht mehr höchsten, aber immer noch berühmtesten Gebäude: dem Dom. Zu seinen Füßen entsteht gerade ein weiteres Hotel, das Patricia Urquiola ausstattet. Das Besondere an „Roommates“, wie es heißen soll: Es ist eine preiswerte Unterkunft für junge Leute, mitten im Zentrum. ◀



Gemeinschaftlich: Ludovica und Roberto Palomba mit der Leuchte „Birdie“ (Foscarini) und Ablagen fürs Bad aus Polycarbonat (Kartell by Laufen)

LUDOVICA & ROBERTO PALOMBA
Mit gleicher Leidenschaft

Roberto sammelt Elefanten, die Regale in seinem Büro sind voll mit kleinen und größeren Exemplaren aus Holz, Stein und Filz. Ludovica begeistert sich für die „Strelitzia Augusta“. Aus Setzlingen hat sie meterhohe Bäume gezogen, an denen fächerförmige weiße Blüten hängen. Die Strelitzien, deren Blätter an Bananengewächse erinnern, stehen in großen Töpfen im hinteren Teil des Studios. Dort ragen sie hinauf – und durch die geöffnete Decke bis ins zweite Stockwerk, wo das Ehepaar Palomba gelegentlich wohnt.

Neben dem Sammeln (und natürlich dem Design) teilen die beiden noch eine Leidenschaft: die für ihre Whippets Zak und George. Die kurzhaarigen Windhunde sind ihre ständigen Begleiter. „Sie haben sogar ihre eigene Fangemeinde auf Instagram“, erzählt Roberto Palomba.

Seit ihrer Universitätszeit sind Ludovica und Roberto ein Paar. Sie lernten sich während des Architekturstudiums in Rom kennen. Design ist eine junge Disziplin in Italien, alle berühmten Möbeldesigner – Bellini, die Castiglioni, Magistretti, Mendini, Ponti, Zanuso – haben Architektur studiert. Roberto wurde 1963 in Cagliari auf Sardinien geboren. Ludovica Pozzi Serafini ist Römerin. Ihr erstes Zusammentreffen schildert Roberto so: „Es war morgens um fünf Uhr auf einem Ball. Ich trug einen Smoking, Ludovica eine rote Valentino-Robe. Sie war wunderschön, ich nicht. Ich war total verliebt. Ich brauchte acht Monate, um sie das erste Mal zu küssen. Dann heiratete sie mich.“

Ihr erstes gemeinsames Studio gründeten sie im Veneto. „Wir versuchten anfangs, Mailand zu meiden“, sagt Roberto. Doch auf Dauer gelang ihnen das nicht. Schließlich zogen sie in die Stadt des Designs. Er fühle sich zwar als Sarde, Mailand sei aber das Tor zu den „Kulturen des Nordens“ und voll positiver Energie. „Hier geht es ums Kreative, nicht um Politik und Wirtschaft wie in Rom.“ Auch die Mode beeinflusse sie. Ihrem Sofa „Bruce“, das sie 2013 für Zanotta entwarfen, haben sie einen groben Wollstoff übergezogen, aus dem in den Achtzigern Armani-Anzüge geschneidert waren. „Dick Tracy könnte ihn in den Dreißigern getragen haben“, meint Ludovica. „Uns faszinieren Materialien, die in der Mode verwendet werden. Für uns geht es darum, aus schnellen Trends und wechselnden Stimmungen etwas Langlebiges zu schaffen.“

Seit 1994 sitzt „Palomba Serafini Associati“ an der Via Zamenhof in einem studentisch geprägten Viertel der Stadt. In der Nähe des Studios liegt die Wirtschaftsuniversität Bocconi, die zu den besten in Europa zählt. Etwa 20 Mitarbeiter arbeiten an Design, Architektur und kompletten Inneneinrichtungen. Für die Möbelsmesse sind zahlreiche neue Entwürfe rechtzeitig fertig geworden: Für Kartell by Laufen wird es neue Bad-Accessoires aus Polycarbonat geben, für den Leuchtenhersteller Foscarini, für den sie „Birdie“ gestaltet haben, gleich zwei neue Produkte. Einer der schwierigsten Aufträge ist zur Zeit ein Museumsbau mitten in Pompeji: Den antiken Resten darf er so wenig wie möglich anhaben.

DIE GESTALTER

Der Lounge-Sessel 808 ist erhältlich bei ausgewählten Thonet Fachhandelspartnern: Augsburg Bittner Einrichtungen Bamberg Sommer Einrichtung Berlin minimum einrichten, Modus Möbel, Steidten Architektur + Design Bielefeld Seemann Interieur Bochum Ruhrprojekt Planen und Einrichten Bonn BüroConcept+RaumDesign Braunschweig Loeser Bremen POPO Celle WALLACH EXCLUSIV Coesfeld akzent im raum Darmstadt funktion gerhard wolf Dresden ehrlich+richter Düsseldorf THONETshop Ennigerloh Einrichtungshaus Bröndler Frankfurt/Main Hans Frick Freiburg arenz Wohnkultur Göttingen Helten Design Depot Hagen Biermann Einrichtungen Hamburg Clic Inneneinrichtung, Gärtner Internationale Möbel Hamm ProOffice Bürosysteme Kolmer u. Gockel Hannover pro office Büro + Wohnkultur Kassel JATHO Wohnen Kiel Wohnraum Kiel Koblenz Spielmanns Design for Office+Home Köln Stoll Wohnbedarf + Objekt Konstanz Leopold Fretz Leipzig smow Lippstadt ProOffice Bürosysteme Kolmer u. Gockel Mainz Inside Möbel & Accessoires Markdorf Knoblauch halbach Moers Drifte Wohnform München Böhmler Einrichtungshaus, Bromberger, Krejon Design Münster Ventana Nordhorn ambiente b. Exklusive Einrichtungen Nürnberg reim Wohndesign by bsk büro + designhaus Oldenburg Schumacher Regensburg et sedia schadt und herrnhof Reutlingen Raumplan Saarbrücken Einrichtungen Maurer Schalksmühle Büro Schriever Senden interni by inhofer Siegen Büro Schriever Stuttgart G+B Objekteinrichtungen, smow S Waldshut-Tiengen Seipp Wohnen Wendlingen Behr Einrichtung Würzburg büroforum



www.thonet.de

THONET

ANTONIO CITTERIO
Brücken zur Architektur

Gleich am Eingang hängt der Papst – zunächst in Schwarzweiß, dann auch in Farbe. Die Gemälde unterscheiden sich in einigen Details, und doch sind beide dem berühmten Porträt Papst Innozenz' X. von Diego Velázquez nachempfunden. Antonio Citterio scheint die Kunst zu lieben: Von seinen Heiligkeiten führt eine Rampe vorbei an weiteren Bildern bis zum Empfang. Erst dann sieht man an den Grundrissen und Modellen hinter Glas, womit sich der Hausherr vor allem befasst.

In einem Fahrstuhl geht es hinauf in den vierten Stock und hinein in Citterios Büro. Drei Etagen befinden sich unter der Erde. So wirkt das Gebäude an der Via Cerva – der Dom ist nur etwa 300 Meter entfernt – von außen viel kleiner, als es mit den rund 1700 Quadratmetern in Wirklichkeit ist.

Gleich drei Unternehmen sind unter einem Dach versammelt: Architektur, Interiors, Design. Von den etwa 80 Mitarbeitern beschäftigen sich allerdings nur zwei mit dem Entwerfen von Möbeln und Industrieprodukten. „Design“, sagt Citterio, „ist mein Hobby.“ Ein Hobby, das den *architetto* seit den frühen siebziger Jahren nicht loslässt. Noch ehe er überhaupt seinen Studienabschluss in Architektur am Mailänder Politecnico in der Tasche hatte,

begann er 1972, ein eigenes Design-Studio aufzubauen. Mit nicht einmal 30 Jahren machte Citterio schon als Designer auf sich aufmerksam.

Ein früher wichtiger Entwurf steht in seinem Büro: das Sofa „Diesis“. Das Stahlrohrmöbel mit den dicken Polstern entwickelte Citterio Ende der siebziger Jahre zusammen mit Paolo Nava für B&B Italia. Der Mehrsitzer machte Furore. Rolf Fehlbaum, damals Chef des Schweizer Möbelherstellers Vitra, erkannte schnell, dass die beiden Italiener einen modernen Klassiker geschaffen hatten, und rief Citterio an. „Er dachte wohl, dass ich gut zu Vitra passen würde.“ Das tat er auch.

Seit 30 Jahren arbeiten Fehlbaum und Citterio schon zusammen. Gerade erst hat der Mailänder einen neuen Sessel für Vitra fertiggestellt: „Grand Repos“. Nur zu gern führt er sein Werk vor. Er dreht und wendet sich, zeigt, wie der Sessel von der aufrechten Sitz- in eine zurückgelehnte Ruhelage bewegt und in jeder Position stufenlos arretiert werden kann. „Ich habe ihn selbst zu Hause“, sagt Citterio. „Der ist ideal zum Fernsehschauen.“

Antonio Citterio baut auf Konstanten. „Für mich ist die Beziehung zu einem Unternehmen wichtig. Design bedeutet nicht nur, dass man kreativ sein muss. Designer und Produzent müssen auch eine gemeinsame Vision haben.“ Mit wenigen Herstellern hat er in 30 Jahren Langzeitbeziehun-

gen aufgebaut, neben Vitra sind das vor allem B&B Italia und Flos. Er schätzt Qualität. Als Schreibtischleuchte benutzt er die berühmte Stehleuchte „Arco“ von den Brüdern Castiglioni, die in einem 65 Kilogramm schweren Marmorblock verankert ist und sich mit dem Metallschirm weit ins Zimmer hineinlehnt. Citterio ist stolz auf die Sonderausgabe mit schwarzem Marmorfuß. Er bekam sie vom Hersteller Flos noch zu Lebzeiten Achille Castiglioni (1918 bis 2002) geschenkt; dessen fünf Jahre älterer Bruder Pier Giacomo war 1968 gestorben.

Wie so viele seiner Kollegen in Italien ist Citterio Designer und Architekt zugleich. Was für ihn der Unterschied ist? „Architektur heißt, man gibt Geld aus. Viel Geld. Mit Design schafft man Geld.“ Das beweist zum Beispiel sein Freischwinger „Visavis“ (Vitra), der sich in zehn Jahren eineinhalb Millionen Mal verkaufte.

Doch Citterio gehört auch zu den Star-Architekten, die sich vor Aufträgen kaum retten können. Natürlich buhlte die Expo in Mailand um ihn und seine Geschäftspartnerin Patricia Viel. Die beiden bekamen den Auftrag, eine 600 Meter lange Brücke zu bauen, die von Mailand bis nach Rho reicht und symbolisch die lombardische Metropole mit dem Expo-Gelände vor den Toren der Stadt verbindet. Sie könnte das Wahrzeichen der Weltausstellung 2015 werden. ◀

DIE GESTALTER



Technisch: Antonio Citterio ist ein versierter Architekt. Man sieht es auch an seinem „Grand Repos“ (Vitra).

JORI KREIERT
WOHLBEFINDEN,
IN LEDER UND STOFF.

A photograph of a modern living room. A large, bright orange leather sofa is the centerpiece, positioned against a white wall. In front of it is a round, textured rug. To the right, a low, rectangular coffee table with a red top and black metal frame holds a few decorative items. Large windows in the background offer a view of a green landscape.

SOFA SHIVA JR-3990 / DESIGN: JEAN-PIERRE AUDEBERT

WWW.JORI.COM

JORI
Belgium since 1963

Angebot:
Vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2015: Stoff Upgrade auf alle Sitzmöbel

JORI bietet seit über 50 Jahren kompromisslosen Sitzkomfort mit kompromisslosem Leder an. Diesen Spitzenkomfort können Sie aber auch mit Stoff erleben. Wenn Sie sich vom 1. Januar bis zum 30. Juni 2015 für Stoff entscheiden, haben Sie die Wahl zwischen allen hochwertigen JORI-Stoffbezügen zum Einstiegspreis.



Anspruchsvoll: Piero Lissoni nimmt es leicht, wie bei dem schwarzen Stuhl „Piuma“ (Kartell) und, vorne rechts, den Vasen „Transformer“ (Glas Italia).

PIERO LISSONI
Bis an die Grenzen

Montags und donnerstags ist Blumentag. Dann geht Piero Lissoni auf den Markt und holt einen neuen Strauß für sein Büro. Heute sind es gelbe Narzissen und blaue Iris. Dazu passen die Vasen, die soeben mit der Post eingetroffen sind. Lissoni nennt sie „Transformer“ (Glas Italia). Das hauchdünne Borosilikatglas, das sonst vor allem für Laborgeräte verwendet wird, lässt er sich im Ofen so verformen, dass jede Vase zu einem ungewöhnlichen Unikat wird.

Sein Büro ist voll von Unikaten. Wertvolle antike Schälchen und Skulpturen stehen neben kleinen Spielzeugrobotern, die offenbar nicht minder wertvoll sind. Im lichtdurchfluteten Eck trägt ein „Gnom Napoleon“ von Philippe Starck (Kartell) schwer an dicken Bildbänden. Die Figur hockt neben einem Mies-van-der-Rohe-Sofa – Lissoni fand den wertvollen Bauhaus-Klassiker originalverpackt in Dänemark und kaufte ihn sofort. Seither hat „Barcelona“ Patina bekommen. „Die Flecken sind von meinen Golden Retrievers“, sagt Lissoni. Sie stören ihn nicht: „Ich will ja nicht in einem Katalog leben.“

Piero Lissoni, 1956 in Seregno nördlich von Mailand geboren, ist ein Tausendsassa. Wer ihn einmal in seinem Studio besucht hat, das sich über drei Etagen und zwei Gebäude verteilt, fragt sich, wie er den Überblick behält. Mit seinen Architekten plant er gerade Apartments, Hotels und Hochhäuser in Dubai, Abu Dhabi, Schanghai, Hongkong, Moskau, Tel Aviv, Baden-Baden, New York und Miami, um nur einige aufzuzählen. Mit seinen Designern entwirft er zum Teil ganze Kollektionen für Cassina, Living Divani, Boffi, Porro, Lema, Kartell und Flos. Seine Grafikabteilung arbeitet an den entsprechenden Katalogen, aber auch am Corporate Design der 56 Kunstbiennale in Venedig.

Nebenher kümmert er sich um Ausstellungsinstallationen wie im vergangenen Jahr um die sensationelle Schau über „Bernardino Luini und seine Kinder“ im Mailänder Palazzo Reale. Die Liste ließe sich fortführen – sie umfasst nicht annähernd alle laufenden Aufträge. Das Erstaunliche: Jedes Detail ist Lissoni präsent, selbst die Türklinken in einem Hotelkomplex hat er im Gespräch mit einem seiner 80 Mitarbeiter parat.

Fraglos ist er einer der besten Designer der Welt, gerade weil er es versteht, technisch an Grenzen zu gehen. Sein Stuhl „Piuma“ für Kartell ist das beste Beispiel: Die Sitzschale aus einem thermoplastischen Kunststoff ist nicht einmal zwei Millimeter dick. So bringt der Stuhl kaum zwei Kilogramm auf die Waage. Und trotzdem: Nicht einmal schwergewichtige Männer zwingen ihn in die Knie.

Zur Expo hat sich Lissoni, wie 13 weitere Designer, unter ihnen Citterio, Urquiola und Iacchetti, an einem besonderen Projekt beteiligt. Sie alle haben Tische entworfen, die von Riva 1920 in kleiner Stückzahl produziert und bei Sotheby's versteigert wurden. Je ein Tisch wird in dem Obdachlosenasyll Refettorio Ambrosiano aufgestellt, dort kocht Massimo Bottura, dessen „Osteria Franciscana“ in Modena drei Michelin-Sterne hat. Zu den Gästen will auch Papst Franziskus gehören. ◀

DIE GESTALTER



VISPRING

Luxury Beds - London 1901

Besuchen Sie Vispring auf der "Salone Internazionale del Mobile" - Milano
14 April bis 19 April 2015 - Halle 6 - Stand C46

www.vispring.eu



Zweckdienlich: Nicola Gallizia entwirft praktische Möbel wie diesen dreiteiligen Tisch-Container oder die Leuchte „Duca“ (Oluce), die Licht auf den Stuhl „Duca“ (Molteni & C) wirft.

NICOLA GALLIZIA
Nicht zu fassen

Der Name steht noch nicht endgültig fest. „Vielleicht nenne ich es ‚Tre Pezzi‘“, sagt Nicola Gallizia. Das wäre naheliegend, denn das kleine Möbelstück, an das er gerade noch letzte Hand anlegt, besteht aus drei Teilen: Zwei Container können unter eine Art Tischchen geschoben werden. Was genau sein Werk ist? „Vieles“, meint der Designer, lacht und setzt sich drauf. Also eine Bank? „Genau. Und ein Regal, ein Tisch, ein Schränkchen. Genau das wollte ich damit erreichen: ein Möbelstück, das nicht zu fassen ist.“

Nicola Gallizia ist Mailänder. Seit zehn Jahren hat er sein Studio im Südwesten seiner Heimatstadt, direkt an einer ihrer grünen Oasen, am Parco Don Giusani. Gallizia ist ein Zeichner. Überall in seinem Büro hängen Skizzen mit seinen Ideen, die hauchdünnen gelben Papierbögen mit den Bleistift-Liegen hinter ihm flattern und rascheln bei jedem Luftzug. Ein frischer Frühlingwind weht durch den Nebenraum, in dem gut 15 Mitarbeiter den Grafiken ihres Chefs Form und Gestalt am Computer geben. Eifrig werden Materialproben hervorgeholt, kleine Modelle und große Prototypen von allen Seiten begutachtet. Ein Stuhl steht kurz vor der Vollendung. Einen Namen hat er schon, „Duca“. Denn er ist für das Restau-

rant des ehemaligen Hotels „Duca di Milano“ gedacht.

Für Gallizia und sein Team ist das Duca gerade einer der größten Aufträge. Das Hotel an der Piazza della Repubblica, vor gut 25 Jahren von Aldo Rossi entworfen, hat einen neuen Eigentümer und gehört nun zur spanischen Kette Meliá. Gallizia stattet das künftige Luxushotel mit seinen 150 Zimmern komplett aus. „Jede der neun Etagen ist einem berühmten italienischen Designer gewidmet, zum Beispiel Castiglioni, Colombo, Meda oder Ponti.“ Gallizia selbst entwirft die meisten Möbel für die öffentlichen Bereiche. Und das unter Zeitdruck: An dem Stuhl „Duca“, der aus geschwungenen Rundhölzern besteht und einer Sitzschale aus dem Gießharz Resin, die mit Leder bezogen ist, hat er nur sechs Monate tüfteln können. Mit dem Ergebnis aber ist er zufrieden. Und auch die Tischleuchte „Duca“ (für Oluce) kann schon in Produktion gehen.

Nicola Gallizias Name ist seit 25 Jahren mit dem Möbelhersteller Molteni & C aus Giussano in der lombardischen Provinz Monza und Brianza verbunden. Gleich nach seinem Architekturstudium am Politecnico in Mailand begann er 1990 als Assistent des damaligen Art-Direktors Luca Meda für das Unternehmen zu arbeiten. Heute ist er der kreative Kopf des Hauses. Einige der erfolgreichsten Produkte für Molteni & C hat er selbst ent-

worfen. Seine bekannteste Arbeit ist das Regalsystem „505“ aus dem Jahr 2012, das aus vielen verschiedenen Modulen mit Schubladen und Schränken aus Holz und Glas, Metall und sogar Marmor bunt zusammengewürfelt werden kann.

„Bei meiner Arbeit denke ich als erstes an den Menschen, für den mein Produkt ist“, sagt Gallizia. Wichtig ist ihm aber auch, dass seine Arbeit hochwertig ist. Elegant muss sie sein und am liebsten auch wandlungsfähig. Bestes Beispiel ist sein Sofa „Oz“ (Molteni & C), das extrem weich ist und, wie der Name andeutet, geradezu magisch: In dem Zweisitzer steckt ein richtiges Bett mit Lattenrost.

Und an noch etwas hängt Gallizias Herz: an der Gemeinschaft San Patrignano in Coriano bei Rimini, dem größten Rauschgift-Rehabilitationszentrum Europas. Die ehemaligen Abhängigen lernen unter anderem in Werkstätten den Umgang mit Holz und Metall. Gallizia entwirft das Design für die Möbel. Darunter ist ein Tisch mit dem Namen „Film“, dessen Oberfläche an Leder erinnert, der aber aus Zement und Textil besteht. Auch bei der Expo ist die Comunità San Patrignano vertreten: An der Piazza Gae Aulenti präsentiert sich die Organisation mit einem Restaurant, in dem es aus selbst angebauten Lebensmitteln selbstgekochte Speisen gibt. Gegessen wird an Tischen und auf Stühlen aus dem Hause Gallizia. ◀

>> mell 2015





GIULIO IACCHETTI
Nicht ein Weg: Mehrweg!

Mit der Löffel-Gabel „Moscardino“, benannt nach dem Moschuspoly, an den der Entwurf mit seinem dicken Kopf und den drei dünnen Beinchen auch erinnert, ist Giulio Iacchetti berühmt geworden. Das 15 Jahre alte Besteckchen ist unentbehrlich auf jedem Stehempfang, wenn man kleine Häppchen aufspießen oder Süßspeisen aus Gläsern löffeln will. Der Wegwerfartikel hat Iacchetti und Matteo Ragni, der an dem Produkt für Pandora Design mitarbeitete, eine der höchsten Ehren eingebracht, die es im Design zu verdienen gibt: den „Compasso d'Oro“. Iacchetti und Ragni haben den „Goldenen Zirkel“, der auch „Design-Oscar“ genannt wird, sogar schon zwei Mal bekommen, 2014 für besonders gestaltete Gullydeckel aus Kugelgrafitgusseisen (Montini). In dem Metall der Abdeckungen zeichnen sich zum Beispiel Vogelkrallen ab oder auch die Spuren von Autoreifen.

Giulio Iacchetti, 1966 in Cremona geboren, bezeichnet sich als Autodidakt. „Ich wusste schon immer, dass ich Design machen wollte.“ So versuchte er sich zwar an Architektur am Politecnico, doch das Studium brach er nach zwei Jahren ab. Mit 26 Jahren begann er selbstständig als Industriedesigner zu arbeiten. Lange war er ein Ein-Mann-Betrieb, doch mit wachsendem

Erfolg vergrößerte sich auch sein Studio. Heute sind sie zu fünft und arbeiten in einem Gebäude in einem Hinterhof mit-samt Garten. Iacchetti hat sich den Flecken im Süden Mailands selbst ausgesucht, er liebt das bisschen Grün vor der Tür und wohnt nebenan. Auf der anderen Straßenseite befindet sich die private Domus-Akademie, an der er, der Nichtakademiker, auch Design gelehrt hat.

Obwohl sein Büro klein ist, ist Iacchetti vielbeschäftigt. „Auf der Mailänder Möbelformmesse stellen wir dieses Jahr 20 neue Produkte vor, zehn alleine für den Hersteller Bross.“ Der Tisch „Ademar“ zählt dazu, an dem bis zu acht Personen Platz finden können. Besonders elegant wirkt er mit einer dünn geschwungenen Marmorplatte, die in vier schmale Beine aus Walnussholz übergeht. Für Alessi hat er seine „Noè“-Kollektion um einen Sektfaschenöffner aus Edelstahl erweitert. An seinem oberen Ende hat die Zange einen Schneider für die Metallfolie, der innere Teil ist leicht geriffelt, damit der Korken mühelos „gekniffen“ und herausgezogen werden kann. Auch ein Flaschenregal gehört zur „Noè“-Familie: Die halbrunden Schalen aus thermoplastischem Harz lassen sich versetzt übereinander stapeln und mittels Nut so sicher miteinander befestigen, dass sie bis zu einer Höhe von einem Meter stabil bleiben. Noch recht wacklig daher kommt ein neues Kindermöbel, das bisher nur als

Prototyp und aus Pappe auf dem Schreibtisch des Designers steht. Es soll eine Art Schränkchen in Form eines amerikanischen Briefkastens mit der typischen Klappe vorne werden.

Auch mit Blick auf die Expo, bei der es um Nahrungsmittel geht, hat der Designer bereits ein erstes Projekt vollendet – eine Ausstellung in der Mailänder Triennale im Parco Sempione, zu der ein Design-Museum gehört. Der Titel der Schau lautet „Razione K“ und stellt die Verpflegungsrationen von Soldaten aus 19 Ländern vor, von Dänemark bis zur Ukraine. Deutschland ist mit der „Einmannpackung“ (Epa) der Bundeswehr vertreten, die in diesem Fall als Hauptgang Ravioli und Pilzsauce enthält. Die Internationale Raumstation serviert als außerirdischer Vorposten unter anderem grüne Erbsen und Makrelen, eingeschweißt in Plastikbeutel.

Auch „Moscardino“ hat er pünktlich zum Beginn der Expo in der Hauptstadt des „Aperitivo“ überarbeitet. „Viele wollten das Besteck nicht wegwerfen, deswegen haben wir ein Mehrwegprodukt daraus gemacht.“ Gerade fertig geworden ist noch ein nachhaltiges Produkt: ein Doggybag. Behälter, in denen Speisereste nach einem Restaurantbesuch mit nach Hause genommen werden können, sind in Italien bislang unbekannt. Iacchetti und sein Mailänder Kollege Michele di Luchi wollen das rechtzeitig zur Weltausstellung ändern.

Humorvoll: Giulio Iacchetti will mit Arbeiten wie dem Flaschenregal und dem Sektfaschenöffner der „Noè“-Kollektion (Alessi) den Kunden Freude bereiten.

DIE GESTALTER

Trendig: Rodolfo Dordoni schafft Kollektionen, deren Möbel zusammenpassen, so wie der Beistelltisch „Cesar“ und der Sessel „Aston“ (Minotti).

RODOLFO DORDONI
Klar, er denkt funktional

Mitten in Chinatown gab es einst ein Lagerhaus für Reis. Das ist lange her. Im Nordwesten Mailands leben zwar noch immer gut 20.000 Chinesen, mehr als sonst irgendwo in Italien. Sie prägen auch noch immer die Straßenzüge rund um die Via Bramante. Die alten Lagerhallen haben aber neue Mieter bekommen, meist kreative Köpfe wie Rodolfo Dordoni.

Schon vor zehn Jahren ist der 1954 in Mailand geborene Architekt und Designer hier eingezogen. Er ist Herr über gleich zwei Unternehmen: Die kleinere Firma, „Rodolfo Dordoni“, kümmert sich ums Design, die größere, „Dordoni Architetti“, um Architektur. Im Studio aber, das man über einen alten Lastenaufzug erreicht, sitzen seine etwa 25 Mitarbeiter in einem großen langgestreckten Raum zusammen. Kaum sechs Meter ist das Atelier breit, dafür aber mindestens 40 Meter lang. Links an der Wand ruht das Archiv in deckenhohen Regalen, rechts unter den Fenstern zum Hof findet sich eine erstaunlich umfangreiche Materialsammlung. Jedes Stück Holz, Metall oder Stein ist katalogisiert, blitzschnell kann der Designer den passenden Stoff für die nächste Kollektion herausuchen.

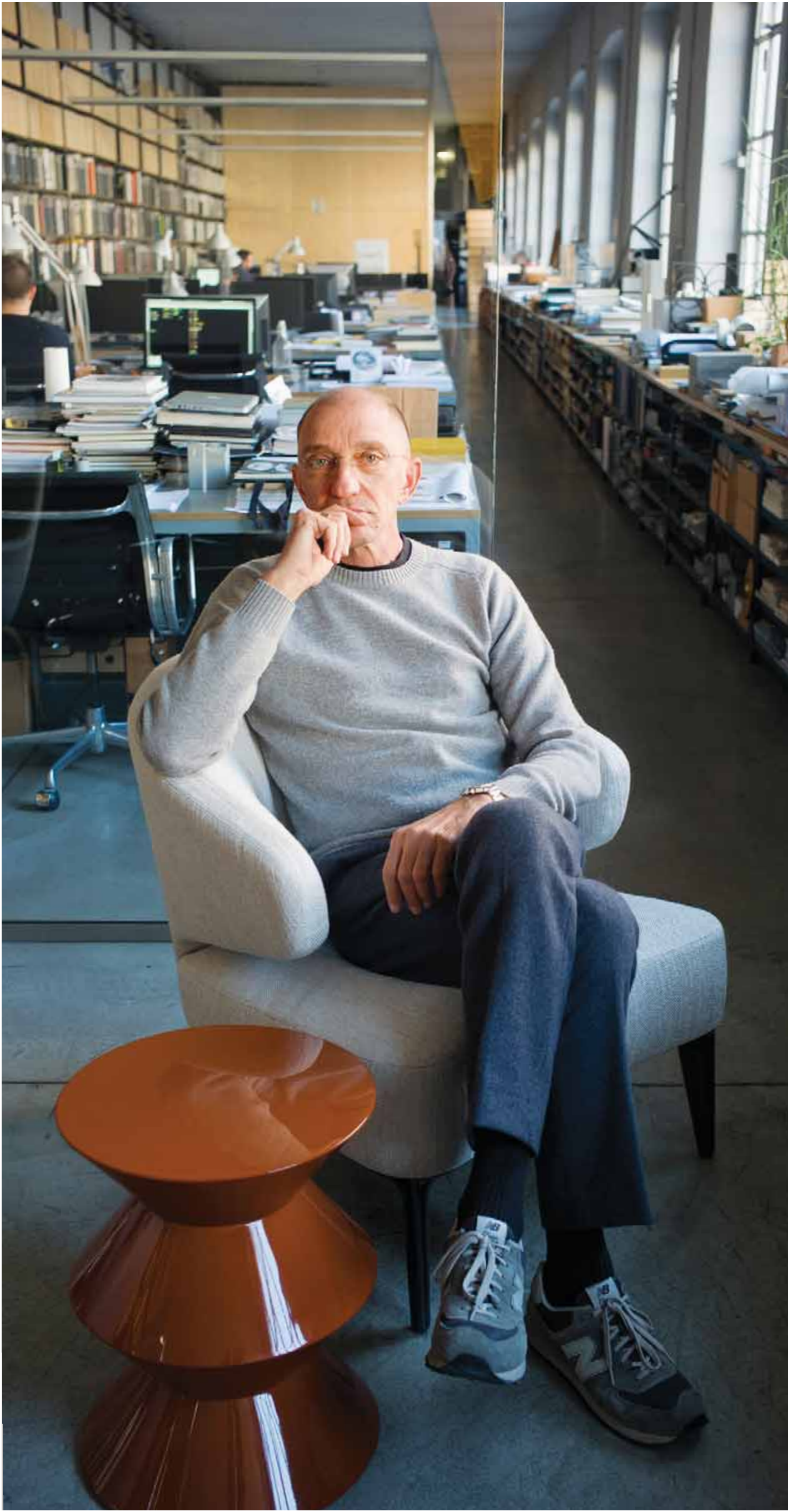
Rodolfo Dordoni ist der Modemacher unter den Möbeldesignern. Als er vor 18 Jahren die Art-Direktion bei Minotti übernahm, führte er bei dem italienischen Polstermöbelhersteller aus dem lombardischen Meda die Schnellebigkeit ein. Seit her entsteht im Zwölf-Monats-Rhythmus eine vollkommen neue Einrichtung fürs Haus. „Mir geht es um einen erkennbaren Stil, nicht um einzelne Produkte.“

Dordoni überschreibt seine Kollektionen mit einem Großthema: Reise, Film, Musik. Die Produkte tragen stets dieselbe Handschrift, nämlich seine, sie passen über die Jahre zusammen, auch wenn sie in Material und Farbe variieren. „Das Konzept haben inzwischen viele Möbelproduzenten übernommen“, sagt Dordoni. „Doch wir waren die ersten.“

Auch er ist von Haus aus Architekt. Erste Berufserfahrung sammelte er an der Seite von Giulio Cappellini, mit dem er gleich nach seinem Studium am Politecnico in Mailand zehn Jahre lang zusammenarbeitete. Seine Möbel beschreibt er als „klassisch-modern, schlicht-elegant“. Was das heißt? „Sie sind nicht verrückt, nicht übertrieben, dafür klar und funktional.“

Fürs Foto hat er den Beistelltisch „Cesar“ (Minotti) ausgewählt, der sich aus einem hingekritzelten Zickzack-Strich ergeben haben könnte. „Darauf lässt sich auch gut sitzen“, sagt Dordoni und nimmt auf dem bunten Kunstharzgebilde Platz. Bequemer aber ist sein „Aston“, den es bei Minotti als Stuhl, Sessel, Sofa und Liege für drinnen und draußen gibt.

Dordoni entwirft für viele Firmen, darunter so namhafte Hersteller wie Cassina, Dornbracht, Driade und Fontana Arte. Er hinterlässt aber auch Spuren in seiner Heimatstadt Mailand. Im Kaufhaus La Rinascente hat er zwei Etagen samt Restaurant umgebaut. Hinzu kommen Privathäuser auf der ganzen Welt, aber auch die Superyacht „SL 100“ des Bootsherstellers San Lorenzo – sie ist mehr als 30 Meter lang.





STUDIO IRVINE

In James' Namen

„Kommen Sie doch ins Taglio zum Lunch“, hatte Marialaura Rossiello-Irvine vorgeschlagen. „Das liegt direkt neben unserem Studio.“ Die Kaffeebar an der Via Vigevano ist nur wenige Meter von der Zona Tortona entfernt, dem vielleicht trendigsten Viertel Mailands, das während der bald beginnenden Möbelmesse zu einem Laufsteg neuer Produkte wird. So wie sich der erfolgreiche Marketing-Fachmann Raffaele Sangiovanni, der zuletzt für MTV Italia arbeitete, vor eineinhalb Jahren mit ein paar Freunden seinen Traum als Barista mit dem Café Taglio erfüllte, so hatte schon James Irvine 2006 sein Glück gleich nebenan im eigenen Studio gefunden. Doch es war nur von kurzer Dauer: Im Alter von nur 54 Jahren starb der britische Designer im Februar 2013. Er hinterließ viel: ein umfangreiches Werk, etliche unvollendete Entwürfe, eine junge Ehefrau, zwei kleine Söhne. „Das Taglio hat er nicht mehr erlebt“, sagt Marialaura. „Aber wäre er noch da, wir säßen hier jetzt zusammen.“

Marialaura Rossiello, in Neapel geboren, empfindet es als ihre Pflicht, das Werk ihres Mannes fortzuführen. Sie tut es nicht allein. An ihrer Seite hat sie Maddalena Casadei, die lange Assistentin von James Irvine war. Sie hatte sich 2012 schon selbst

ständig gemacht, kehrte aber zurück, als Marialaura sie darum bat. Die beiden Italienerinnen – Maddalena ist 38, Marialaura 42 Jahre alt – haben Architektur studiert, die ältere in Neapel, die jüngere, die in Forlì geboren wurde, in Ferrara. Danach hängten beide noch ein Designstudium in Mailand an.

„Wir wollen nicht wie James sein“, sagt Marialaura, „aber wir hatten Glück, dass wir einige seiner Projekte fortführen konnten.“ Den in der Höhe verstellbaren Beistelltisch „Tool“ für Offecct zum Beispiel, der gerade die Serienreife erreicht hat und nun vom Studio Irvine – früher hieß es Studio James Irvine – präsentiert wird. Der Entwurf geht auf Zeichnungen Irvines zurück. Auch zu „Six“ hatte der gebürtige Londoner die Idee – bei einer Portweinverkostung in Portugal. Die wunderbaren Flaschen wollte er besonders hässeln und darum in ein Material packen, das man sowieso mit Wein verbindet: Kork. Heraus kam eine schützende Tragehilfe mit dekorativem Aluminiumhenkel für sechs Flaschen, die von Amorim in Portugal hergestellt wird.

Die Zusammenarbeit mit dem japanischen Designkaufhaus Muji und dem italienischen Marmorproduzenten Marsotto edizioni lief ebenfalls weiter. „James war Art-Direktor für Marsotto, diese Aufgabe haben wir nun als Studio Irvine übernommen.“ Mit alten Wegegefährten – Naoto

Fukasawa, Konstantin Grcic, Ross Lovegrove, Jasper Morrison und Philippe Nigro – entwickelten Marialaura und Maddalena eine Kollektion von Marmortischen. Von den Designerinnen stammt der filigrane Schreibtisch „Toio“ und der nicht minder leichtfüßig wirkende Schminktisch „Isa“. Für Muji entwarfen sie einen Ventilator, der zwei rotierende Laufräder hat und aus weniger Material hergestellt wird als sein Vorgängermodell. „Er spart also viel Energie“, sagt Maddalena. „Damit wollten wir nach der Katastrophe von Fukushima ein Zeichen setzen.“

Die beiden konnten schon eigene Akzente setzen. Für Auerberg, von Christoph Böninger 2010 im oberbayerischen Ort Fischbachau gegründet, gestalteten sie den Tisch-Container „B-Box“, bei dem alles doppelt ist: zwei Formate (horizontal und vertikal), zwei Materialien (Holz und Acrylglas), zwei Einsatzbereiche (Haus und Büro). Der Inhalt bleibt sichtbar und wirkt dennoch aufgeräumt.

Der Erfolg stellt sich wieder ein. „Wir wollen trotzdem klein bleiben“, sagt Marialaura. Einen Mitarbeiter haben sie, Ernesto Messineo, mehr sollen es vorläufig nicht werden. Die junge Mutter musste sich auch in dem Studio mit den vielen Erinnerungsstücken neu einrichten: Den hinteren Teil hat sie zur Wohnung umfunktionierte, um neben ihrer Arbeit ganz für die Söhne Giacomo und Giorgio da zu sein. ◀

Nützlich: Maddalena Casadei (links) und Marialaura Rossiello-Irvine setzen in ihrem Studio Irvine erste Akzente mit Produkten wie der „B-Box“ (Auerberg).

DIE GESTALTER

Detailgenau: Ferruccio Laviani regt mit Duftkerzen und der LED-Tischleuchte „Battery“ (Kartell) gleich mehrere Sinne an.

FERRUCCIO LAVIANI

Macht das Licht an

„Ich bin dann mal weg“, sagt Ferruccio Laviani nach dem Fototermin. Er schnappt sich sein knallgelbes Fahrrad, das hinter seinem Schreibtisch am Bücherregal lehnt, und trägt es die paar Stufen hinauf zur Straße. Draußen will er sein Rad lieber nicht abstellen, obwohl der Designer in einer der schönsten Gegenden Mailands wohnt. Gegenüber an der Via Mozart befindet sich die Villa Necchi-Campiglio, ein touristisches Juwel. Im Garten des Anwesens ordnet Laviani hin und wieder bei einem Cappuccino seine Gedanken. Er nennt es einen Luxus, dass er hier mit seiner Familie und für seine Mitarbeiter eine Bleibe gefunden hat.

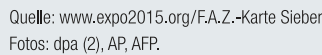
Vor zwölf Jahren ist Laviani mit seinem Studio ins Souterrain des mehrstöckigen Wohnhauses gezogen. Dafür hat er sich verkleinert. „Ich will keine Firma sein, ich will die Details zu jedem Projekt kennen.“ Vorher hatte er allein sechs Angestellte, die sich um die Einrichtung der Shops von Dolce & Gabbana kümmerten. Nun sind ihm noch zwölf Designer und Architekten geblieben. Das muss reichen.

Ferruccio Laviani, der 1960 geboren wurde, stammt aus der Stradivari-Stadt Cremona. Er selbst hat angefangen, das Geigenbauer-Handwerk zu erlernen. Nach einem Jahr aber hatte er genug davon. Er ging nach Mailand, studierte Architektur am Politecnico und dann Design. Zu seinen Professoren gehörten Achille Castiglioni (er schärfte ihm ein, immer neugierig zu bleiben), Marco Zanuso und Ettore Sottsass. Über ihn kam der Kontakt zu Michele de Lucchi zustande. Schon mit 23 Jahren begann er, für einen der großen Designer zu arbeiten, 1986 wurde er Partner im Studio de Lucchi. 1991 machte sich Laviani selbständig.

Im selben Jahr plante und gestaltete er den ersten Auftritt von Kartell beim Salone del Mobile. Das Unternehmen hatte seit zwei Jahren einen neuen Chef, Claudio Luti, der zuvor mit Gianni Versace dessen Modemarke aufgebaut hatte. Nun machte sich Luti daran, Kartell mit neuem Art-Direktor und Kunststoff zu einer großen Marke zu machen. „Claudio wählte meinen Stand aus, obwohl auch Philippe Starck im Rennen war.“ Es sollte sechs Jahre dauern, bis Laviani für Kartell auch Produkte entwarf. „Max“ machte den Anfang, ein Tisch auf Rollen, der der Idee des „light office“ Rechnung tragen sollte. Im Jahr 2000 benötigte Laviani eine Deckenleuchte für den Stand, er entwickelte „Fly“, die Luti überzeugte. Es war die erste von vielen Leuchten; bei Kartell machen sie inzwischen 20 Prozent des Umsatzes aus.

Für die diesjährige Mailänder Möbelmesse hat Laviani die Nachttischleuchte „Battery“ mit LED entworfen. Sie kann mit USB-Kabel wieder aufgeladen werden. Damit schließt sich ein Kreis, denn zu einer frühen Arbeit gehört auch eine Leuchte, die von Joan Miró stammen könnte. „Orbital“ (Foscarini) besteht aus einem lackierten Metallgestell, an dem sich fünf verschiedene Glasplatten entweder ganz in Weiß oder in Weiß, Gelb, Rot, Blau und Grün befinden, die als Diffusoren dienen. Bei Laviani steht sie ganz in Schwarz: ein Einzelstück mit besonderem Reiz, das aber leider nie in Serie ging. ◀





Von Tobias Piller

im negativen Sinne. Dabei begann die Geschichte der Expo zunächst mit einer freudigen Überraschung: Die Italiener errangen beim Auswahlverfahren im Jahr 2008 einen klaren Sieg über den türkischen Mitbewerber Izmir. Die Türken, auch unterstützt von Deutschland und Gerhard Schröder, hatten sich mit einem traditionellen Projekt zu Handwerk und Technik präsentiert. Trumpf der Italiener war ihr Projekt mit dem Titel „Ernährung des Planeten – Energie für die Zukunft“. Erstmals wurde in der langen Geschichte der Ausstellungen mit technischem Fokus – vom Pariser Eiffelturm bis zum Brüsseler Atomium – eine Art postindustrielle Ära eingelaütert.

Und wer könnte das abstrakte Thema Ernährung besser mit dem Gedanken an Geschmacksvielfalt und Genuss bereichern als die Italiener? In welchem anderen Land der Welt gibt es mehr Engagement für die Erhaltung und Neuentdeckung traditioneller Gerichte und Zutaten wie in Italien mit seiner ökologisch korrekten Vereinigung „Slow Food“?

Mit ihrem Themenvorschlag landete die frühere Mailänder Bürgermeisterin Letizia Moratti also einen Treffer. Um so mehr, weil die letzten Weltausstellungen in Asien stattfanden, nämlich in Shanghai (2010) und in Yeosu in Südkorea (2012) – und weil die Expo 2017 nach Astana gefallen ist, der Hauptstadt Kasachstans.

Aus all diesen Gründen war es nicht so schlimm, dass die Stadt Mailand selbst eine ganz und gar nicht grüne

Stadt ist, mit anhaltenden Problemen bei der Luftverschmutzung, mit all den Schwierigkeiten in der Infrastruktur und mit einem Stadtrand voller Industriebrachen früherer Stahl- und Reifenwerke.

Doch als man die Ideen zu verwirklichen begann, fingen die Schwierigkeiten an. Die Bürgermeisterin, selbst erfolgreiche Unternehmerin und verheiratet in der Mailänder Finanzwelt, hatte kein Geld in der Stadtkasse, keine Macht in der italienischen Politik und auch keine Unterstützung aus Rom. Nachdem die Expo beinahe in einem Alleingang nach Mailand geholt worden war, begann deshalb ein jahrelanges unruhliches Gezerre um die Beute.

Der erste Geschäftsführer der Ausstellung, ein Moratti-Statthalter, hielt sich nur ein paar Monate. Es folgte ein ehemaliger IBM-Manager und Minister einer Berlusconi-Regierung, der vor allem mit Gehaltsforderungen von sich reden machte und mit seinem ultimativen Anspruch auf ein repräsentatives Büro im Königlichen Palast neben dem Mailänder Dom.

Die Politiker der nationalen Regierung in Rom, des Mailänder Rathauses und der Regionalregierung der Lombardei lieferten sich jahrelange Stellvertretertschanden, und hinter ihnen standen wiederum Interessen verschiedener „befeundeter Unternehmer“. Die Mailänder Idee, das Ausstellungsgelände für die sechsmonatige Expo einfach nur zu mieten und dafür dort dann später Siedlungen und Hochhäuser zu bauen, wurde am Schluss verworfen. Nun

hat die Region Lombardei das Gelände gekauft. Was später daraus werden soll, bleibt weiteren Streitigkeiten vorbehalten. Nach Geschäftsführern und Politikern mit Sondervollmachten wurde schließlich 2013 ein „alleiniger Kommissar“ und Alleinherrscher für die Verwirklichung der Weltausstellung ernannt, der 56 Jahre alte Mailänder Giuseppe Sala. Zunächst die Führungslosigkeit und dann die große Eile verschafften der Korruption viele Gelegenheiten.

Seit Mai 2014 gibt es immer wieder neue Skandale. Zunächst wurden in der Regionalverwaltung der Lombardei der Chef der Einheit für Infrastruktur und der oberste Beamte für Ausschreibungen verhaftet, wegen Schiebung bei der Vergabe von Dienstleistungsverträgen. Es folgten Ermittlungen gegen eine Siebenerbande mit Namen aus alten Korruptionsskandalen, die sich mit angeblichen oder echten Kontakten zur italienischen Politik brüsteten und damit Bestechungsgeld ergaunerten. Die Vergabe der Bauten für die zwei Kilometer lange Hauptachse der Ausstellung, die 149 Millionen Euro kostet, soll ebenso manipuliert worden sein wie die für Wasserwege oder für die Bauaufsicht über den italienischen Pavillon.

Kein Wunder, dass die früheren Daten zur Weltausstellung inzwischen aus dem Internet gelöscht wurden. Noch im vergangenen Jahr war die Rede von 30 Millionen Besuchern, nun sollen es nur 20 Millionen werden. Zunächst hieß es, 4,1 Milliarden Euro würden investiert. Innerhalb

von fünf Jahren entstünden 70.000 Arbeitsplätze. Doch die genauen Zahlen gibt es nun erst nach dem Ende der Expo am 31. Oktober. Und manche Autobahn wird wohl erst Jahre später fertig. Die eigentlich geplante reizvolle Verbindung zu den Mailänder Wasserkanälen wird wohl gar nicht mehr gebaut.

Schlimmer ist, dass beim Rennen um die Fertigstellung der Gebäude nun der Blick auf das Thema verlorengegangen scheint. „Mit einer seelenlosen Expo wollen wir nichts zu tun haben“, wettet Slow-Food-Gründer Carlo Petrini, dem vor allem die Sponsoren Coca-Cola und McDonald's aufstoßen. „Man hat sich nur um den Behälter, aber nicht um den Inhalt gekümmert“, sagt Petrini. Die Politiker wollten einfach nur ein Schaufenster für Tourismus in Italien und „Made in Italy“.

Somit wird die Expo doch noch zum Abenteuer für die Besucher, auf die viele Überraschungen in den Pavillons warten, aber auch für die Italiener, die keine rechte Vorstellung haben von der Eigendynamik eines sechsmonatigen Weltereignisses. Die Mailänder Perspektive kommt dabei in den Diskussionen selten vor. Pierluigi Magnaschi, Chefredakteur des Wirtschaftsblatts „Italia Oggi“, sagt, da übersehe man eine grundsätzlich positive Entwicklung: „Die Stadt wird auf Hochglanz gebracht. Hunderte innovativ gestalteter Restaurants wurden eröffnet. Mailand blüht regelrecht auf.“ So könnten Pleiten, Pech und Pannen am Ende doch noch ihren Nutzen haben.



DER DEUTSCHE

PAVILLION

Deutschland hat auf der Expo einen spektakulären Auftritt. Ein erster Blick auf unseren Pavillon.

Fotos Frank Röth

Letzte Handarbeit: Ein Arbeiter streicht die Stahlkonstruktion am deutschen Pavillon.



DER DEUTSCHE

PAVILLON



Zukunftweisend:
Der deutsche Pavillon
verbindet Solartechnik
und nachwachsende
Rohstoffe. Nach den
184 Expo-Tagen wird
ein großer Teil des
Baus wiederverwendet.

DER DEUTSCHE

PAVILLON



Ein Blick ins All? Das Science-Fiction-Setting ist nur ein filigranes Gerüst aus Stahlrohren, das mit Textilbahnen bespannt wird. So entsteht ein Dach aus stilisierten Blättern.



DER DEUTSCHE

PAVILLON



Klappe auf: Die Beschattungslamellen schaffen gutes Klima in den Räumen; damit die Besucher nur die Töpfe hängen lassen.

COR



MODELL: **ELM** von Jehs + Laub

Produktinformationen unter 05242.4102-0 COR Sitzmöbel Nonenstraße 12 33378 Rheda-Wiedenbrück

www.cor.de

DER DEUTSCHE
PAVILLON

Wir scheinen das Motto der Expo ernst zu nehmen: Deutschland, das Hightech-Land, will zeigen, wie Ernährungsprobleme zu lösen sind.

Von Rüdiger Soldt

Kiefer, Tanne, Fichte, Lärche, Erle, Kastanie, Weide, Eiche, Birke. Das ist keine Produktübersicht aus dem Katalog des Baumarkts, das sind die heimischen Hölzer, über die vom 1. Mai an die Besucher des deutschen Pavillons auf der Mailänder Expo schreiten werden, wenn sie das Gebäude über eine Holzrampe betreten. Oder wenn sie auf dem Oberdeck ein Picknick mit deutschen Gourmet-Häppchen und Alpenblick genießen.

Die Hölzer bilden die Grundidee des deutschen Pavillons ab: Deutschland als naturnahes „Feld der Ideen“ darzustellen. Ein Luftbild mit Ackerflächen in unterschiedlichen Brauntönen stand Pate für den Entwurf des Architekten Lennart Wiechell vom Münchner Büro Schmidhuber. Auf den Holzdecks erheben sich Membrandächer, die an keimende Pflanzen erinnern. Die Membranflächen sind mit organischen Photovoltaik-Zellen bestückt.

„Den Planeten ernähren, Energie für das Leben“, so lautet das Expo-Motto. Die Weltausstellung ist im neuen Jahrtausend keine Leistungsschau mehr für herausragende deutsche Industrieprodukte. Stattdessen will man zeigen, dass ein Hightech-Land mit all seiner wissenschaftlichen und innovativen Leistungskraft globale Probleme lösen kann – wie zum Beispiel das der Ernährung.

In Mailand begegnet der Besucher in der einleitenden Show fünf Botschaftern, die für zivilgesellschaftliches Engagement stehen – unter ihnen eine Berliner Stadt-Imkerin, ein Apfelbauer, der vergessene Sorten kultiviert, und der Gründer einer Initiative für einen nachhaltigen Umgang mit Lebensmitteln. Vier Quellen der Ernährung – Wasser, Klima, Artenvielfalt, Boden – stehen im Mittelpunkt der Ausstellung im deutschen Pavillon.

„Wir schaffen den Raum, in dem etwas geschehen soll“, sagt Lennart Wiechell. „Wir denken das Gebäude mit dem Blick des Kameramanns aus 1,60 Meter Augenhöhe und versuchen, aus dieser Perspektive einen Weg zu inszenieren.“ Die Ausstellung richtet sich nicht an den passiven Expo-Touristen, sondern an den Weltbürger, vielleicht sogar den Weltverbesserer. Der Pavillon soll jedenfalls kein Messestand der Bundesregierung sein.

Das Gebäude, das rund 40 Millionen Euro kostet, wird 184 Tage lang stehen. Pro Tag werden 16.000 Besucher erwartet. Zehn Prozent der Expo-Besucher könnten die Ausstellung und die Shows des deutschen Pavillons am Ende gesehen haben. Etwa 600 Beschäftigte sind an dem Projekt beteiligt. Vier Jahre lang dauerte die Vorbereitung: Wettbewerb, Konzeption der Ausstellung, architektonische Entwürfe, Vorbereitung von Texten, Entwicklung der Technik, Testaufbauten, Generalprobe.

Ein Expo-Pavillon ist immer das Projekt einer Arbeitsgemeinschaft. In diesem Fall arbeiten das auf Präsentationsbauten spezialisierte Münchner Architekturbüro Schmidhuber, die Frankfurter Messe als Betreiber, das Bauunternehmen Nüssli und die Stuttgarter Kommunikationsagentur Milla & Partner zusammen.

Johannes Milla erzählt auf einer Dachterrasse im Stuttgarter Heusteigviertel, dass er schon acht Bewerbungen zur Gestaltung eines Expo-Pavillons abgegeben hat. Die Agentur, die ihre Kreativität ursprünglich aus der



Seit Jahren an der Arbeit für den deutschen Pavillon: Peter Redlin, Lennart Wiechell und Johannes Milla (von links)

Stuttgarter Off-Kulturszene schöpfte, gewann schon vier der Wettbewerbe: 1998 in Lissabon, 2000 in Hannover, 2010 in Schanghai und jetzt in Mailand. Der Graphiker Kurt Weidemann, der vor kurzem verstorbene Architekt Frei Otto und der Grafikdesigner Albrecht Ade – sie alle gehören zu den Inspirationsquellen der Agentur.

Unter anderem haben Milla und seine Mitarbeiter das Museum von Margarete Steiff gestaltet. Für den Tag der deutschen Einheit brachte er im vergangenen Jahr im Auftrag der baden-württembergischen Landesregierung Tübinger Stocherkähne auf den Hannoveraner Maschsee. Für den Umbau des Stuttgarter Schlosses zu einem „Bürgerschloss“ kämpfte er bisher vergeblich. „Wir beginnen immer mit einem leeren Blatt Papier“, sagt Milla. „Uns geht es darum, Kommunikation im Raum zu gestalten.“

Das kann in einer reizüberfluteten Umgebung schwierig sein. Es geht nicht ohne Reduktion. Milla hat in seinem Stuttgarter Innovationslabor ein „SeedBoard“ entwickeln lassen, ein faltbares Stück Pappe, beklebt mit weißem Papier und Reflektionspunkten. Etwa zwei Millionen Stück hat die Agentur herstellen lassen, jedem Besucher des Pavillons wird eines in die Hand gedrückt. „Das SeedBoard ist ein Stück Magie“, sagt Milla, „es ist der rote Faden für die Besucher. Wir sagen ihnen damit auch, dass sie es selbst in der Hand haben, etwas für die Sicherung der Ernährungsgrundlagen zu tun.“

Mit dem Stück Pappe können die Besucher an einen Bodenquerschnitt oder an ein Modell des Bodensees herantreten. Bewegt man das Board unter einer der 15 Projektoren-Stationen nach links und rechts, nach unten und oben, dann werden passende Texte oder Filme projiziert. Das wichtigste Schild in multimedial gestalteten Museen sei das mit der Aufschrift „defekt“, sagt Milla. Um eine hohe Betriebssicherheit bei geringen Kosten zu erreichen, müsse man nicht in jede Ausstellungswand einen Touchscreen einbauen. Am Ende der Ausstellung können die Besucher auf dem „SeedBoard“ sogar musizieren und mit dem Schrammeln auf der waschbrettartige strukturierten Oberfläche einen Beatboxer begleiten.

Früher schufen Architekten herausragende Museumsbauten. Nach der Fertigstellung mussten die Kuratoren dann oft feststellen, dass das neue Gebäude für vieles taugte, aber nicht für den Aufbau einer modernen Ausstellung. Im Fall der Weltausstellungen ist das anders. „Die deutschen Pavillons werden an einen Generalunternehmer ausgeschrieben“, sagt Milla. „Das ist gegen das Credo mancher Architekten. Das Innere und das Äußere muss laut Ausschreibung gemeinsam entwickelt werden, Gebäude und Innenräume sollen nicht in einem Konflikt stehen.“

Bis Ausstellung und architektonische Hülle zueinander passen, vergehen Jahre. Aus dem Entwurfskonzept muss ein Detailkonzept entstehen. Klangdesigner, Mediengestalter, Textredakteure, Architekten und Produktdesigner müssen zusammenarbeiten, Leitbegriffe finden und szenographisch aufarbeiten. Peter Redlin, der die Agentur gemeinsam mit Johannes Milla gründete, hat sich auf Expo-Projekte spezialisiert. „Da steht man immer wieder vor neuen Fragen, die man kreativ lösen muss“, sagt Redlin. „Dieses Mal war es zum Beispiel die Frage, welche Geräusche eigentlich zu Erdschollen passen.“

Die Expo wird erst in letzter Sekunde fertig werden. Ende April wird der Pavillon abgenommen. Im vergangenen Jahr wurden mehrere italienische Expo-Manager wegen Korruptionsvorwürfen festgenommen. Hinzu kamen eine manchmal chaotische Organisation und einige Bauverzögerungen. Peter Redlin hatte auch den Bau des Expo-Pavillons in Schanghai zu verantworten. Ist es einfacher, mit Italienern oder Chinesen zu bauen? Redlin lacht. Dann sagt er: „Korruptionsaffären haben aus Projektsicht leider massive Zeitverschiebungen zur Folge.“

Was nach dem Ende der Expo passiert, also nach dem 31. Oktober, wissen die deutschen Teilnehmer auch schon. In Sachen Nachhaltigkeit macht uns ohnehin niemand etwas vor: 80 Prozent der Materialien des Pavillons sollen nach der Demontage wiederverwendet werden. Kiefer, Tanne, Fichte, Lärche, Erle, Kastanie, Weide, Eiche, Birke: All die Hölzer werden zu Pellets gepresst und verheizt. ◀



UNTEN DURCH

Diese Weltausstellung ist nicht die erste Expo in Italien: Im Jahr 1906 war Mailand schon einmal der Schauplatz. Damals war das Motto „Verkehr und Arbeit“. Das hatte einen einfachen Grund: In jenem Jahr eröffnete König Vittorio Emanuele III. den Simplon-Tunnel, der damals als logistische Meisterleistung galt. Mehr als 3000 Arbeiter hatten innerhalb von sieben Jahren die zwei einspurigen Eisenbahnröhren knapp 20 Kilometer weit durch den Fels geschlagen. Bis in die Siebziger war der Simplon der längste Gebirgstunnel der Welt. Er eröffnete Italien schnellere Handelswege nach Mitteleuropa. Die Weltausstellung hieß daher „L'Esposizione Internazionale del Sempione“. Als sie am 28. April ihre Tore öffnete, war der Eingang des Geländes den Röhren des Tunnels nachempfunden. Jugendstil-Elemente umrankten die Fassade. Das Plakatmotiv von Leopoldo Metlicovitz (Bild oben) nahm das Thema mit futuristischem Anklang auf.

Die Ausstellung erstreckte sich über zwei Plätze: den Parco del Castello Sforzesco und die Piazza d'Armi. Im Park gab es Kunst- und Kulturveranstaltungen sowie eine Ausstellung über Verkehr. Hier steht auch das einzige Gebäude, das bis heute erhalten blieb: das Aquarium. In großen Wasserbecken tummelten sich einheimische Fische, blaue und grüne Keramikfliesen, angefertigt von einem Mailänder Unternehmen, rahmten das Thema. Langgezogene Art-Deco-Wasserlilien schlängelten sich darauf, an den Köpfen von Bögen und Säulen saßen Frösche, Krebse und Fische. Und gleich nebenan gab es ein Fisch-Restaurant.

Alle weiteren Gebäude wurden nach Ende der Ausstellung abgebaut. Historische Aufnahmen zeigen, was man sich alles hatte einfallen lassen: Heißluftballons hingen über den Hallen, Besucher bestaunten Luftschiffe, Hunderte elektrische Lämpchen beleuchteten nachts einzelne Pavillons. Damen mit breiten Hüten, bodenlangen Kleidern und korsettierten Tailen entstiegen der benzingetriebenen Trambahn, die auf dem Gelände verkehrte. Mailands Stolz war die elektrische Hochbahn, die zwischen den beiden Ausstellungsorten verkehrte. Vier Wagen fuhren auf der ein Kilometer langen Strecke, jedes Abteil mit roten Samtkissen gepolstert. Die weit mehr als fünf Millionen Besucher sollten ihren Weg möglichst stilvoll im modernsten Fortbewegungsmittel der Zeit zurücklegen. Carl Benz hatte zwar schon den Viertaktmotor entwickelt, auf den Straßen der Großstädte aber hatte sich das Automobil noch nicht durchgesetzt. Vor allem Eisenbahnen und Flugzeuge wurden bestaunt. Die neuen Automobile teilten sich eine kleinere Halle – mit Fahrrädern. *Maria Wiesner*

FOTOS: PICTURE ALLIANCE; FRANK ROTH; JOSEF EBERL; MAURITIUS



Ob lässige Schuhmodelle, Sandalen oder jede Menge coole Kids Styles: Unsere Frühjahr/Sommer-Kollektion 2015 wartet mit einer Fülle neuer, überraschender Modelle auf. Alle in derselben herausragenden Qualität und mit unserem einzigartigen Fußbett in zwei Weiten. Lassen Sie sich begeistern. **BIRKENSTOCK. Das Original.**

birkenstock.com

BIRKENSTOCK®



Als die Autos noch nicht dominierten: An der Piazza del Duomo liefen immer schon viele Linien zusammen.



An der Scala vorbei in Richtung Castello: Die Straßenbahn ist schneller, als man glaubt – wenn man an all die Staus denkt, in denen die Autos werktags stecken.

Foto Helmut Fricke

Sie rattert, rumpelt, rüttelt sehr romantisch

Die Ventotto ist einfach nicht zu bremsen. Die Mailänder Straßenbahn ist so antik, dass sie fast schon wieder modern ist.

Von Stephan Finsterbusch



Reht sich leicht in der Hüfte, biegt in hohen Tönen um die Ecke, neigt sich etwas zur Seite. Ein kurzer Augenblick, dann nimmt sie wieder Schwung auf. Rechts die Scala, links der Dom, auf dem Weg zum Castello. Sie ist knallgelb und in Würde gealtert. Alles an ihr ist genietet und geschraubt, nichts geschweißt oder verschmolzen. Außen Blech, innen Holz. Eine Höhe von 15 Tonnen, eine Königin auf Schienen.

Entworfen in Amerika, gebaut in Italien, verehrt auf der ganzen Welt. Ihr Name klingt wie eine Melodie: „Ventotto“, „Achtundzwanzig“. Mailands bestes Stück. Eine Straßenbahn wie aus dem Depot der Geschichte: Vor 100 Jahren patentiert, vor 90 Jahren konstruiert, gebaut und auf die Straßen gestellt. Seitdem ist sie in der Spur.

Und rollt weiter. Von den einst 500 Bahnen sei noch knapp jede fünfte im Einsatz, teilt die Betreibergesellschaft ATM mit. Keine Sonder-, Sonntags- oder Partyfahrten. Harte Arbeit im Alltag. 20 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche, jahrein, jahraus. Immer die gleichen Strecken, Tausende Kilometer, Zehntausende Passagiere.

„Die Ventotto ist eine der schönsten Bahnen, die es je gab“, meint Guido Boreani. Er kennt sie alle. Stromverlauf, Radsätze, Handrad, Achsenzahl, Drehgestelltechnik. Doppeldeckertrams in Hongkong, tschechische Tatrass, PCC-Bahnen in Amerika. Verkehrstechnik aus der Zeit urbaner Expansion. Städte in aller Welt industrialisierten, modernisierten, vergrößerten sich. Sie brauchten tragfähige Verkehrssysteme, Stadt-, Straßen-, U-Bahnen.

Guido Boreani schrieb viele Aufsätze darüber. Er kann Tandemantrieb und Sollwertgeber erklären, Reihen- und Parallelschaltung, Hand-, Fuß- und Pedalsteuerung. In den neunziger Jahren schrieb er ein Buch über die „Ventotto“. Es ist vergriffen. Also fragen wir ihn in Dutzenden Mails, weil er sich lieber schriftlich als mündlich äußert. Auf jede Frage hat er eine Antwort.

Warum fahren die „Achtundzwanziger“ noch?

Weil sie robust und gut sind.

Wer hat sie erfunden?

Es sind sogenannte Peter-Witt-Trams.

Wer war Peter Witt?

Der Verkehrsdezernent von Cleveland (Ohio).

Ein Amerikaner?

Mit deutschen Wurzeln.

Und der brachte die Trams nach Mailand?

Nein. Die Stadt kaufte Baulizenzen bei amerikanischen Unternehmen.

Wann war das?

1928.

Und dann wurden sie in Italien gebaut?

Ja, bei verschiedenen Firmen.

Die Fabrik von Carminati & Toselli steht noch heute. Mailand, Via Messina. Zwischen Hauptfriedhof und Chinatown die Fabbbrica del Vapore, die Dampffabrik. Die alten Mauern sind frisch verputzt, weiß gestrichen, Galerie-, Ausstellungs-, Konzerthallen. Hier bauten sie nach Plänen aus Amerika einst die erste „Ventotto“, Nummer 1501. Bis 1930 kamen weitere 500 Trams hinzu. Sie lösten die alten Edison-Wagen ab. Damit hatten sich der städtische Straßenbahnchef Gaetano D'Alò und sein technischer Direktor ein rollendes Denkmal gesetzt.

Debra Brill beschreibt in ihrem Buch „The History of the JG Brill Company“, wie Witt mit neuem Design die Straßenbahn revolutionierte. Brill war einer der größten Eisen- und Straßenbahnbauer der Welt, Witt war ein kleiner städtischer Angestellter. Er schuf einen neuen Stil und ein neues System. Es ging nicht um Motorkraft oder die optimale Nutzung des Gleichstroms, nicht um Schwankungssicherheit, Bremsstärke oder Radgrößen. Es ging um den „Fluss der Passagiere“, erklärt Boreani.

Was war das Problem?

Das Bezahlen. Eine Bahn brauchte einen Fahrer und zwei Schaffner, an jeder Tür einen.

Und das war zu viel?

Bei konstant 100 Fahrgästen und einem wachsenden Wettbewerb wurde das mit der Zeit zu viel.

Die Kosten waren zu hoch?

Ja.

Was war zu tun?

Montreal führte 1904 ein System ein, bei dem die Fahrgäste beim Besteigen der Bahn bezahlen.

Wie heute in Bussen?

Ja. Zuvor wurden die Kunden beim Verlassen vom Schaffner an der Hintertür abkassiert. Das aber galt als unsicher.

Witt konstruierte eine Bahn mit zwei Türen, eine vorn beim Fahrer, eine in der Mitte. Der hintere Teil der Bahn hatte keinen Ausgang. So schuf er einen Fahrgastfluss.

FOTOS: ARNOLD TRAMMANN, FERNANDO SCARANO / MAGNUM / AGENTUR FOCUS

Vorn ging es rein, in der Mitte wieder raus. Zwischen Ein- und Ausgang stand der Schaffner und kassierte. Das System ließ sich Witt 1916 patentieren. Er verzichtete auf Lizenzerlöse. Cleveland Railway baute einen Prototyp, setzte ihn ein, wollte mehr und gab der CG Kuhlmann Car Company einen ersten großen Auftrag.

In den folgenden Jahren griffen Straßenbahnmarken wie Brill, General Electric, Westinghouse oder Wason auf das Witt-Design zurück. Eine Tram fuhr um die Welt. Anfang der zwanziger Jahre setzte Toronto die ersten Witt-Wagen auf die Schiene, später folgten die Europäer, von Brüssel bis Madrid. Frankfurt ließ 1929 eine Witt-Tram aus Mailand kommen. Die Verkehrsbetriebe testeten sie, lehnten sie ab und schickten sie zurück über die Alpen. Die Mailänder waren pikiert.



Gar nicht so lange her: Im Jahr 1997 las man in der Tram noch ein gutes Buch – das iPhone war noch nicht erfunden.

Während andere Städte ihre Streckennetze schrumpfen ließen oder Straßenbahnen abschafften, stockte Mailand den Wagenpark mit neuen Modellen auf und hielt die „Ventotto“ am Laufen. Eine Tram muss nicht aussehen wie ein Ferrari. Sie muss poltern. Außen genietete Bleche, innen Sitze aus Ulmenholz, Deckenlampen aus blind gestrahltem Glas. Heute wie damals bedienen die Fahrer ihre Bahnen über Handräder.

Später bekamen viele Bahnen auch hinten eine Tür. Fahrkarten wurden nicht mehr in der Tram verkauft, sondern in Tabakläden. Mitte der Achtziger schickten die Mailänder eine ihrer Bahnen auf das Sommer-Trolley-Festival nach San Francisco. Die Tram, Nummer 1834, hatte Hunderttausende Kilometer in den Rädern. Die alte Technik und das klassische Design gefielen den Amerikanern so gut, dass sie ihr auf dem alten Gleisbett der einstigen St.-Charles-Linie eine neue Spur legten. Sie kauften Mailand ein paar alte Trams für einen Spottpreis ab. Zur Zeit fahren zehn der alten Mailänder Bahnen im regulären Verkehr der F-Linie von San Francisco. „Sie haben nie ein automatisches System erhalten“, sagt Robert Lyles von der San Francisco Municipal Transportation Agency. Heute wie damals werden sie über pizzagroße Handräder, eine ausgetüftelte Mechanik und eine Staffel elektrischer Widerstände angetrieben.

San Francisco ist seit den sechziger Jahren eine vielbesungene Stadt. Gibt es eigentlich ein Lied über die Trams in Mailand?

Es ist erstaunlich: Obwohl die Bahnen in Mailand so bekannt, beliebt und präsent sind, spielen sie in Literatur oder Popmusik fast keine Rolle.

Was heißt „fast“?

Es gibt ein Lied, das die Linie 29/30 besingt, die früher immer ums Zentrum herum fuhr. Ein Sinnbild des Lebens und ein lustiges kleines Liedchen über die Liebe eines Mädchens zu einem Schaffner.

So kriegt das ratternde und bimmelnde Ungetüm doch noch die Kurve zum romantischen Ende. Unglaublich, wie viel in der uralten technischen Errungenschaft heute geküsst, gestritten, gelitten, gelacht und vor allem laut ins telefonino gesprochen wird! Die hüftsteife Achtundzwanziger ist nicht ganz unschuldig an dem ganzen Palaver. Sie fährt so langsam, dass man sich ja irgendwie die Zeit vertreiben muss.

1. 10 Corso Como
Corso Como 10

Um den Corso Como ist, pünktlich zur Expo, ein ganz neuer Stadtteil erschlossen worden. Aber dieser Ort wird eine kleine Insel im Häusermeer um die Stazione Garibaldi bleiben. Denn hier kann man nicht nur Taschen, Schmuck und Kleider kaufen – sondern auch Kunst anschauen, im Café sitzen oder schön (und teuer) übernachten. Hinter dem Vorbild für viele *concept stores* in aller Welt steht Carla Sozzani, eine Hälfte der wichtigsten Lifestyle-Schwestern der Stadt. Die andere Hälfte heißt Franca – und leitet, ebenfalls seit Ewigkeiten, die italienische Ausgabe der „Vogue“.



2. Radetzky Café
Corso Garibaldi 105

Für Piero Lissoni enden viele seiner Arbeitstage im Radetzky, wo er Kunden und Kollegen trifft. Oft trinkt der Designer auch mit Freunden einen Aperitivo, zu dem Häppchen und kleine Speisen gereicht werden, die im etwas höheren Getränkepreis inbegriffen sind. Das Lokal, das seit 1988 besteht, ist benannt nach dem Feldmarschall, der 1858 in Mailand starb. „Im Guten wie im Bösen“, sagt Vincenzo Iannetti, der Chef des Hauses, habe er die Geschichte Mailands während der italienischen Unabhängigkeitskriege geprägt.

3. Bar Basso
Via Plinio 39

Einst hatte der britische Designer James Irvine sein Studio ums Eck und lud während der Möbelmesse in die Bar Basso. Es war ein rauschendes Fest, auch weil alle Designer der Einladung folgten. Seither wird jedes Jahr im April in der Bar gefeiert, und das auch zu Ehren von Irvine, der 2013 mit nur 54 Jahren starb. Das ganze Jahr über wird in dem bald 80 Jahre alten Lokal ein Aperitif serviert, der an der Theke erfunden und berühmt wurde: Negroni Sbagliato. Angeblich griff Mirko Stocchetti zur falschen Flasche: Statt Gin mischte er Prosecco zu Campari und Wermut.



4. Castello Sforzesco
Piazza Castello

Wenn man die frisch restaurierte Fassade des Castello Sforzesco längst hinter sich gelassen hat, wenn man die antiken Sammlungen, den unvollendeten Michelangelo, die Caravaggio-Zeichnungen und die alten Musikinstrumente in den Museen des Stadtschlusses studiert hat (und auch die wunderlichen Aufbauten zur Expo): Spätestens dann versteht man, wie schön dieser Ort wirklich ist. Denn neben allem, was es hier zu sehen gibt, kann man mitten in Mailand nach der Besichtigung einfach im Park sitzen und die Sonne genießen. Bella Italia!



5. Antonia Milano
Via Cusani 5

Oft landet man bei Antonia im Brera-Viertel. Die Boutiquenbesitzerin Antonia Giacinti versteht es eben, mit Marken so zusammenzuarbeiten, dass die Produkte mindestens einen Cocktail wert sind. Deshalb lohnt immer ein Besuch. Zu kaufen gibt es junge Labels wie Au Jour Le Jour oder Giambattista Valli neue Zweitlinie Giamba sowie die alte Garde, also Versace, Valentino, Gucci.



6. Museo Poldi Pezzoli
Via Manzoni 12

Ganz in der Nähe der Scala liegt eine der schönsten Villen der Stadt, die einst Gian Giacomo Poldi Pezzoli (1822 bis 1879) gehörte. Der reiche Mäzen sammelte mehr als 3000 Kunstobjekte, darunter Gemälde von Sandro Botticelli, Antonio del Pollaiuolo und Giovanni Bellini. Auch Lucas Cranachs Doppelporträt von Luther und Katharina von Bora gehört dazu.



9. Aspesi
Via Montenapoleone 13

Was man alles aus buntem Nylon fertigen kann: Hemden, Mäntel, Daunenjacken, Westen. Für Menschen, die Mode als zweite Haut verstehen, sich mit Stickereien oder Mustern aber dekoriert fühlen wie ein Weihnachtsbaum, sind die Produkte von Aspesi deshalb ein Segen. Und für alle, die auch an der Nordsee mal gut angezogen sein wollen.

12. Villa Necchi Campiglio
Via Mozart 141

Noch eine Villa, die man gesehen haben muss: In dem Haus, erbaut von Piero Portaluppi, lebten Mitglieder der Industriellenfamilie Necchi (Nähmaschinen) und Gigina Necchis Mann Angelo Campiglio. Einrichtung und Kunstsammlung sind fast ganz erhalten. Tilda Swinton drehte hier den Film „Ich bin die Liebe“. Foto Giorgio Majno / FAI



15. La Rinascente
Via Santa Radegonda 3/Piazza del Duomo

Das Kaufhaus La Rinascente feiert in diesem Jahr 150. Geburtstag. Aber es gibt noch einen schöneren Grund, weshalb man mal hingehen sollte. Die Zeit des Mittelmaßes ist hier nämlich vorbei. Seit ein paar Jahren sieht La Rinascente wieder so aus, wie es ursprünglich vor mehr als 100 Jahren geplant war – wie eines der führenden Luxuskaufhäuser der Welt. Das schmeckt man selbst beim Mittagessen auf der schönen Dachterrasse gegenüber dem Dom.

19. Palazzo Reale
Piazza del Duomo, 12

Die Habsburger haben sogar in Mailand kaiserliche Spuren hinterlassen, auch wenn das Stadtschloss am Dom nur ein „Königlicher Palast“ ist. In der einstigen Habsburger Residenz, die 1943 durch Angriffe britischer Bomber schwer beschädigt wurde, finden heute vor allem Ausstellungen statt. Zur Expo widmet man sich dem Werk Leonardo da Vincis.



7. La Galleria Nilufar
Via della Spiga 32

Ende der neunziger Jahre gründete Nina Yashar mit ihrer Schwester Nilu eine Galerie, die sich dem Design und der Kunst widmet. In wenigen Jahren wurde sie zum festen Begriff. Die beiden wollen auf ihren Streifzügen über Kunst- und Designmessen in aller Welt vor allem entdecken, kombinieren und Neues erschaffen. Man sieht es schon im Schaufenster der Galerie.



10. Cova
Via Montenapoleone 8

Das Café Cova war schon da, bevor die Luxusmarken das „Goldene Dreieck“ nördlich des Doms für sich entdeckten. Kurz nach dem Zweiten Weltkrieg zog das 1817 gegründete Café an die Ecke von Via Montenapoleone und Via Sant'Andrea. Dann wurde die Lage zu gut: Vor zwei Jahren kaufte LVMH das Café. Geändert hat sich noch nicht viel. Sogar fotografieren darf man noch.

13. Teatro alla Scala
Via Filodrammatici 2

Gut 60 Jahre ist der Sängereinstreit her: Renata Tebaldi trat gegen die spätere Siegerin und Primadonna assoluta Maria Callas an, Arturo Toscanini dirigierte dazu. Mehr Mythos geht eigentlich nicht. Kein anderes Opernhaus der Welt hat mehr Geschichten zu erzählen als die Scala im Herzen dieser Stadt. Heute geht es zwar nicht mehr ganz so kampfeslustig zu, aber Karten sind schwer zu kriegen. Darum einfach ins Museum der Oper gehen. Da kann man ganz gut in Erinnerungen schwelgen.

16. Excelsior Milano
Galleria del Corso 4

Der Name ist nicht souverän. Aber der Eindruck ändert sich nach ein paar Minuten im Erdgeschoss. Das ist der spannendste Teil dieser Mega-Boutique oder dieses Mini-Kaufhauses. Hier türmen sich bunte iPhone-Hüllen, Beauty-Produkte von unbekannten Labels, üppige Coffetable-Books. Eine schöne Adresse für all die Möchtegern-Individualisten dieser Welt.

18. Ristorante Giacomo Arangario
Via Guglielmo Marconi 1

Giacomo ist eine Institution in Mailand. Giacomo Bulleri kommt ursprünglich aus der Toskana, arbeitete als Koch in Turin und ist heute an gleich sechs Standorten in Mailand vertreten, unter anderem mit zwei Restaurants, einem Bistro, einer Pasticceria und einem Café. Beim Mittagessen hat man ohne Zweifel den schönsten Blick (unser Bild rechts) in seinem Lokal Arangario, im Haus des Museo del Novecento, direkt gegenüber dem Dom.

8. Ristorante Bice
Via Borgospesso 12

Zur Modewoche ist man immer schnell im Bice – egal, wo die letzte Schau war. Das mag mit der zentralen Lage zu tun haben. Oder auch nur damit, dass die Modelleute dieses Restaurant lieben. Am Nebentisch speisen deshalb zwar auch die Kollegen, mit denen man sich den ganzen Tag lang eine Sitzbank geteilt hat. Aber so etwas kann man sich hier mit *vino rosso* auch schön trinken.

11. Trattoria Bagutta
Via Bagutta 14

Während der Modewoche verwandelt sich das Bagutta abends in einen Laufsteg für Redakteurinnen aus aller Welt. Man sollte es also besser dann besuchen, wenn die Mailänder ihre Stadt nur mit ein paar Touristen teilen. In der mehr als 90 Jahre alten Trattoria läuft man gleich am Eingang auf köstliche Vorspeisen zu. Was nicht heißt, dass man hier nicht *primo*, *secondo* und *dolce* essen sollte. Und, ach ja, *formaggio* auch.



14. Galleria Vittorio Emanuele II
Piazza del Duomo

Der Architekt Giuseppe Mengoni hatte kein Glück damit: Am 30. Dezember 1867 verunglückte er auf der Baustelle der Galleria tödlich. Hoffentlich sieht er seine Galerie, eine der schönsten überdachten Einkaufszeilen überhaupt, in diesem Frühjahr aus dem Himmel. Die Renovierung ist abgeschlossen, statt Schnellrestaurants gibt es nun teure Läden, und die ganze Galleria glänzt schöner als am ersten Tag.



17. Duomo
Piazza del Duomo

Wer Mailand besucht, muss natürlich in den Dom gehen. Die drittgrößte Kirche der Welt, der Geburt Mariä gewidmet, ist auch eine der schönsten. Mehr als drei Jahrhunderte wurde an der gotischen Kathedrale gebaut. Mark Twain fand nach Fertigstellung 1867 die Worte: „Welches Wunder er ist! So großartig, so ernst, so riesengroß! Und noch so fein, so luftig, so anmutig!“ Wer Zeit hat, sollte den Turm erklimmen: Besser kann man Mailand nicht im Blick haben.



Wir haben einen Plan für Mailand

Sie kommen zur Expo und haben keine Vorstellung von dieser Stadt? Hier ist sie. Ein kleiner Grundriss für schöne Tage.

Von Jennifer Wiebking und Peter-Philipp Schmitt, Fotos Frank Röth



23. Taglio Caffè
Via Vigevano 10

Noch jung, aber schon stadtbekannt: Das Taglio wurde erst im Oktober 2013 eröffnet. Eigentümer ist Raffaele Sangiovanni, der zuvor für MTV Italia gearbeitet hat, zusammen mit Gianluca Biscalchin, Andrea De Michelis und Mark Tamaro. Ihnen geht es um guten Kaffee, und den servieren sie auch. Vom „Taglio“ sind es nur wenige Schritte bis zum Bahnhof Porta Genova, auf der anderen Seite der Gleise liegt die *zona tortona*, eines der Trendviertel der Stadt.

22. Cantina della Vetra
Via Pio IV 3

Die *zona collone*, wie die Mailänder das Studentenviertel um den Corso di Porta Ticinese im Südwesten der Stadt nennen, muss man am Wochenende erleben. Dann gehen selbst die Italiener, die das große Frühstück meist meiden, zum Brunch. Zum Beispiel in der schönen Cantina della Vetra. Allerdings bedeutet Brunch hier ein Essen von frühestens zwölf Uhr mittags an.



21. Pasticceria Marchesi
Via Santa Maria alla Porta 11a

Und noch ein Traditionscafé, das mittlerweile Teil der Luxusbranche ist. 80 Prozent der Pasticceria Marchesi gehören jetzt Prada, die verbleibenden 20 weiterhin Angelo Marchesi. Seit 1824 ist die Familie Marchesi bekannt dafür, den besten Kaffee Mailands zu servieren. Und wenn man schon mal drin sitzt, kommt man natürlich an all den Kalorien in der Auslage nicht vorbei.

20. Santa Maria delle Grazie
Piazza di Santa Maria delle Grazie

Das Dominikanerkloster ist unscheinbar. Doch in seinem Refektorium verbirgt sich eines der berühmtesten Werke der Menschheitsgeschichte: Leonardo da Vincis „Das Abendmahl“. Auch dieses spätgotische Gotteshaus, das zum Weltkulturerbe gehört, wurde im Krieg beschädigt. Die Wandmalerei von da Vinci aber konnte gerettet werden. Wer es sehen will: Karten vorbestellen!





Im Zigarettenrauch steigt fröhlicher Solipsismus auf, und die Pelzsaizon ist nie vorüber: Die Mailänderin legt die Diskretion ab, wenn sie abends ausgeht. Im Büro am nächsten Morgen gibt sie sich auffällig unauffällig. *Fotos Daniel Pilar*



PRATICA ELEGANTE DISCRETA

Tiziana Cardini, Modechefin im Kaufhaus La Rinascente, über den Stil der Mailänderin und den Geschmack der Touristen

Signora Cardini, Sie tragen oft bunte gestrickte Jacken. Ist das etwas typisch Mailändisches?
Ja und nein. Strickteile sind praktisch und zu ganz verschiedenen Anlässen einsetzbar. Daher trägt sie heute so gut wie jeder. Man zieht sie über, fertig!

Wie würden Sie den Stil der Mailänderin denn beschreiben?
Die Mailänderin ist eine anspruchsvolle, elegante Frau. Sie möchte nicht angeben, das ist nicht Teil unserer Kultur. Sie ist eher reserviert und diskret. Uns ist die Qualität wichtig. Natürlich trifft das vor allem auf die Wohlhabenden zu. Andererseits, wenn man sich so umguckt, kann man bei jedem einen gewissen persönlichen Stil ausmachen. Das geht selbst mit den einfachsten Kleidungsstücken, die nichts mit Luxus zu tun haben.

Was macht diesen Stil genau aus?
Er ist modisch, aber nicht zu auffällig. Die Mailänder schauen auf jeden Fall, wo es mit der Mode hingeht, was da gerade los ist, schließlich sind wir Italiener. Bei Tag geht es jetzt eher um Maskulines, Strenges. Abends, zu Events, Empfängen, Essen oder Partys, wird es dann aber exzentrisch und üppig. Selbst wenn man nur ins Restaurant geht, macht man sich zurecht. Den Menschen ist ihr Aussehen also ziemlich wichtig.

Wie übersetzt sich diese Haltung in konkrete Kleidungsstücke?
Im Winter gehört dazu auf alle Fälle die Daunenjacke. Wirklich jeder scheint eine zu haben. Das ist schon so etwas wie ein Virus, das sich durch die ganze Stadt zieht. Dazu würde ich auch alle weiteren praktischen Funktionsjacken zählen. Diese Jacken sind immer gut geschnitten, sie sitzen richtig, und die Farben sind schön. Dann sind flache Schuhe wichtig, heute fahren ja immer mehr Menschen Fahrrad oder laufen einfach. Natürlich mögen wir auch hohe Schuhe, allerdings eher für den Abend.

Und die Farben? Ist es ein Zufall, dass Giorgio Armani sein Greige aus Grau und Beige in Mailand erfunden hat?
Wohl nicht. Es geht gedeckt zu mit bunten Klecksen. Das hat viel mit dem Wetter sowie mit der Farbe unserer Gebäude zu tun. In Rom sieht man zum Beispiel eine ganz andere Farbpalette als in Mailand. Sie haben dort jeden Tag Sonnenschein. Das Licht färbt alles rosa.

Und das überträgt sich dann auf die Bewohner?
Auf jeden Fall, man ist dort auf ganz natürliche Weise optimistischer, also trägt man viele Farben, viel Gold und viel Glänzendes.

Wie wichtig sind solche Überlegungen für Ihre Arbeit im Kaufhaus La Rinascente?
Wir haben ganz verschiedene Kunden. Viele Touristen, aber die Italiener machen etwa 50 Prozent aus. Sie haben in den vergangenen Jahren besonders gerne Kleider gekauft. Aber jetzt sieht man in den Kollektionen immer mehr Stücke zum Kombinieren, also Röcke, Hosen, Blusen. Das „mix and match“ wird jetzt auch bei unseren Kunden wieder beliebter. Aber zugleich müssen wir eben daran denken, dass Kunden aus der ganzen Welt kommen, um bei uns nicht Mailänder Stil, sondern italienischen Stil zu kaufen.

Oder das, was sie für typisch italienischen Stil halten?
Ja, natürlich, aber das ist nicht schwer zu bieten, denn wir haben in Mailand ja die besten Marken.

Dazu gehören nach langer Zeit auch wieder junge Designer wie Marco di Vincenzo oder Stella Jean. Der Marke MSGM widmen Sie gerade ein ganzes Schaufenster. Lohnt sich das?
Ja, wir versuchen, neue Labels zwischen die bekannten Namen zu hängen. MSGM läuft richtig gut, es ist eine der erfolgreichsten Marken auf dem Stockwerk, mit sehr viel Dynamik. Das mögen die Leute.

Beobachten Sie die Leute manchmal beim Stöbern?
Natürlich. Man sieht dann schon, woher sie kommen.

Das erkennen Sie an der Art, wie die Leute einkaufen?
Ja. Russische Frauen mögen zum Beispiel sinnliche und enggeschnittene Stücke. Sie suchen den hyper-femininen sexy Look, sie mögen Stickereien und üppige Stoffe, sie wollen sehr auffällig wirken. Die Chinesen sind immer für neue Accessoires zu haben, also für Schmuck oder Taschen. Was die Bekleidung angeht, brauchen sie ja ganz andere Schnitte.

Und deshalb legen sie eher Wert auf die Accessoires?
Ja, schon. In der Mode mögen sie das, was neu, besonders und auffällig ist. Bei den Kunden aus dem Nahen Osten ist es ähnlich: Sie mögen ebenfalls Farbe und Stickereien, die sie dann unter ihrer Burka tragen. Auch interessant sind die Koreaner. Sie lieben Mode in ihrer extremen Form, mit Farben, Mustern, Logos, Volumen, sonderbaren Schnitten.

Was würden Sie denn als Touristin in Mailand tragen, um sich nicht gleich als solche zu outen?
Heute ist es gar nicht mehr so einfach, Touristen zu erkennen. Natürlich kann man das aufgrund ethnischer Merkmale tun. Aber besonders wenn man sich besser gekleidete Touristen anschaut, sieht man kaum noch einen Unterschied zu echten Mailändern. Dafür ist der internationale Stil einfach zu prägend.

Wie sieht der aus?
Aufgeräumt, sportlich, irgendwo zwischen Funktionalität und Eleganz. Das sind: ein Kaschmirpullover, eine gut-geschnittene Hose, ein Paar flache Schuhe, eine von der Sportswear inspirierte Alltagsjacke, für Frauen noch ein schönes Abendkleid, für Männer ein Anzug.

Die Fragen stellte Jennifer Wiebking.

FOTO MONICA VINELLA

TIZIANA CARDINI, die früher als Modechefin für die italienischen Ausgaben der „Amica“ und der „Glamour“ arbeitete, ist seit dem Jahr 2007 Modechefin von La Rinascente. In dem Luxus-Kaufhaus achtet die Mailänderin auf die richtige Mischung der Marken und zugkräftige Veranstaltungen. Außerdem sucht sie stets nach neuen Designern. Deshalb ist ihre Lockenmähne häufig in der ersten Reihe der wichtigen Modenschauen zu sehen – vor allem auch bei jungen Designern.



GRAF VON FABER-CASTELL

ELEGANZ UND PERFEKTION

PLATINIERTE SCHREIBGERÄTE MIT AUFWENDIG
KANNELIERTEM SCHAFT AUS TIEFBRAUNEM
GRENADILL-HOLZ, MATTSCHWARZEM EBENHOLZ ODER
ROTBRAUNEM PERNAMBUK-HOLZ.

HANDMADE IN GERMANY.



ERHÄLTlich IN UNSEREN BOUTIQUEN IN HAMBURG, DÜSSELDORF
UND FRANKFURT SOWIE IM GUT SORTIERTEN FACHHANDEL.
WWW.GRAF-VON-FABER-CASTELL.COM

slow food

Zur Slow-Food-Osteria im Borgo Pianetto braucht man lange. Von der nächsten Stadt, Forlì, sind es mehr als 35 Kilometer kurvige Straßen, von der nächsten Autobahn mehr als 40 Kilometer. Dennoch ist „La Campanara“ an einem trüben Frühjahrssamstag voll. Der kleine Borgo Pianetto mit ein paar Dutzend Seelen und das Bergdorf Galeata mit 2000 Einwohnern könnten ein solches Gasthaus nicht erhalten.

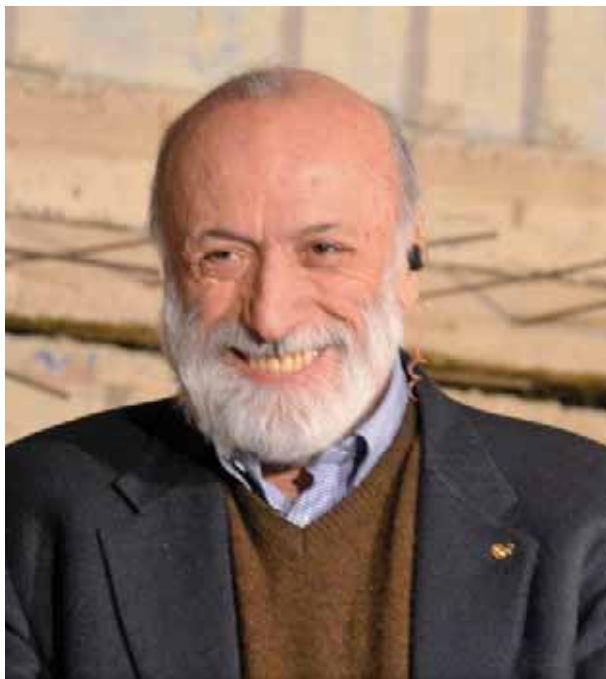
„Mehr als die Hälfte der Besucher sind aus der Stadt“, sagt Roberto Casamenti. „Im Sommer kommen auch ausgewählte Kunden aus Deutschland, manchmal mit Wohnmobil und mit der deutschen Fassung des Slow-Food-Führers unterm Arm.“ Natürlich sind Galeata und der Borgo Pianetto weitab von den Touristenströmen. „Aber die Leute kommen hierher, um authentische Gerichte zu finden.“ Diese „Piatti veri“ bedeuten für den Wirt und für seine Frau und Küchenchefin Alessandra Bazzocchi: Man setzt Gerichte aufs Menü, die typisch sind für die Gegend, man hält die Speisekarte knapp, nimmt saisonale Zutaten und kennt die wichtigsten Lieferanten persönlich.

Solche Prinzipien beherzigen auch viele Küchenchefs und Restaurantbetreiber in anderen Ländern, doch in Italien haben sie besonderen Wert. Denn seit 25 Jahren führt die Vereinigung Slow Food die Freunde der traditionellen Küche und des bewussten Genusses mit einem beliebten Restaurantführer zu den Gaststätten, die ihre Philosophie verwirklichen. Von „Osterie d'Italia“ werden jedes Jahr bis zu 100.000 Exemplare verkauft, seit einiger Zeit gibt es auch eine deutsche Ausgabe. Mit dem Restaurantführer verbreitete die Organisation von Anfang an ihre Werte. Ende der Achtziger gründete Carlo Petrini die Bewegung, nachdem ein McDonald's-Lokal in Rom ausgerechnet an der historischen Piazza Navona eröffnet worden war.

Längst hat Slow Food die Gastronomie in Italien verändert und viele Verbraucher dazu erzogen, bei der Auswahl von Nahrungsmitteln und Restaurants kritisch zu sein. Während für viele deutsche Gastwirte und ihre Gäste noch immer die Größe des Schnitzels zählt, während die Soßen weiter mit Pulver angerührt, die Standardgerichte aus Konserven und Fertigware kombiniert werden, rümpft nun der Italiener auch in der einfachen Osteria über so etwas die Nase. Zu stark ist die Prägung auf Slow Food,

Hinter der nächsten Kurve liegt das kleine Glück: Eine italienische Bewegung gegen das hastige Essen hat die Restaurantszene des Landes verändert.

Von Tobias Piller



Mit ihm fing alles an: Slow-Food-Begründer Carlo Petrini

zu groß das Angebot von Wirten wie Roberto Casamenti. Das ist auch in Italien nicht immer so gewesen: „Der Führer zu den ‚Osterie d'Italia‘ wurde 1990 genau deshalb ins Leben gerufen: weil diese traditionelle Art der italienischen Küche am Aussterben war“, sagt Eugenio Signoroni, einer der beiden Verantwortlichen. Damals schien nicht nur Fast Food vorzudringen, sondern auch eine modische Nachahmung der Nouvelle Cuisine, die sich oft als standardisierte Pseudo-Kochkultur erwies. Diesen Tendenzen setzte Slow Food die Vielfalt der italienischen Küchen-tradition entgegen.

Dieses Land war dafür prädestiniert: Zwischen Sizilien und Südtirol hat jeder Fleck eine andere Geschichte, mit kulturellen Einflüssen aus Arabien, Österreich, Spanien oder Frankreich. Die unterschiedlichen Esskulturen kreuzen sich wiederum mit dem Reichtum der Vegetation und den unterschiedlichen Klimazonen.

„Zuerst wurden die ‚Osterie‘ zu den Botschaftern einer jeden Region“, sagt Eugenio Signoroni. Doch nun seien die Gäste anspruchsvoller, sie suchen Überraschungen. Der Führer beschreibt daher nicht einfach die Rezepte, sondern auch die Zutaten und deren regionale Herkunft. Dafür lohnt also der Umweg zur Osteria. Für manche Italiener aus der Großstadt ist das der Sonntagsausflug zur „Entdeckung kulinarischer Schätze“, die dann möglichst auch noch als Mitbringsel gekauft werden.

Die „Osteria La Campanara“ von Roberto Casamenti und Alessandra Bazzocchi entspricht einem Idealbild, das im Restaurantführer mit einer kleinen Schnecke gekennzeichnet wird: „Ein Lokal, das uns besonders gefällt, weil Ambiente, Küche und Service in Einklang mit Slow Food stehen.“ So erlebt man es immer wieder, sei es nach einem langen Weg auf den Abhängen des Ätna oder nach einer Tour durch hässliche Vororte ligurischer Städtchen: Am Ende steht eine gute Osteria. Auch das Lokal von Roberto und Alessandra in der Emilia-Romagna fand sich durch Zufall, auf der Suche nach einem kulinarischen Abenteuer abseits der kürzesten Strecke.

Das Wirtsehepaar hatte zunächst selbst solche Erfahrungen aus der Perspektive des Gastes gemacht. Vor neun Jahren verwirklichten sie ihren Traum, ein eigenes Slow-Food-Lokal zu eröffnen. Roberto Casamenti kommt aus den Bergen rund um das Dorf Galeata und dem dazu-



Knappe Speisekarte, saisonale Zutaten, lokale Lieferanten: Die Slow-Food-Osteria „La Campanara“ von Alessandra Bazzocchi und Roberto Casamenti hat sich einen guten Ruf erkocht.

gehörigen Borgo Pianetto, er plante als Bauzeichner neue Ställe für die Bauern, denen er nun ihre Erzeugnisse abkauft. Alessandra Bazzocchi war Lehrerin in Forlì. Eine eigene Osteria war ihr langgehegter Traum, der sich in einer abgelegenen Gegend leichter verwirklichen ließ. Im Borgo, einem Dorf mit dicht aneinanderggebauten Häusern, fand sich ein ehemaliger Pfarrhof, schon lange unbewohnt und halb verfallen. Zuletzt hatte dort die Glöcknerin der benachbarten Kirche gewohnt – sie gab dem Lokal den Namen. Inzwischen gibt es neben dem Haus auch eine Terrasse mit Platz für 60 Gäste an warmen Sommertagen und einen eigenen Gemüsegarten.

Alessandra Bazzocchi serviert ihren Gästen die örtliche Käsesorte Ravaggiolo als Spezialität aus dem Tal. Daneben gibt es unter anderem „Tortelli sulla lastra con la giardiniera sott'olio fatta da noi“, ein auf der Steinplatte gebratenes Fladenbrot, gefüllt mit gekochten Kartoffeln und Kürbis, und einer Beilage aus eingelegtem Gemüse aus dem eigenen Garten. Mit dem Fleisch der örtlichen Rinder-rasse Bovino Romagnolo werden die „Polpettine alla scottadita“ gemacht, kleine würzige Hackfleischbällchen, in denen das Fleisch des ganzen Rinds verarbeitet werden kann, damit nicht, wie anderswo, nur die Filets verwertet werden. Schmalz und Kastanien sind aus der Gegend, nur fettärmer zubereitet als früher. Im Borgo Pianetto, wo abends noch die Männer auf dem Platz Karten spielen und manche Oma, weil sie zu Hause Wasser sparen möchte, den öffentlichen Waschplatz benutzt, gibt es als Spezialität für den Nachschick an Festtagen den Ramerone, einen Schoko-Minz-Flan, für dessen Rezeptur Alessandra Bazzocchi besondere Mühen auf sich nehmen musste. „Wir haben alle Großmütter im Borgo gefragt. Eine meinte, sie würde ihr Rezept nie verraten. Aber am Schluss hatten wir zehn Rezepte, alle ein wenig anders.“

Etwas Besonderes zu bieten ist für Alessandra Bazzocchi auch aus einem praktischen Grund überlebenswichtig. „Meinen Mitarbeitern in der Küche sage ich immer, dass unsere Gäste, wenn sie zu uns kommen, an mindestens 50 anderen Gasthäusern und Restaurants vorbeifahren, deswegen dürfen sie hier niemals enttäuscht werden.“

Dass mit den Zutaten der Arme-Leute-Küche in den Bergen gekocht wird, wie Kastanienmehl und Schmalz, gehört aus der Sicht der Wirtsleute dazu. „Junge Leute fin-

den das ganz prima. Aber wenn es um eine Hochzeit im Hof des Klosters nebenan geht, dann rümpfen manchmal die zahlenden Eltern die Nase“, sagt Roberto Casamenti. Doch das Image des Lokals wird schließlich aufgewertet durch die Präsenz im Restaurantführer – und weil die beiden zwei Monate lang als Fernsehköche arbeiteten.

Das Aufsehen und Ansehen, das die Wirtsleute auch mit Hilfe von Slow Food erhalten haben, geben sie nun weiter an die Hersteller lokaler Zutaten. „Wir sind für manche so etwas wie die örtliche Marketingagentur“, sagt Roberto Casamenti. Dass anderswo die Wirte am Telefon Standardware bestellen, ist ihm ein Gräuel. Er selbst bringt mit seiner Frau viel Zeit damit, auch weiter entfernte Lieferanten hochwertiger Grundprodukte zu besuchen.

Die wichtigsten Zulieferer sind aber aus dem eigenen Tal, so wird die Speisekarte einzigartig. Aus der Sicht von Slow Food schließt sich damit der Kreis der traditionellen Küche. Denn als direkt einkaufender Kunde erhält der Wirt auch die heimischen Hersteller der Spezialitäten am Leben. Die „kulinarischen Reservate“ und Patenschaften



Die Slow-Food-Messe Salone del Gusto in Turin macht Appetit.

wollen lokale Traditionen retten und ihnen dann geschäftlich auf die Beine helfen. Von den 249 „Presidi“ Italiens, traditionellen Spezialitäten mit kleiner örtlicher Produktion, finden sich gleich zwei in der Gegend von Galeata: Das Fleischrind Bovino Romagnolo, das hier im Tal noch gehalten wird, bringt weniger Masse, aber bessere Qualität; und der Käse Ravaggiolo wurde überhaupt erst mit Hilfe von Slow Food legalisiert. Die Schwiegermutter habe solchen Käse noch für den Hausgebrauch hergestellt, berichtet die Bäuerin Tiziana Salvi, die nun auf ihrem Berghof eine Käserei eingerichtet hat. Bis dorthin war der Weg allerdings weit, denn Ravaggiolo ist Rohmilchkäse. Bei der Herstellung kommt es nach der Zugabe von Lab nicht zu einem vollständigen Käsebruch, da die Milch nicht so hoch erhitzt wird wie beim Pasteurisieren. Das gibt dem Käse ein frisches und milchiges Aroma. Doch den Behörden schien der Käse lange gesundheitsgefährdend. Die Lösung steckte in einem Trick der Tradition: Der Käse wird in Farne eingepackt, die antibakteriell wirken.

Den Weg zur kommerziellen Produktion in vier neuen kleinen Käsereien und zur Vermarktung in der Region bahnten die Fachleute von Slow Food und eine Patenschaft des nahen Naturparks Foreste Casentinesi. „Wir wünschen uns rund um den Park solche traditionsorientierten Aktivitäten“, sagt Gabriele Locatelli, früherer Präsident der regionalen Parkorganisation. „Mit Slow-Food-Osteria und Herstellern von Spezialitäten hat sich der Kreis eines kleinen Wirtschaftssystems geschlossen. Nun hat sogar wieder eine Bäckerei im Nachbardorf eröffnet.“

Für Roberto Casamenti geben örtliche Zutaten der eigenen Speisekarte Charakter, auch wenn sie teurer sind. „Wenn der Käse je Kilo einen Euro mehr kostet, dann macht das in der Kalkulation der einzelnen Gerichte so gut wie nichts aus.“ Wichtiger sei es, dass die Gäste eine Geschmacksrichtung finden, die sie noch nicht kennen. Schließlich seien nun schon Generationen von Konsumenten durch Einheitsgeschmack uniformiert worden. „Die Leute müssen wieder zum guten Geschmack erzogen werden“, sagt Casamenti. Mit diesem Prinzip wird er mit seiner Frau zur Weltausstellung ziehen, um dort für einen Monat die Region Emilia-Romagna kulinarisch zu vertreten. Vom Sponsor McDonald's lässt er sich nicht beeindrucken: „Wir werden sie schlagen.“

„Den Speck braten wir an“

Antonella Petrella: Müssen diese Reisspaghetti eigentlich irgendwie aufgehen und größer werden?

Stefania Corrado: Nein, nein. Es genügt, das gesalzene kochende Wasser mit der Schöpfkelle über die Reisspaghetti zu verteilen. Sie müssen einfach nur weich werden.

(Sie schöpft mit fließender Bewegung mehrmals Wasser aus dem dampfenden Kochtopf und verteilt es über der Schüssel, in die sie die Reisspaghetti getan hat. Dann hält sie die Schüssel etwas näher an die Kamera.)

Stefania Corrado: Schau! Sie sind schon fast fertig. Das geht ganz schnell.

Stefania Corrado bedient mehrere Töpfe und Pfannen gleichzeitig. Während sie mit Pepperoni und Speck hantiert, blickt sie immer wieder in die Kamera und erklärt, was sie gerade tut, Schritt für Schritt. Es sieht aus wie eine professionelle Kochshow. Aber Stefania Corrado ist nicht im Fernsehen zu sehen, sondern im Internet, zu Gast bei „Social Kitchen“, einem Live-Event, das der Koch Antonio Marchello ins Leben gerufen hat. Er steht jeden Mittwoch mit einem anderen Gast hinter dem Herd im „Interno 23“ im Zentrum Mailands. In dem Jugendstil-Palazzo war einst eine Gravurwerkstatt. Als man ihn renovierte, hielt im Salon eine großzügige Küche Einzug. Von hier aus zeigen Antonio Marchello und seine Gäste ihren Zuschauern, wie traditionelle und moderne italienische Gerichte gekocht werden. Und die Zuschauer kochen zu Hause mit und stellen per Live-Chat Fragen.

Paola Parmeggiani: Wenn diese Reisspaghetti abgetropft sind, müssen sie dann noch mit Gewürzen angemacht werden? Ich habe solche Spaghetti noch nie benutzt.

Stefania Corrado: Ja, dafür nehmen wir ein wenig Fett vom Speck.

Antonella Petrella: Aber roh? Oder muss ich den erst noch anbraten?

Stefania Corrado: Den Speck hatten wir schon angebraten und beiseite gestellt. Das warme ausgelassene Fett, das wir so gewonnen haben, kommt über die Spaghetti. Normalerweise tut es an dieser Stelle auch ein guter Schluck Olivenöl.

Die Italiener sind verrückt nach Koch-Shows. Formate wie „Hell’s Kitchen“ oder „Masterchef Italia“ erreichen mitunter mehr als eine Million Zuschauer. Doch im Fernsehen geht es weniger um das Essen als um den Wettbewerb der Köche. Wer blamiert sich? Wer kommt weiter? Welche fieslen Kommentare findet die Jury? „Social Kitchen“ ist da anders. Eine Stunde lang wird im ganzen Land gekocht. Alle wollen danach mit Familie oder Freunden am Tisch sitzen und essen. Mal sind es anspruchsvolle Gerichte, mal Variationen italienischer Klassiker. Jeder soll ein paar gute Tipps und Erfahrungen mitnehmen. Wöchentlich wechseln die Gäste, mal sind es Profi-Köche, mal Hobby-Köche mit eigenen Rezepten. An diesem Abend ist es jetzt also Stefania Corrado, die sich selbst als „Multitasking Chef“ bezeichnet, weil sie als selbstständige Köchin Veranstaltungen vom Candle-Light-Dinner bis zum 250-Personen-Bankett bekoht. Hier will sie nun drei Gerichte zubereiten: Reisspaghetti mit falscher Carbonara-Soße, Spaghetti aglio e olio mit einem Fond aus grünem Thai-Curry sowie Popcorn-Tortelloni all’amatriciana. Alle drei Gerichte entstammen ihrem Kochbuch „Da uno a infinito“, in dem sie klassische italienische Gerichte neu interpretiert.

Antonella Petrella: Oh je, ich hab solch ein grünes Curry beim Einkaufen gar nicht gefunden.

Stefania Corrado: Das macht nichts. Mir geht es hier darum, das klassische Gericht Spaghetti aglio e olio ein bisschen aufzupeppen mit einem Fond aus Parmesan und dem grünen Thai-Curry. Auf die Idee mit dem Curry kam ich während meiner Reisen durch Südostasien. Wir können statt

Wie kocht man richtig?

Das wissen nicht einmal mehr die Italiener. Daher versucht ein Koch, per „Social Kitchen“ im Internet nachzuhelfen.

Von Maria Wiesner



Stefania Corrado und Antonio Marchello kochen und reden.



Frittierte Tortelloni mit Parmesan und Carbonara-Variation

des grünen Thai-Currys auch ganz normales Currypulver nehmen, das man hier im Laden leichter bekommt.

Mehr als 3000 Zuschauer haben sich mittlerweile in der Datenbank von „Social Kitchen“ registriert. Am Sonntag vor der Sendung bekommen sie eine Mail mit den Angaben für die Zutaten. Außerdem teilt ihnen das Team mit, wie viele Töpfe, Kellen, Zangen oder Kochlöffel sie benötigen werden. Hunderte Zuschauer hat die Live-Sendung wöchentlich. Die Hobbyköche kommen nicht nur aus Italien. Auch in Deutschland, Belgien, Frankreich oder Peru wird am Mittwochabend italienisch nach Anleitung gekocht.

Alessandra Petterini: Hallo alle zusammen! Ich bin heute sehr spät dran!

Um 20 Uhr beginnt die Live-Übertragung aus dem Kochstudio in Mailand. Man habe lange über die Startzeit nachgedacht, sagt Rosanna Curi, die an dem Projekt mitarbeitet. In Italien variiert die Zeit fürs Abendessen stark zwischen Norden und Süden. Während man im Norden spätestens um 20 Uhr am Tisch sitzen wolle, kann es im Süden schon einmal 21.30 Uhr werden, bis man dort überhaupt in der Küche steht. 20 Uhr ist also der Kompromiss zwischen Nord- und Süditalien.

Katty Garcia: Was macht der Chefkoch denn jetzt gerade mit dem ganzen Öl, das er in den Kochtopf gießt?

Antonio Marchello: Ich mache das erst einmal warm. Später werden wir darin die Popcorn-Tortelloni für die Vorspeise kurz frittieren.

Antonio Marchellos Konzept soll „offen für jedermann“ sein. Rosanna Curi sieht eine Zielgruppe, die von der Idee

besonders angesprochen wird: den arbeitenden Großstädter, der viel im Büro ist, meist spät nach Hause kommt und gewöhnlich auswärts isst. Junge Leute zwischen Ende 20 und 40, die gebildet sind und viel arbeiten. Doch wüssten sie eben nicht mehr, wie man richtig gute Pasta mit richtig guter Soße zubereite. Dabei gebe es eine Sehnsucht nach traditioneller Küche. Zur Zeit testet das Team eine neue App und ein Übersetzungsprogramm. Sie wollen „Social Kitchen“ demnächst auch mit deutschen und englischen Untertiteln anbieten. Während Rosanna Curi nun im Chat ein paar Nachzügler einen Handgriff erläutert, erhitzen die beiden Köche langsam Sahne. Und auch im Chat erhitzen sich die Gemüter.

Marco: Was für eine hübsche Köchin. :)

Stefania Corrado: Danke!

Marco: Könnte ich dich denn nicht irgendwo mal treffen?

Stefania Corrado: Wenn ich aus Mailand zurück bin und mich jemand fragt, was es Neues gibt, dann kann ich nach dem heutigen Abend sagen: Ach, ich habe einen Freund gefunden.

Antonio Marchello: Er kann dir ja einfach eine Mail schicken. Und häng ein Bild dran, Marco.

Stefania Corrado: Das müsste dann aber ein Bild von dem Gericht sein, das er heute Abend mit uns gekocht hat. Bei so vielen Fragen, wie Marco sie stellt, hat er doch gar keine Zeit zum Kochen.

Viele Hobby-Köche laden nach der Show Fotos ihrer Werke bei Facebook oder Instagram hoch, als könnte man den Genuss auch optisch teilen. In der Küche ist das Essen derweil auch physisch im Entstehen. Angebratener Schinken, frische Pasta und kochende Sahne hängen in der Luft. Das Team hinter der Kamera hat schon Hunger.

Antonella Petrella: Was ist mit dem Fond? Könnten wir das noch einmal kurz zusammenfassen?

Stefania Corrado: Wir nehmen Sahne – im Original kann man es auch mit Milch machen, oder eben mit einem veganen Ersatz, wie man das lieber mag. Die Sahne wird erhitzt, sie muss richtig kochen. Die beiden Käsesorten sind in groben Stücken bereits in zwei unterschiedlichen Schüsseln vorbereitet. Über den Parmesan haben wir auch schon das grüne Curry gegeben. Wenn die Sahne nun kocht, verteilen wir sie zu gleichen Teilen über die Schüsseln und mischen es jeweils gut durch.

Antonella Petrella: Also kommt dieser Fond am Ende darüber?

Stefania Corrado: Genau, der Fond mit dem Pecorino kommt über die Reisspaghetti, an die wir zuvor das Fett gegeben hatten. Und den Fond mit dem Parmesan und dem Curry geben wir über die klassischen Spaghetti, die wir bereits mit den in Öl angebratenen Pepperoni vermischt haben.

Stefania Corrado richtet die drei Gerichte auf Tellern und Schalen an. Die frischen Tortelloni, die nach dem Frittieren tatsächlich Popcorn ähneln, bekommen einen Klacks Tomatensoße und eine Scheibe Parmesan. Dann dreht die Köchin die Reisspaghetti mit einer Zange zu kleinen Türmchen, gibt den Pecorino-Fond darüber und verteilt Speck und Ei. Die Spaghetti werden als ein einzelnes Türmchen auf einem großen Pastateller drapiert. Wer jetzt noch hinter den Kameras steht, wartet nur auf das Ende der Sendung, denn auch hier im Kochstudio wird das Essen mit allen geteilt. Im Chat ist derweil Abschied.

Geraldine: Ich wünsche euch allen einen schönen Abend und alles Gute!

Chiara Panozzo: Alles Gute auch aus der Schweiz!
Antonella Petrella: Ihr seid toll! Nach dem heutigen Abend sind mir zwei Hände zusätzlich gewachsen. Haha! Küsse an alleeeeeee!

FOTOS MARIA WESNER

Mumm & Co.

MANCHMAL MUSS ES EBEN MUMM SEIN.



NUR FÜR KURZE ZEIT

ENTDECKEN SIE DIE MUMM KÜNSTLER-EDITION

Exklusiv gestaltet von Anja Kroencke.



Signore Illy, viele Baristas in Italien schauen komisch, wenn man um 17 Uhr einen Macchiato bestellt. Dann sind sie sehr provinziell.

Ach so, und wir dachten, die Deutschen, die eine solche Bestellung aufgeben, seien provinziell. Jeder ist ein bisschen provinziell. Aber jetzt frage ich Sie: Geben Sie Milch oder Zucker in den Wein, in einen guten Bordeaux?

Nein.
Also, warum geben Sie es in den Kaffee?

Weil es passt. Und mit ein bisschen Milch ist Kaffee besser für den Magen.
Gut. Natürlich können Sie etwas in den Kaffee geben und es genießen. Aber dann erleben Sie nicht die Quintessenz des Kaffees. Wenn Sie einen guten Espresso trinken, dann ist das eine spirituelle Erfahrung.

Und das ganz ohne Alkohol.
Ja. Er ist gut für Psyche, Körper und Seele. Kaffee berührt auf überwältigende Art alle drei Sphären. Die alten Griechen beschreiben Glück als „eudaimonia“, eine physische Freude mit intellektueller Erleuchtung, eine Inspiration, die geteilt wird.

Deshalb muss man Espresso in Gesellschaft trinken?
Genau. Es gibt kein Produkt, das besser dafür geeignet ist. Kaffee enthält 1000 Aromen. Er verschafft ein angenehm samtiges Gefühl im Mund. Er hat keine negativen Auswirkungen auf den Körper, er hat keine Kalorien und ist sogar gesund. Das Dopamin versetzt einen in einen guten Zustand, der kreativ macht. Jeder Espresso ist eine geistige Inspiration.

Na gut. Aber warum trinken nun die Italiener keinen Milchkaffee am Nachmittag?
Die Italiener sind keine großen Milchtrinker.

In Südeuropa leiden auch viel mehr Menschen unter Laktose-Intoleranz.
Ja. Die Italiener sind auch keine großen Biertrinker, sie haben andere Konsumgewohnheiten. Das ist anthropologisch bedingt und hat wohl auch mit der sehr alten Tradition der italienischen Küche zu tun. Unter anderem wegen der biologischen Vielfalt im Land haben wir andere Rezepte und einen anderen Geschmack entwickelt.

Man trinkt bei Ihnen schon sehr lange Kaffee.
Ja, seit dem 17. Jahrhundert, also schon so lange wie in Wien, dem anderen großen Ort der Kaffeekultur in Westeuropa. Die Wiener Kultur dreht sich mehr um den Kaffee als Heißgetränk, mit oder ohne Milch: Kaffee, Cappuccino, Sahne. In Italien ging es immer um das Elixier, das ist etwas ganz anderes.

Was soll da der Unterschied sein?
Ein Filterkaffee ist ein Getränk, ein Espresso ist ein Heiltrank. In den romanischen Ländern Italien, Spanien, Portugal, Frankreich und sogar in Brasilien trinken die Menschen Kaffee eher auf diese Weise.

Wie ist das mit den Vereinigten Staaten?
In den Vereinigten Staaten gibt es Kaffee oft als Heißgetränk, als Filterkaffee, American Coffee oder espresso-basierte Drinks mit viel Milch. In Riesen-Größen. Und es gibt wenige Kaffee-Connaissseure. Nur ungefähr ein Prozent der Amerikaner trinkt Espresso pur.

Da müssen Sie noch Aufbauarbeit leisten.
Ja, der Markt, der zweitgrößte für uns nach Italien, ist sehr interessant. Wir sind dort seit 35 Jahren. Die Kunden können dort nun auch in unser „esspressamente illy“ kommen, das wir gerade in San Francisco eröffnet haben. Wir lieben diesen Markt, weil es dort viele Liebhaber gibt – und viele, die mehr über Kaffee wissen wollen.

Sie müssen also erst einmal die Leute bilden, bevor Sie ihnen Kaffee verkaufen.
Genau, deshalb haben wir die Università del Caffè, mit fast 30.000 Teilnehmern im Jahr, Kaffeeanbauern, Gastronomen, Kunden. Es geht dort um alles, vom Anbau der Pflanzen bis zum Master in Coffee Economy and Science, einem neunmonatigen Aufbaustudiengang.

„Ein Espresso ist eine spirituelle Erfahrung“

Andrea Illy über Kaffee-Traditionen, den Kapsel-Trend, neue Märkte – und die Chancen der Expo für Italien.

Interview Alfons Kaiser und Bernd Steinle, Fotos Wolfgang Eilmes

Wie viele Espresso trinken Sie am Tag?
Normalerweise vier. Wenn ich zu wenig geschlafen habe, vier Stunden oder so, wie heute, dann trinke ich fünf oder sechs. Heute habe ich um fünf Uhr morgens in Mailand im Hotel den ersten getrunken.

Um die Uhrzeit sind Sie schon zum Frühstück gegangen?
Nein, ich habe eine Espressomaschine im Zimmer.

Und dann noch einen im Flugzeug hier nach Frankfurt?
Nur wenn es Illy-Kaffee gibt, wie zum Beispiel bei Air France oder Singapore Airlines. Auch in der Business Class der Lufthansa gibt es jetzt Maschinen für Kapseln. Wir stellen zum Beispiel auch in den Zügen in Italien und Frankreich die Zubereitungstechnik zur Verfügung.

Dann hatten Sie hier in Frankfurt auf einer Konferenz eine Tasse, und nun noch eine nach dem Lunch. Wenn Sie so weitermachen, werden Sie heute Nacht noch weniger Schlaf finden als letzte Nacht.
Keine Angst! Koffein wird von Adenosin-Rezeptoren gebunden, die verschieden groß sein können. Bei manchen Menschen sind diese Rezeptoren genetisch verändert; sie sprechen überhaupt nicht an auf Koffein, auch wenn sie zehn oder zwölf Tassen am Tag trinken. Dann gibt es Menschen wie mich mit niedrigem Blutdruck, die den Blutdruck hochhalten müssen und mehr trinken können. Aber nach 17 Uhr trinke ich auch keinen Kaffee mehr.

Sie sind seit 25 Jahren in Ihrem Familienunternehmen tätig. Wie hat sich die Kaffeekultur in dieser Zeit verändert?
Kaffee war früher eine Ware. Der Wettbewerbsvorteil bestimmte sich über Preis, Vertrieb und Werbung.

Espresso gab es früher ja fast gar nicht in Deutschland.
Früher ging es nur um den Koffein-Kick. In den Neunzigern wurde Kaffee dann zu etwas Besonderem. Es gab bessere Qualitäten, eine bessere Zubereitung, bessere Rezepte, schönere Cafés. Jetzt müssen wir mehr Kaffee-Connaissseure heranziehen, ähnlich wie beim Wein. In Italien hat man vor 30 Jahren entweder Rot- oder Weißwein getrunken. Jetzt haben wir mindestens 450 offizielle autochthone Trauben. Es gibt keine Flasche Wein, die nicht einzigartig ist, wegen der Trauben oder des Bodens. So wird es beim Kaffee auch kommen. Die Einzigartigkeit wird Connaissseure hervorbringen. Es wird sich der Gaumen dafür entwickeln und eine Sprache.

Als Sie begannen, waren rund 90 Prozent Ihrer Produkte für Italien bestimmt. Wie ist es heute?



Zwei Drittel verkaufen wir ins Ausland. Da sind die Chancen längst nicht ausgereizt. China zum Beispiel wächst sehr dynamisch. Ich sehe auch noch viel Potential in den Vereinigten Staaten. Europa wird stabil bleiben.

Wie weit ist die Kaffeekultur in China entwickelt?
Es gilt dort als kosmopolitisch, Kaffee zu genießen. In immer mehr Städten beschäftigen sich besonders die Jüngeren damit. Sie lieben den Geschmack, sind nicht so empfindlich gegenüber Bitterstoffen, trinken den Espresso pur – und freuen sich, Extravagantes zu konsumieren.

Sie sind Präsident der Luxusvereinigung Altagamma. Ihr Vorgänger Ferruccio Ferragamo, der ebenfalls einem großen Familienunternehmen vorsteht, sagt, seine Enkel lernten schon Chinesisch. Wie ist das bei Ihren drei Töchtern?
Noch nicht. Aber für Ferragamo ist das wichtiger als für uns. China ist der Markt Nummer eins für Luxusgüter. Sie sind für viele Chinesen ein wichtiges Zeichen für Erfolg. Ferragamo und Zegna haben dort viele Läden. Das Kaffeegeschäft braucht da noch ein bisschen Zeit.

Sind Ihre drei Töchter schon im Unternehmen?
Nein, die älteste hat einen Abschluss am Imperial College in London gemacht und macht jetzt einen Master. Die zweite studiert ebenfalls Business in London. Die dritte bereitet sich gerade auf das Abitur vor.

Aber alle drei sollen mal im Familienunternehmen arbeiten?
Nicht unbedingt. Das hängt von ihren persönlichen Vorstellungen ab. Die Gruppe expandiert stark, auch in den Bereichen Tee, Schokolade, Wein. Da gäbe es viele Möglichkeiten, je nach Interesse.

Viele italienische Familienunternehmen kommen wegen des Wachstums in eine kritische Phase: Alleine können sie das Business nicht mehr im Griff haben.
Das stimmt. Ich bin auch nicht mehr Geschäftsführer im Unternehmen, sondern Präsident.

Bei Ferragamo sitzt Urmutter Wanda Ferragamo, die 1921 geboren wurde, noch immer in den Konferenzen mit am Tisch. Wie ist es bei Ihnen?
Meine Mutter Anna ist ihr sehr ähnlich, auch vom Charakter her. Sie findet immer irgendwas zu kritisieren. Sie ist jetzt 83 Jahre alt und Ehrenpräsidentin. Tradition ist sehr wichtig, auch im Geschäftsleben.

Am 1. Mai wird in Mailand die Expo eröffnet. Welche Pläne haben Sie dafür?
Wir sind der offizielle Kaffee-Partner der Expo. Das Thema ist ja „Feeding the planet, Energy for Life“. Wir werden das „coffee cluster“ dort organisieren. Es ist die größte Feier des Kaffees in der Geschichte, mit geschätzt 20 Millionen Besuchern, über sechs Monate, mit 40 kaffeeproduzierenden Ländern, die sich dort zeigen. Wir werden den Kaffee als Getränk der Kultur zeigen, der Kunst, der Literatur, des Theaters – und die Kulturen in den Anbauländern. Der Gesamtkonsum von Kaffee in der Welt ist heute um 60 Prozent höher als noch vor einem Jahrzehnt. Die positiven Effekte wie etwa die Anti-Aging-Wirkung wollen wir illustrieren.

Anti-Aging? Das Problem ist doch, dass man zum Kaffee gerne Süßes isst.
Muss man aber nicht. Wenn man nur Kaffee trinkt, ist er gut für die Verdauung, er hält fit und ist gesund. Und er ist wirtschaftlich nachhaltig und umweltfreundlich, gute landwirtschaftliche Bedingungen und Management-Praktiken vorausgesetzt.

Apropos umweltfreundlich: Immer mehr Menschen nutzen Pads und Kapseln.
Ja. Kaffee erlebt gerade eine Innovations-Revolution: weg vom traditionellen Kaffee in Päckchen, hin zu Systemen für den Konsumenten.

Die Kapseln und Pads sind aber nicht gerade umweltfreundlich. Da kommt viel Abfall zusammen.
Moment! Nachhaltigkeit hat mit Respekt vor der Umwelt zu tun. Es geht darum, nicht die Umwelt zu verschmutzen, keine Ressourcen zu verschwenden und so viele erneuerbare Ressourcen wie möglich zu verwenden. Wenn die Kapseln also aus erneuerbaren Materialien hergestellt werden wie Metall oder Plastik, das sich unendlich oft recyceln lässt: warum nicht? Das Abfallsystem in Deutschland zum Beispiel ist sehr gut organisiert.

Die Kapseln werden auch für Sie ein immer wichtigeres Geschäft?
Natürlich, auch weil sie den Konsum revolutionieren. Das System bietet zwei Vorteile: einheitlich hohe Qualität und einfache Bedienbarkeit. Einen Espresso mit einer Profi-Maschine zuzubereiten ist schwierig, sogar für Baristas. Man muss zwölf verschiedene Variablen unter einen Hut bekommen. Espresso ist komplex: Wenn man nicht ausgebildet ist, schafft man das nicht. Mit dieser Kapsel wird die schwierigste Art, Kaffee zuzubereiten, nämlich als Espresso, nun zum einfachsten Weg.

Wie nahe kommt die Kapsel geschmacklich dem Espresso aus der Maschine?
Als mein Großvater das Unternehmen gründete, hatte er ein Patent für Hochdruck-Espresso. Er ist der Erfinder des modernen Espresso. Das Kapselsystem haben wir nach neuem Prinzip aufgebaut. Traditioneller Espresso entsteht in einer einzigen Phase, der Perkolation. Unser Iperesspresso durchläuft zwei Phasen, so dass wir mehr Aroma extrahieren können: eine Infusion unter Hochdruck und eine Emulsion mit einer samtigen Crema. Manche finden ihn sogar besser als einen Espresso aus einer professionellen Maschine. Iperesspresso-Kapseln werden wegen dieser Qualität auch in Restaurants, Cafés oder Hotels verwendet.

Zurück zur Expo: Glauben Sie, dass sie helfen kann, die schlechte wirtschaftliche Situation in Italien zu verbessern?
Ja, aus mehreren Gründen. Sie schafft Investitionen und Arbeitsplätze. Der Werbeeffect wird den Export beflügeln, besonders im Nahrungsmittel-Sektor. Und sie wird Italien viele Besucher bringen.

Und höhere Hotelpreise in Mailand.
Nicht unbedingt, es wird auch mehr Wettbewerb geben. Zudem wird sie die Stimmung im Land indirekt verändern. Die Stimmung in Italien ist schlecht, die Expo aber macht die Italiener stolz. Und es wird Zeit, dass das Bruttoinlandsprodukt wieder wächst. Die Expo könnte da der Anstoß sein.

Und sie ist ein gutes Schaufenster für die Luxusindustrie.
Ja, wir können und müssen das „Made in Italy“ hervorheben, auch im Zusammenhang mit Altagamma. Was den Deutschen die Automobilindustrie, ist den Italienern die Schönheit. Wegen der zentralen Lage im Mittelmeer, der Wiege der Zivilisation, sind die besten Denker nach Italien gekommen. Darum ist Italien, das Land der Schönheit, eine kulturelle Supermacht. Mit der großen aufstrebenden Mittelklasse in aller Welt sind heute viele auf der Suche nach dieser Schönheit. Darum denke ich, dass sie die Formel für den Erfolg unseres Landes ist. Dafür arbeiten wir alle.

Die Politiker arbeiten aber oft gegeneinander.
Nein, diese Regierung ist geeinter, sie arbeitet an den nötigen Reformen. Zudem will die Regierung die Kultur und Schönheit Italiens nicht nur konservieren, sondern aufwerten.



Andrea Illy, 50 Jahre alt, ist Präsident von Illycaffè S.p.A.

Ministerpräsident Matteo Renzi ist das Symbol dafür?
Ja, auch weil er aus Florenz stammt, einer der ikonischen Städte für italienische Schönheit. Die Renaissance im Land startete drei Mal von der Toskana aus: bei den Etruskern, in der Renaissance, und heute wieder mit Gucci, Pucci, Ferragamo und vielen anderen.

Haben Sie als Altagamma-Präsident einen guten Draht zum Ministerpräsidenten?
Ja, wir haben gute Kontakte zur Regierung. Italien ist sehr individualistisch geprägt, aber ich bringe die Luxusunternehmen zusammen. Ich bin kein typischer Italiener, ich bin Mitteleuropäer, mit deutschem, irischem, ungarischem Blut. Am Anfang musste ich deshalb viel Widerstand überwinden. Aber wenn man nicht zusammenarbeitet, ist man erledigt, weil die Komplexität wächst und jeder nur ein gewisses Maß an Komplexität bewältigen kann. Wenn man nicht so komplex denkt, kann man vielleicht fünf bis sechs Variablen gleichzeitig bewältigen. Wenn man sehr komplex denkt, kann man bis zu 15 schaffen. Die meisten Aktivitäten im täglichen Leben erfordern aber schon viel mehr als 15 Variablen, also kann man Komplexität nur durch kollektive Intelligenz bewältigen. Altruismus ist die neue Form von Egoismus.

Diese Theorie ist schön. Aber die Gründer der Mailänder Modehäuser zum Beispiel arbeiten oft gegeneinander.
Das Zauberwort heißt „coopetition“, eine Mischung aus „cooperation“ und „competition“. Man arbeitet zusammen, wenn man etwas nicht alleine schaffen kann. Und man konkurriert, wenn einen besondere Wettbewerbsvorteile weiter bringen. Das gilt auch in der Mode, wie man bei den Modewochen sieht, auf denen sich alle zeigen.

Auf Ihren Reisen gehen Sie gerne in Illy-Cafés. Erkennen Ihre Baristas Sie überall?
Meistens. Wenn ich mich nicht selbst vorstelle, sagen sie oft nichts. Das ist nicht gut, denn manchmal sind sie danach sauer, dass ich mich nicht vorgestellt habe.

Welche ist Ihre Lieblings-Illy-Bar?
Meine eigene. Sie ist in unserem Labor, da tüftele ich selbst an der Qualität. Ich arbeite mit an der Entwicklung des Produkts, also an der richtigen Mischung, an Röstvorgängen oder der Zubereitung.

Betreiben Sie eigene Kaffeeplantagen?
Nein. Wir arbeiten mit den Bauern zusammen. Wir wollen die Orte mit den besten ökologischen Bedingungen und den besten Leuten finden.

Im vergangenen Sommer hat Ermenegildo Zegna eine riesige Schaf-Farm in Australien gekauft. Gibt es Pläne bei Ihnen, eigene Farmen aufzubauen?
Noch nicht. Wir müssen erst analysieren, was sich mit dem Klimawandel verändern wird. Er beeinflusst die Kaffeekultur überall. In manchen Regionen hat man wegen des Temperaturanstiegs gute Ernten, in anderen nicht, weil es zu viel regnet. Der Klimawandel ist recht jung, man kennt viele Folgen noch gar nicht.

Also müssen Ihre Kaffeeplantagen in aller Welt verteilt sein.
Ja, wir diversifizieren jetzt schon stark. Zum Beispiel haben wir eine Espresso-Mischung, die aus neun Zutaten besteht. Das gibt uns ein komplexes aromatisches Spektrum, eine gute Ausgewogenheit im Geschmack, zwischen Bitterkeit und Süße, und eine große Beständigkeit, denn wir beziehen diese neun Zutaten aus 20 verschiedenen Ländern, aus mindestens 40 Produktionsregionen.

Die KaffeeKette Starbucks hat noch keine Filialen in Italien. An den Markt traut man sich offenbar nicht heran.
Ich weiß nicht, ob sie sich nicht trauen, oder ob sie nur kein Geld verlieren wollen. In Italien gibt es eine Espresso-Bar auf 400 Einwohner. Der Durchschnittspreis für eine Tasse Espresso ist ein Euro. Die Arbeitskosten sind hoch. Wenn man eine Filiale eröffnen will, muss man erst einmal viel Geld vorschießen.

Dann sollten sie nie nach Italien kommen.
Vielleicht eines Tages aus Image-Gründen.

Sie hingegen sind derweil längst in Kalifornien aktiv.
Genau. Aber sie sind Kollegen, ich habe nichts gegen sie. Sie können hingehen, wohin sie wollen.



EXPO VON GESTERN FÜR MORGEN

Vor 100 Jahren fand eine Weltausstellung mitten in San Diego statt. Aus Staub und Dreck wurde der Balboa Park. In diesem Jahr feiert er Jubiläum. *Von Sabine Posniak*

Wenn der Tag langsam zu Ende geht in San Diego, treffen im Balboa Park südkalifornische Welten aufeinander. Die Sportlichen rennen möglichst luftig gekleidet und mit Stöpseln in den Ohren schnaufend über Wege und Wiesen. Die Familien und Cliquen packen die Reste ihres Picknicks zusammen. Und die Kulturbeflissenen kommen aus einem der Museen oder warten auf Einlass ins Theater.

Im größten Stadtpark der Vereinigten Staaten leben Körperkult und Hochkultur so vertraut nebeneinander wie an kaum einem anderen Ort der Welt. Einheimische behaupten, der Balboa Park mit seinen 15 Museen, 37 Kunstgalerien, drei Theatern und vier Landschaftsgärten habe mehr Kulturstätten aufzuweisen als andere Parks Eichhörnchen.

Als Theodore Roosevelt 1915 dort, wo zuvor nur Wüste gewesen war, die Weltausstellung in San Diego eröffnete, appellierte er an die Stadtväter: „Ich hoffe, dass Sie diese Gebäude nicht nur für ein weiteres Jahr nutzen, sondern sie mit ihrer seltenen Anmut und geschmackvollen Schönheit dauerhaft erhalten.“ Für die Expo „Panama California“ wurde aus brachliegendem Gelände voller Staub, Dreck und Salbeigestrüpp der Balboa Park.

In den folgenden 100 Jahren hätte Theodore Roosevelt erleben können, wie sein Wunsch wahr wurde und die südkalifornische Stadt nun „Centennial“ feiert. Auf rund fünf Quadratkilometern erblühte eine Stadtoase, größer als der New Yorker Central Park, die beispielhaft ist für eine erfolgreiche Nutzung nach einer Weltausstellung. Den San Diegos ist mit dem Balboa Park etwas gelungen, wofür die Landsleute aus dem zwei Autostunden entfernten Los Angeles gleich drei Parks benötigen: Sie haben Entspannung, Unterhaltung und Kunst in einer Anlage vereint.

Das Angebot reicht von moderner Kunst über Ballettschulen bis zu Theatern und dem berühmten San Diego Zoo. Die Grünanlage muss sich schließlich in einer Stadt behaupten, die sich als „America's Finest City“ preist und großen Wert auf Kultur legt – deren Einwohner es aber



ständig an die mehr als 100 Kilometer lange Küste zieht, wo sie sich an die Strände legen, surfen oder einfach nur der Sonne beim Untergehen zuschauen, während sie auf dem Pick-up das Dinner genießen. Zudem konkurriert der Park mit der jährlichen Wanderung der Wale und im Ozean herumtollenden Delfinen und Seelöwen, die Einwohner wie Touristen verzaubern.

Im Balboa Park schlägt das Herz einer Stadt, die auf den ersten Blick wie viele andere kalifornische Küstenstädte erscheint, deren Vitalität sich aber kaum ein Besucher entziehen kann. Der Park ist leicht zu erreichen – er liegt in unmittelbarer Nähe zur Innenstadt und der Stadtautobahn. In einer an Attraktionen nicht armen Westküstenstadt spricht es für den Balboa Park, wenn seine Bewohner ihn ihr „Juwel“ nennen und ihn als Kulisse für Hochzeiten schätzen.

Ein Areal so groß wie 500 Fußballfelder hatten schon die Mexikaner, die San Diego bis 1850 beherrschten, als Erholungsgebiet genutzt. Ende des 19. Jahrhunderts trat dann die Amerikanerin Kate Sessions auf den Plan. Die Landschaftsarchitektin bot an, innerhalb eines Jahres 100 Bäume zu pflanzen, wenn sie im Gegenzug Land für eine Baumschule erhalte. Wo zuvor nur Dornbüsche in der Ödnis standen, schuf die „Mutter von Balboa Park“ botanische Vielfalt: Sie trug Flora und Fauna aus Mexiko und Europa zusammen, ließ Paradiesvögel ansiedeln, deren Gefieder spektakulär schillerte, sie ließ Königspalmen und Weihnachtssterne pflanzen. Ein Jahrhundert später gedeihen Kate Sessions' Bäume noch immer.

Doch Balboa Park ist nicht einfach nur ein Stadtpark. Der Name mag zwar an die filmische Boxlegende erinnern, hat aber nichts mit „Rocky“ zu tun, sondern geht auf den Spanier Vasco Núñez de Balboa zurück. Weil mit der Expo damals auch die Eröffnung des Panama-Kanals gefeiert wurde, ehrte San Diego auf diese Weise den ersten Europäer, der auf einer Entdeckungsreise durch das mittelamerikanische Land den Pazifik erreicht hatte. Auch für die Formensprache der mit üppigen Ornamenten ausgestatteten Bauwerke fand sich eine eigene Bezeichnung: „Spanisches Barock“. Als Kontrast zu vorherigen europäi-

Der California Tower ist das Wahrzeichen im Balboa Park. Die Skulptur des Missionars Junípero Serra achtet darauf, dass das Erbe der Ausstellung auch im Jubiläumsjahr gewahrt bleibt.

schen Weltausstellungen bauten die Architekten damals nach mexikanischer und spanischer Art, ergänzt durch maurische Einflüsse – bestens zu erkennen am jüngst nach 80 Jahren wiedereröffneten California Tower. Zu dessen Aussichtsplattform führt ein enges, spiralförmiges Treppenhaus. Wer es bewältigt, erlebt bei zumeist strahlendem Himmel einen spektakulären 360-Grad-Blick bis nach Mexiko und auf den Pazifik.

Die Eröffnung des Turms war einer der Höhepunkte der 100-Jahr-Feier. Das Fest ist seit Jahresbeginn in vollem Gange und endet erst im Winter, der in Südkalifornien keiner ist. Das Programm bietet ein Filmfestival und viele Ausstellungen, allen voran „Coast to Cactus“, mit botanischen Erlebnissen zur Geschichte der Westküste. Weil der Balboa Park von Schluchten umgeben ist, die es damals zu überbrücken galt, erforderte er eine architektonische Meisterleistung. Mit einer Länge von fast einem halben Kilometer überspannt die Cabrillo-Brücke den gleichnamigen Canyon.

Im Jahr 1910 erhielt die Anlage mit dem Ausbau von Straßen, mit einem Wassersystem und mit der Bepflanzung ihre heutige Form. Architektonisch nahm sie fünf Jahre später Gestalt an, als für die „Panama-California Exposition“ die vielen repräsentativen Gebäude errichtet wurden – das mit blaugoldener Kuppel errichtete California State Building, das heute das Museum der Menschheit beherbergt, Spreckels Organ Pavillon mit einer der größten Orgeln der Welt oder der Botanische Garten mit dem vorgelagerten Lilienteich.

Seit der Öffnung des Parks in den zwanziger Jahren dienten die exotischen Gebäude auch immer wieder als Filmkulisse. So bot das Museum of Art, das der weitläufige El Prado mit seinen Wasserspielen umrahmt, eine prächtige Kulisse für Orson Welles' Filmklassiker „Citizen Kane“. Die Schauspielerlegende Gregory Peck zelebrierte hier ihren Schulabschluss, Marilyn Monroe picknickte noch als Starlet Norma Jean im Grünen.

Heute lassen sich Frischvermählte im südamerikanischen anmutenden Ambiente ablichten, während sich Touristen nach einem ausgiebigen Parkrundgang in die schattigen Arkaden des Restaurants „Panama 66“ am Fuß des California Towers zurückziehen. Es dauert dann meist nicht lang, bis die ersten unerschrockenen Eichhörnchen erscheinen und zu Boden gefallenes Erdbeereis vom Asphalt schlecken. Derweil pilgern Kulturliebhaber ins Old Globe Theatre, das dem Londoner Originalbau nachgebildet ist, zum allsommerlichen Shakespeare-Theaterfestival. Wer Glück hat, kann kalifornischen Polit-Größen begegnen: dem ehemaligen Präsidentschaftskandidaten Mitt Romney oder dem ehemaligen Gouverneur Arnold Schwarzenegger.

Der Park zieht Prominente und Normalbürger gleichermaßen an. Die größte Errungenschaft der San Diegos aber ist es, dass sie ihrer Zeit voraus waren und schon damals die Nachnutzung des Expo-Geländes im Blick hatten. Zunächst kamen die amerikanischen Streitkräfte, quartierten sich in die leerstehenden Gebäude ein, machten den Lilienteich zum Trainingsbecken für ihre Soldaten und organisierten Tanzveranstaltungen auf der prächtigen Plaza de Panama. Kurze Zeit später folgten ausländische Aussteller, die sich zuvor in San Francisco auf der „Panama-Pacific International Exposition“ präsentiert hatten. Weil sie 1916 wegen des Ersten Weltkriegs nicht nach Europa zurückkehren konnten, bezogen sie die Prachtbauten im Balboa Park. Und sogar eine zweite Weltausstellung hatte der Park später zu Gast: 1935 die Expo „California Pacific“.

Über die Jahrzehnte wurden die ältesten Gebäude des Parks erweitert, nach Bränden rekonstruiert oder ganz neu gebaut. Die ältesten Zeitzeugen bleiben jedoch die exotischen Tiere, die zur Weltausstellung 1915 gekommen waren und deren Nachfahren bis heute ihren Platz im Tierpark an der Nordseite des Areals haben. Dort sagen sich Panda und Zebra gute Nacht, so wie die Jogger und Theatergänger. ◀



TOBIAS GRAU

BERLIN

DÜSSELDORF

FRANKFURT ^{neu}

HAMBURG

KÖLN

MÜNCHEN

STUTTGART

Das Expo-Gelände gleicht heute leider einer Geisterstadt. Im ehemaligen deutschen Pavillon (im Hintergrund) sind zwar Büros untergebracht, und die Leibniz-FH hat ihren Campus an die Expo-Plaza verlegt. Aber die Stimmung von damals kommt nur im Expo-Museum auf, und zwar sonntags zwischen elf und 16 Uhr.



Im Jahr 2006 feierte das Künstlerhaus (links im Bild) 150. Geburtstag und schenkte sich selbst einen riesigen Kronleuchter. Der ist noch immer quer über die Sophienstraße gespannt und leuchtet und schwingt zu den Veranstaltungen, wie auf diesem Foto zu sehen ist. Dabei wird das Künstlerhaus im kommenden Jahr schon 160.



Grüße aus



Vor 15 Jahren war hier Weltausstellung. Und noch heute gibt es ein paar Gründe, mal wieder in die niedersächsische Landeshauptstadt zu fahren.

Von Jennifer Wiebking



Der Blumenladen Mira Fleur liegt nicht gerade um die Ecke, sondern 20 Minuten entfernt, in Isernhagen. Dafür stößt man hier aber auf Sonderliches wie gefärbtes Pampasgras (im Hintergrund). Jetzt kann die Umgestaltung der Wohnung beginnen.



Im Landhaus am See kann man nicht nur wunderbar Hochzeit oder Geburtstag feiern. Auch ein Abendessen ohne besonderen Anlass ist hier ausgezeichnet. Wie wäre es mit dem Menü „Wiesen & Weiher“ im April, mit Spargel im Mai? Vom Tisch aus darf man dann gleich ins Hotelbett fallen.



Hier ist nicht einfach nur ein Paraschinkenbrötchen zu sehen. Es ist ein Paraschinkenbrötchen aus der Markthalle. Im „Bauch von Hannover“ kehrt nicht einmal an einem Montagmorgen Ruhe ein. Aber dafür muss man sich auch keine Gedanken um die eigene Gesprächslautstärke machen.



Viele Stimmen sagen, bei der Eilenriede handle es sich um den größten zusammenhängenden Stadtwald in Europa. Einigen wir uns darauf: Mit 640 Hektar ist es ein großer Stadtwald. Hier kann man joggen, mit Kinderwagen und Hund spazieren gehen – und sogar Wildschweine sichten. Ein Wolf soll auch schon mal dabei gewesen sein.



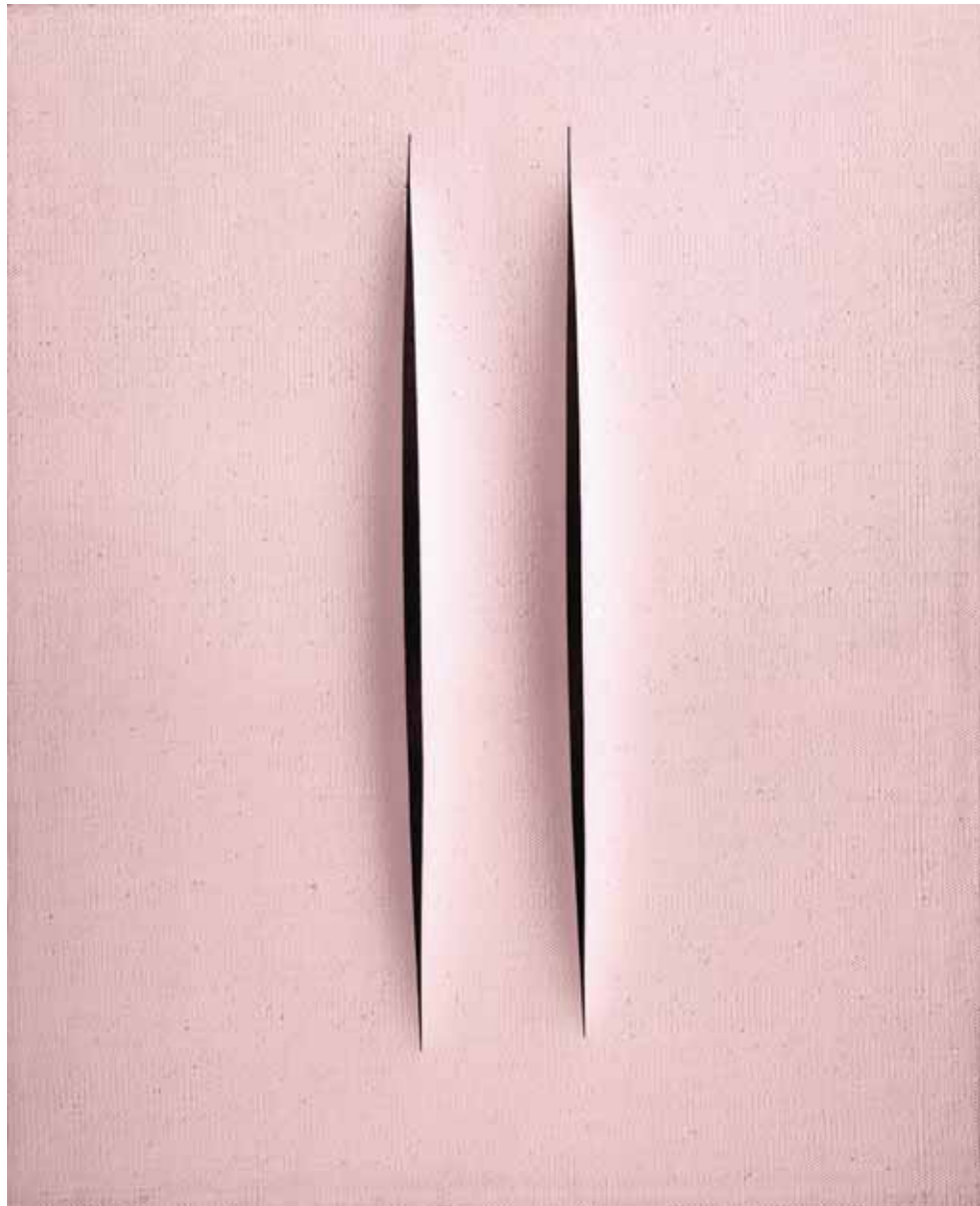
Wir haben Grund zum lachen



GRAN HOTEL
BAHIA DEL DUQUE RESORT

COSTA ADEJE • TENERIFFA
www.bahia-duque.com





Schneidet gut ab: Lucio Fontanas „Concetto spaziale, Attese“ (1968)



Führte zu Bietergefechten: Paolo Scheggis „Zone Riflesse“ (1965)

BESSER MIT DEM MESSER MALEN

Ein Mann und sein Messer vor der Leinwand. Nach langem Warten die entscheidende Tat: Ruhig und doch voller Energie schlitzt der Künstler die Leinwand auf. Seine präzisen Schnitte machten Lucio Fontana zur Speerspitze der modernen Bewegungen in Italien. Mitte der fünfziger Jahre wurde der Argentinier zu dem Künstler, „der mit dem Messer malt“. Die heroische Ausstrahlung seiner wohlkalkulierten Kraftakte wirkt noch heute.

Wollte Fontana anfangs bloß über die Bildfläche hinaus, so griff er bald nach den Sternen. Bevor das Teppichmesser ins Spiel kam, durchbohrte der studierte Bildhauer Papiere und Leinwände, um Dreidimensionalität zu erzielen. In seiner Serie „Barock“ versah Fontana die Leinwände mit Sand, Glitter und Steinchen, so dass sie an den Nachthimmel erinnerten. „Es handelt sich um eine neue Dimension, die dem Kosmos gleichkommt“, erklärte der Künstler zu den Lochmustern.

Das Wiener Auktionshaus Dorotheum verbindet mit Lucio Fontana eine Erfolgsgeschichte. Das Traditionsunternehmen hat Repräsentanzen in Mailand, Rom und Neapel, über die schon viele Spitzenwerke eingebracht wurden. Die Vertreter der Künstlergruppen Azimut und Zero sind mittlerweile eine fixe Größe bei den Dorotheums-Auktionen zeitgenössischer Kunst. Fontanas „Concetti Spaziali“ rufen die heftigsten Bietergefechte hervor, und auch seine Nachfolgeneration findet reißenden Absatz.

Atelierfotos zeigen Fontana als elegante Figur, die stets Hemd und Schlips trug. Von einem revolutionären Bilderstürmer hatte er nichts. Als der Künstler 1961 sein Debüt in einer amerikanischen Galerie gab, kam er nicht

Die Mailänder Avantgarde der Sechziger und Siebziger wird wiederentdeckt. Auch das Dorotheum hat mit den Werken Erfolg.

Von Nicole Scheyerer



Plastik und plastisch: Agostino Bonalumis „Arancione“ (1968) geht in die poppige Richtung.

gut an. „Ein Mittelding zwischen Konstruktivismus und Modeschmuck“, schrieb ein New Yorker Kritiker über die durchlöchernten Leinwände in Bonbonfarben, die mit bunten Glasstücken verziert waren. Der Kitsch-Verdacht ging nicht ins Leere: Wie der Kunsthistoriker Anthony White in seiner spannenden neuen Lesart von Fontanas Oeuvre gezeigt hat, nahm er dekorative Anleihen in der Massenkultur, um die Reinheitsgebote des Modernismus zu attackieren.

Es ist zweifellos die Nähe zu Design und Mode, in der die ungebrochene Begeisterung für die Mailänder Künstler der sechziger Jahre wurzelt. Im Jahr 1959 hatte Enrico Castellani die zündende Idee, eine schwarz bemalte Leinwand auszuwattieren und über ein Nagelbrett zu spannen. „Superficie Nera“ nennt er das so erzeugte Relief, dessen Licht- und Schattenwirkungen changieren. In der Folge entstehen weiße Objektbilder, deren Punktmuster eine rhythmisch-serielle Prägung aufweisen. Die Hebungen und Senkungen der Oberflächen erzeugen bei längerem Betrachten eine optische Dynamik durch 3-D-Effekte.

Während Castellanis Arbeiten meditativ wirken, geht sein Mitstreiter Agostino Bonalumi in eine poppigere Richtung. Der ausgebildete technische Zeichner gibt die Strenge zugunsten von plastischen Experimenten auf. Er verschafft seinen Bildobjekten in Ferrari-Rot und Blitzblau durch ausgepolsterte Holzformen jene Kurven, für die das Design der Sechziger später so berühmt werden sollte. Weil er Emailack und später Nylonstoffe einsetzte, bekamen Bonalumis Arbeiten Glanz, Gefühl und Sexyness.

Zu den Wiederentdeckungen der „Italian Sales“, die seit Anfang der neunziger Jahre mit

wachsendem Zuspruch in den Londoner Auktionshäusern abgehalten werden, zählen der jung verstorbene Paolo Scheggi und die Künstlerin Dadamaino. Scheggi war ein großer Bewunderer von Fontana, als er 1960 im Alter von 21 Jahren nach Mailand zog. Und auch er ließ bald den Pinsel zugunsten des Messers liegen. Scheggis Handschrift: runde und elliptische Löcher in monochrom bemalte Leinwand, die hintereinander montiert werden und so räumliche Tiefe erhalten.

Scheggi beginnt bald ganze Räume zu gestalten, etwa den Mailänder Salon der kunstbegeisterten Modeschöpferin Germana Marucelli. Dem Austausch zwischen Alta Moda und italienischer Nachkriegskunst geht zur Zeit die Schau „Bellissima“ im römischen Museum Maxxi nach. Die Modemacher Italiens mussten sich seit 1950 ebenso vom Vorbild Paris emanzipieren wie die Künstler. Die Ausstellung zeigt etwa, wie Fontanas Freundin Mila Schön Kleider und Mäntel mit Schlitzen entwarf – nur ein Beispiel für den produktiven Crossover jener Zeit.

Das Dorotheum konnte im vergangenen Jahr einen neuen Künstlerrekord für Scheggi setzen, als Bieter sein Hochformat „Zone Riflesse“ auf 480.000 Euro kämpften. Steigende Preise verzeichnet auch das Frühwerk von Eduarda Emilia Maino (1930 bis 2004), die als Dadamaino bekannt wurde. Besonders gesucht sind die zwischen 1958 und 1960 entstandenen „Volumi“. Diese ovalen Cut-Outs in schwarze Leinwände streichen vor allem die Leere hervor. „Ich habe die Materie immer verabscheut und stets das Immaterielle gesucht“, sagte Dadamaino. Die Leinwand zu durchstoßen – auch für die einzige Frau der Mailänder Avantgarde war es eine Befreiung.

FOTOS DOROTHEUM/OL. UNTERN. © VG BILD-KUNST, BORN 2015





Christophe Prébois stieß in den Ateliers indischer Fotografen auf deren Arbeiten – und verziert sie jetzt mit landestypischem Kitsch.



Für erfolgreiche Köchinnen wie Anna Jones ist ein „Meat Free Monday“ schon längst eine feste Institution.

Ana Teresa Barboza ist Peruanerin und fertigt aus Wolle und Stickereien Kunstwerke – wie diese Küstenansicht „Suspensión“.



Über bunte Clutches freuen sich erwachsene Frauen heute so sehr wie Kinder über Spielzeug. Also arbeitet Les Petits Joueurs gleich mit Lego-Steinen.



Schön, wenn man weiß, woher das Schneidebrettchen kommt. Dieses hier (Elbholz) wird in Hamburg-Finkenwerder gefertigt.

021

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



Nagellacke dürfen das: einfach nur „Wah“ heißen und himmelblau, dottergelb oder mintgrün sein.

WOB

Smalltalk-Thema für den Besuch beim Frisör: Der WOB! Sieht er nun schrecklich liederlich oder bewundernswert unangestrengt aus? Für den Hintergrund: Ein WOB ist ein wavy bob, also ein Bob für welliges Haar. Mit einem undercut, Stufen und Salz-Spray schaffen es aber selbst glatte Haare zum WOB.



Erste Investition für den Sommer: Espadrilles. Das Paar von Jespadrilles sieht trotzdem schön selbstgemacht aus.



Eine anonyme Fassade im Frankfurter Bahnhofsviertel, aber dahinter isst man bei Mian die besten chinesischen Nudeln der Stadt.



Als Model ist man mit berühmten Eltern nicht benachteiligt. Jüngstes Beispiel: Dylan Penn, die Tochter von Sean Penn und Robin Wright.

HELP!

Wer weiß, ob die Tinkturen von Hérbeus wirklich helfen – zumindest riechen sie gut.

Geld zur Hochzeit?

Ist mittlerweile offenbar ein gängiges Geschenk. Laut einer Umfrage des britischen Hochzeits-Portals confetti.co.uk setzen heute weniger als ein Drittel aller Paare althergebrachte Wunschzettel auf. 39 Prozent bitten um Bares für die Erfüllung eines Traums, zum Beispiel eine Reise. Der Rest bittet ganz offen um Geld, ohne dabei überhaupt den konkreten Verwendungszweck mitzuteilen.

FOTOS: DIN, PRIVAT (2), HERSTELLER (3)

DAS NEUE NACKT

Sich wohlfühlen und gut aussehen – dafür gibt es einen echten Beauty-Geheimtipp: Dünne, unsichtbare, aber funktionale Strümpfe von ITEM m6.

Dass es sich lohnt, in gute Strümpfe zu investieren, hat sich herumgesprochen. So wärmt qualitativ hochwertige Ware nicht nur die Beine, sondern schenkt der Trägerin auch eine sinnliche Silhouette. Noch viel weiter geht die deutsche Firma ITEM m6 mit einem völlig neuen Strumpf- und Shapewear-Konzept. Sie kombiniert Mode mit jahrzehntelanger Kompetenz auf dem Gebiet der Kompressionstechnologie. Neueste Designs werden mit innovativen Hochleistungsgarnen umgesetzt. Das Ergebnis sind Produkte wie die neuen ITEM m6 INVISIBLE TIGHTS und -KNEE HIGHS. Mit einer Fadenstärke zwischen 15 und 20den sind sie die dünnsten und damit unsichtbarsten Strümpfe mit Kompression auf dem Markt. Und das mit der vollen Wirkung: Die Hightech-Kompression regt den Blutkreislauf im gesamten Körper an und sorgt dafür, dass man sich den ganzen Tag aktiv, frisch und leistungsfähig fühlt. On top kommt der einzig-artige Look! Dank dem von ITEM m6 entwickelten Hightech-Forming-Faden schneidet nichts ein, nichts rutscht – im Gegenteil: Die Strümpfe passen sich optimal der Form des Körpers an und modellieren die Silhouette. Kleine Unebenheiten an den Beinen sind wie weggezaubert und die verbesserte Mikrozirkulation sorgt für ein regeneratives Hautbild sowie für leichtere, schlankere Beine. Die INVISIBLE TIGHTS überraschen sogar mit einem Shape-Effekt an den Oberschenkeln und am Bauch sowie einem Push-up-Effekt am Po. Für die perfekte „Unsichtbarkeit“ gibt es die INVISIBLE TIGHTS und KNEE HIGHS für jeden Hautton in den Farben Powder, Savanna, Sun und Bronze. Fühlen Sie sich wohl, wo immer Sie sind. Genießen Sie Ihren Auftritt und erleben Sie nichts als schöne, glatte Beine. Weitere Infos unter www.item-m6.com



Die Schönheitsregeln hat Alessandra von ihrer Mutter. Alessandra heißt eigentlich anders, aber sie ist so typisch italienisch wie dieser Vorname, obwohl sie seit Jahren in Deutschland lebt. Schönheitsregel Nummer eins von Alessandras Mutter: Im April ist die Haut bedeckt, egal wie warm die Frühlingssonne auch sein mag. Bloße Beine, bloße Arme gibt es nicht. „Im Mai kann man sich langsam auf den Sommer vorbereiten, im Juni lässt man überflüssige Kleidung dann endgültig fallen.“ Die Regel hat ihre Berechtigung: Blasser Winterhaut ist nicht schön anzusehen, also sollte man es langsam angehen, sich alleine im Garten bräunen – und zwar im Mai. Schönheitsregel Nummer zwei der Mutter: Trage ein bisschen Gesundheit im Gesicht. Mit diesem Ratschlag ging es los, als Alessandra Jugendliche war. Seitdem schminkt sie sich. Heute sagt sie: „Ohne Mascara auf den Wimpern würde ich noch nicht mal zur Mülltonne gehen.“

Gesundheit im Gesicht bedeutet also nicht, überschminkt auszusehen. Und dennoch: Welche deutsche Mutter würde ihrer Teenager-Tochter raten, Brauntöne auszuprobieren? Oder es mit Wimperntusche zu versuchen? Sie erschrecken eher, wenn sie die Töchter zum ersten Mal geschminkt sehen. Aber deutsche Mütter sind eben keine Italienerinnen, von denen viele Make-up lieben, und zwar besser zu viel als zu wenig.

Die Betonung liegt auf den Augen. Man sieht das zum Beispiel an einem Donnerstagmorgen, wenn man in der Mailänder U-Bahn steht und die Frauen ringsum Lidschatten tragen, in Beige und Grau, aber auch in Grün, Gelb und Himmelblau. Man bekommt das bestätigt, wenn man sich mit zwei anderen Italienerinnen, Margherita aus Sizilien und ihrer Freundin Grazia aus Apulien, in einem Düsseldorfer Café trifft, um über das Thema zu sprechen und Margherita ihre Augen mit schwarzem Lidstrich dick umrandet hat, an einem Sonntagnachmittag.

„Wie? Sonntag?“ Margherita versteht die Bemerkung nicht, die typisch deutsche Auffassung, an einem Ruhetag eher weniger als mehr Make-up zu tragen. „So sehe ich immer aus, Montag bis Sonntag.“ Alle vier Monate verbraucht sie einen schwarzen Kajaltift. Und man sieht das



Grau zu braun: Mit den Models bei Etro lässt sich gut Blickkontakt halten.

auch Anfang März auf dem Laufsteg von Giorgio Armani, zur Schau der kommenden Herbstkollektion: Die Visagistin Linda Cantello hat die Lidfalten in Dunkelgrau nachgezeichnet und die Zwischenräume bernsteinfarben ausgemalt. Das Motto: „Bella Ragazza“, schönes Mädchen. „Italienerinnen sind einfach gerne zurechtgemacht“, sagt Cantello. „Die Augen spielen dabei eine wichtige Rolle.“

Schön geschminkte Augen gehören gewissermaßen zur Kulturgeschichte des Landes. Sophia Loren, Gina Lollobrigida und Claudia Cardinale, drei der berühmtesten Italienerinnen, zeigten sich in ihrem Leben jedenfalls kaum ohne den schwarzen Lidstrich. Bis tief in die Augenwinkel setzten sie ihn, was noch heute dramatisch aussieht und längst als Symbol für die italienische Diva gilt. Dabei soll es ursprünglich angeblich Kleopatra gewesen sein, die

während ihres Besuchs in Rom mit ihrer Erscheinung eine Zäsur herbeiführte. Wer weiß, vielleicht sind die mittlerweile typisch italienischen, dunkel umrandeten Augen und die bunten Lidschatten eigentlich noch immer eine heimliche Reverenz an den Schönheitsrick und -tick der ägyptischen Herrscherin?

Eine Gemeinsamkeit zwischen dem Besten, was Italien in Sachen Schönheit zu bieten hat, nämlich den Filmdiven der sechziger und siebziger Jahre, und dem Schlimmsten, nämlich den frauenverachtenden Looks der Bunga-Bunga-Girls aus jüngster Vergangenheit, dürfte der Lidstrich auf jeden Fall sein. Und drumherum klimpern lange Ohringe sowie dicke Ketten, und die Farben leuchten. Die italienische Beauty-Marke Collistar kooperiert jetzt gleich mit dem bunten Möbelhersteller Kartell. „Und der schwarze Eyeliner erlebt dazu ein großes Comeback“, bestätigt Collistar-Geschäftsführerin Daniela Sacerdote.

„Den Italienern ist alles wichtig, was mit der Erscheinung zu tun hat“, sagt Alessandra. Dazu gehört auch das Make-up. „Viele versuchen, stets das Beste aus ihrem Typ zu machen. Das habe ich in Deutschland lange vermisst.“ Mittlerweile habe sich das geändert, heute seien Nägel und Augenbrauen gepflegt. Die Lippen sind dieser Tage bei jungen Mädchen sogar oft knallrot.

Aber Grazia aus Apulien bemerkt auch noch heute: „Man muss sich nur in deutschen Büros im Vergleich zu italienischen umschauen. Der Unterschied ist deutlich zu erkennen.“ Am einen Ort allenfalls getönte Tagescreme über der Winterblässe, brauner statt schwarzer Mascara, Rouge in Apricot – sowie die Meinung, ein allzu starkes Make-Up könne unprofessionell wirken und womöglich die Karriere behindern. Am anderen Ort: Farben! Schimmer! Düfte! „Die Deutschen schminken sich noch immer viel weniger. Ich sehe jedenfalls nicht viele deutsche Mädchen mit Lidschatten und Puder im Gesicht. Abends vielleicht – aber nur abends.“

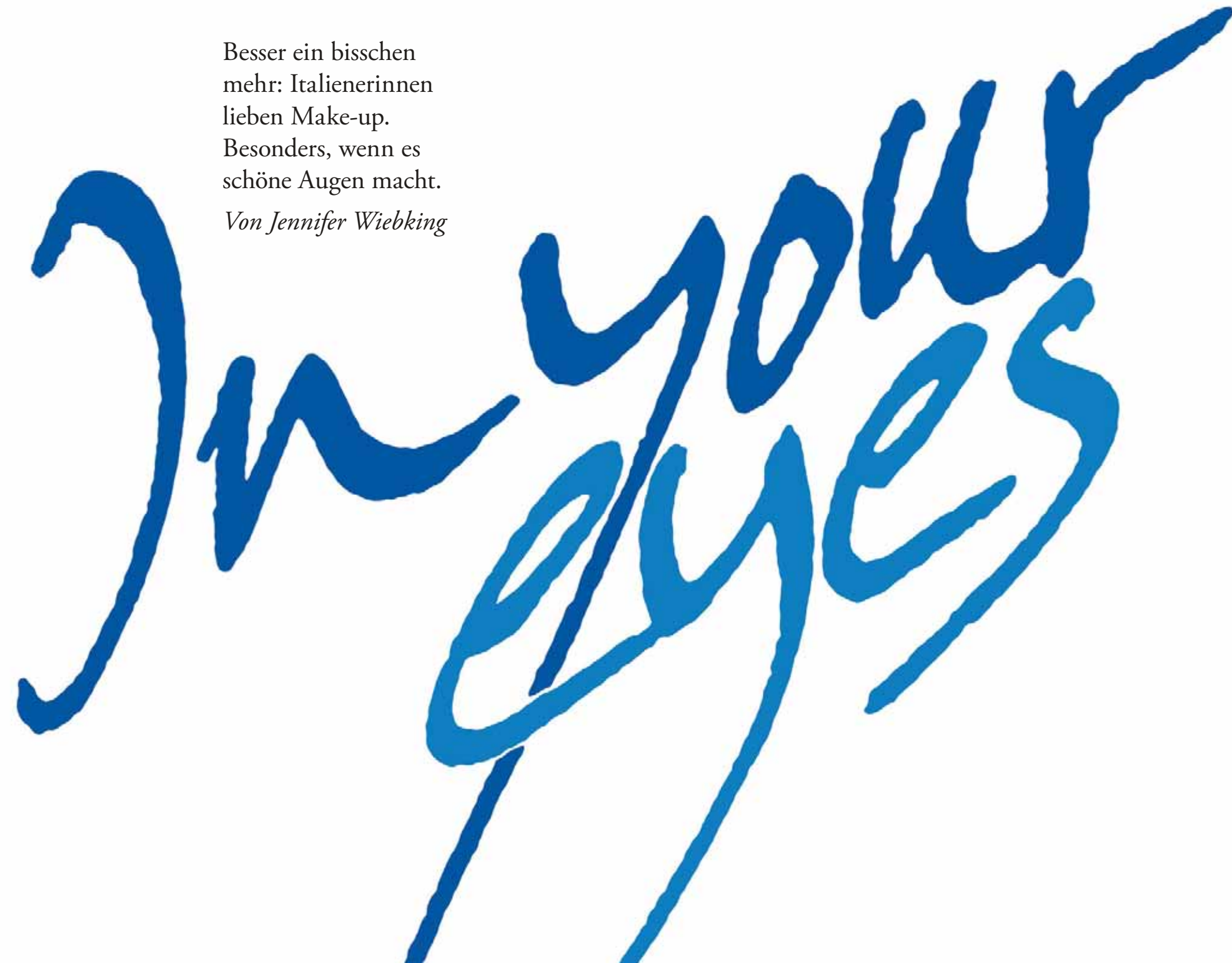
„Italienerinnen sind südländisch“, sagt Giorgio-Armani-Visagistin Linda Cantello. „Das Wetter ist besser, das Licht ist anders, sie verführen gerne.“ Sie tricksen. Sie schminken. Aus deutscher Sicht sind das zwei verschiedene Dinge. Aus italienischer ist es ein Verb: *truccare*. ◀



Über den inneren Augenwinkel hinaus: Lidstrich bei Fendi



Lieblig statt niedlich: Bernstein-Lidschatten zu blauen Augen bei Giorgio Armani



Besser ein bisschen mehr: Italienerinnen lieben Make-up. Besonders, wenn es schöne Augen macht.

Von Jennifer Wiebking

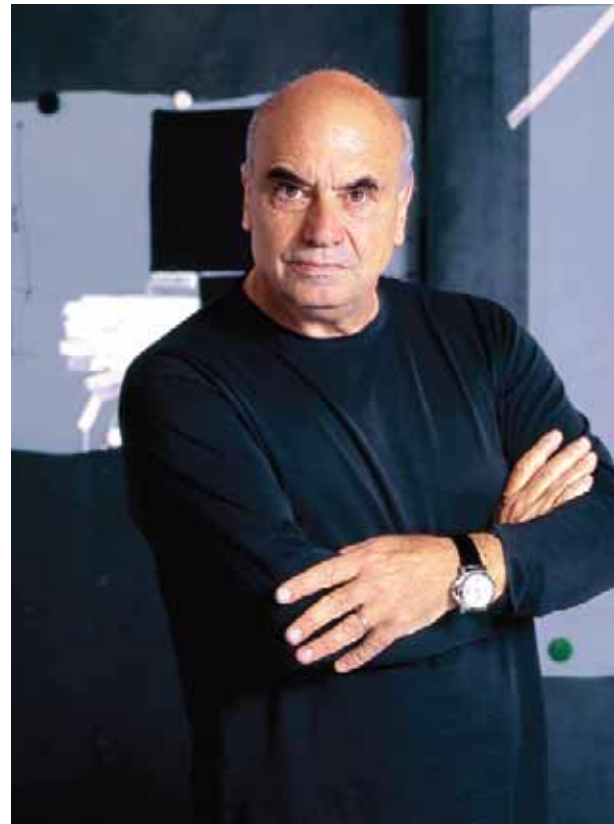


Von den Augen lesen, nicht von den Lippen: Das Make-up bei Versace vergrößert die Augen optisch.



Auf ganzer Linie: Linda Cantello setzt den Akzent bei Giorgio Armani über die Lidfalte.

„ICH HABE STIL, ABER KEINEN STYLE“



Vor zehn Jahren wurde die neue Messe in Rho vor den Toren Mailands eröffnet. Damals war für ihren Architekten **Massimiliano Fuksas** nicht abzusehen, dass auf dem 345.000-Quadratmeter-Gelände einmal eine Expo stattfinden würde. Fuksas, 1944 in Rom geboren, arbeitet seit 30 Jahren mit seiner Frau zusammen, der Architektin Doriana Mandrelli. Zu seinen jüngsten Projekten gehören der 137 Meter hohe „Twin Tower“ in Wien und das Nationalarchiv von Frankreich in Pierrefitte-sur-Seine. Auch das Einkaufszentrum My Zeil in Frankfurt hat er entworfen.

Was essen Sie zum Frühstück?

Croissant und Cappuccino. Wir frühstücken unter der Woche nicht zu Hause, sondern gehen, wie in Italien üblich, ins Café, egal ob wir in Rom sind oder in Paris.

Wo kaufen Sie Ihre Kleidung ein?

Ich habe noch nie etwas für mich gekauft. Das macht alles meine Frau Doriana. Und das ist auch besser so, obwohl ich immer nur ein schwarzes T-Shirt, eine schwarze Hose, eine schwarze Jacke oder einen schwarzen Mantel trage. Am liebsten von Giorgio Armani, der ein guter Freund von mir ist, oder von Issey Miyake.

Hebt es Ihre Stimmung, wenn Sie einkaufen?

Nein. Ich glaube, Männern macht es im allgemeinen viel weniger Freude, einkaufen zu gehen.

Was ist das älteste Kleidungsstück in Ihrem Schrank?

Meine Großmutter, die aus Straßburg stammte, hat mich gelehrt, nichts wegzuerwerfen. Darum hängen in meinem Schrank mehr als 20 Mäntel, von denen ich mich nicht trennen mag. Irgendwann sagt Doriana dann zu mir, der Mantel wird ja immer kleiner, und sie kauft mir einen neuen, den ich zu den anderen hänge.

Was war Ihre größte Modesünde?

Ich begehe keine Modesünden.

Tragen Sie zu Hause Jogginghosen?

Nein.

Haben Sie Stil-Vorbilder?

Ja und nein. Ich unterscheide zwischen Stil und Style. Ich habe Stil, aber keinen Style. Mein ganzes Leben kämpfe ich schon gegen Style an. Style ist etwas sehr Oberflächliches und schrecklich uninteressant.

Haben Sie jemals ein Kleidungs- oder Möbelstück selbst gemacht?

Entworfen habe ich schon viele Möbelstücke, aber fast nur am Schreibtisch, nicht an der Werkbank.

Besitzen Sie ein komplettes Service?

Ja. Meine Frau und ich haben ein Service mitsamt Besteck für Alessi entworfen, „Colombina“, und das haben wir auch zu Hause. Allerdings nicht alle Teile, das wäre uns zu viel.

Mit welchem selbst zubereiteten Essen konnten Sie schon Freunde beeindrucken?

Ich helfe meist nur in der Küche. Besonders gut sind meine Steaks, das ist meine Spezialität.

Welche Zeitungen und Magazine lesen Sie?

„Le Monde“, „Financial Times“, „New York Times“ und, das müssen Sie mir glauben, die Frankfurter Allgemeine. Ihre Zeitung schätze ich sehr – vor allem das Feuilleton. Ich spreche zwar nicht mehr so gut Deutsch, aber lesen kann ich es.

Welche Websites und Blogs lesen Sie?

Die Seiten der „New York Times“ und der F.A.Z.

Wann haben Sie zuletzt handschriftlich einen Brief verfasst?

Heute. Gestern. Eigentlich jeden Tag. Ich schreibe gerne und gratuliere Freunden am liebsten persönlich.

Welches Buch hat Sie am meisten beeindruckt?

Es klingt banal: Dante Alighieris „Göttliche Komödie“.

Ihre Lieblingsvornamen?

Elisa, der Name meiner ersten Tochter und meiner Großmutter. Unsere jüngere Tochter heißt Lavinia. Auch Maximilian/Massimiliano mag ich. Mein zweiter Vorne ist übrigens Vytautas, mein Vater war Litauer.

Ihr Lieblingsfilm?

Alle Filme von Stanley Kubrick und Alfred Hitchcock.

Fühlen Sie sich mit oder ohne Auto freier?

In unser Haus in der Toskana bei Siena fahre ich noch. Doch ich fahre nicht mehr gern. Früher war das anders: Als ich jünger war, fuhr ich schnell – und sehr verrückt.

Tragen Sie eine Uhr?

Ja, aber ich trage sie nicht gerne, weil ich sie nicht mag.

Tragen Sie Schmuck?

Niemals. Nur meinen Ehering.

Haben Sie einen Lieblingsduft?

Ich mag leichte Düfte, von Armani und Hermès.

Was ist Ihr größtes Talent?

Mein größtes Talent ist es, kein Talent zu haben.

Was ist Ihre größte Schwäche?

Mich regt Ungerechtigkeit auf. Bei Bildern von den Flüchtlingen vor Sizilien kommen mir die Tränen. Ich verstehe einfach nicht, warum wir nicht mehr für diese armen Menschen tun.

Womit kann man Ihnen eine Freude machen?

Nicht unbedingt mit Geschenken. Mich freut es, wenn jemand etwas Intelligentes zu mir sagt.

Was ist Ihr bestes Smalltalk-Thema?

Jedenfalls nicht das Wetter. Das ist eher britisch. Italiener und Deutsche reden gerne über Politik. Wir glauben ja, wir könnten die Welt verändern. Und darüber reden wir dann auch gerne.

Sind Sie abergläubisch?

Eigentlich nicht. Aber Vorsicht kann nicht schaden. Ich habe zudem eine fast merkwürdige Vorliebe für die Zahl 17, überhaupt für ungerade Zahlen. Gerade Zahlen sind mir suspekt, was natürlich ein wenig dumm ist.

Wo haben Sie Ihren schönsten Urlaub verbracht?

Mein ganzes Leben ist Urlaub. Ich arbeite jeden Tag, und ich habe auch jeden Tag Urlaub, da gibt es keinen Unterschied, egal ob ich in Paris, Rom oder in der Toskana bin.

Was trinken Sie zum Abendessen?

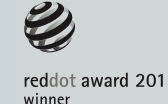
Rotwein. Aus der Toskana und aus Bordeaux. Und meine Frau Champagner, was mancher versnobt finden könnte.

Aufgezeichnet von Peter-Philipp Schmitt.

FOTO: MORENO MAGGI

»NOMOS is among the best luxury watches out there.«

NEW YORK TIMES



Mehrfach preisgekrönt, handgefertigt in Glashütte. NOMOS-Modell Metro und bessere Zeiten jetzt hier: Augsburg: Bauer, Hörli; Berlin: Bucherer, Leicht, Lorenz; Bielefeld: Böckelmann; Bonn: Hild; Bremen: Meyer; Darmstadt: Techel; Dortmund: Rüschenbeck; Dresden: Leicht; Düsseldorf: Blome; Erfurt: Jasper; Frankfurt: Rüschenbeck; Glashütte: NOMOS Kaufhaus; Hamburg: Becker, Bucherer, Mahlberg; Koblenz: Hofacker; Köln: Berghoff; Lübeck: Mahlberg; Ludwigsburg: Hunke; München: Bucherer, Fridrich, Kiefer; Münster: Freisfeld, Oeding-Erdel; Nürnberg: Bucherer; Stuttgart: Niessing; Ulm: Scheuble. Und überall bei Wempe. Mehr unter nomos-store.com und nomos-glashuette.com

NOMOS
GLASHÜTTE



L'âme du voyage.

Erhältlich ausschließlich in Louis Vuitton Geschäften. Tel. 0211 / 86 47 00 louisvuitton.com



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

LOUIS VUITTON