

Frankfurter Allgemeine

Magazin

MAI 2017



**DESIGN
ALLA
FAMIGLIA**

**NORDRHEIN
ODER
WESTFALEN**

**SELFIES
MIT STARS
IN CANNES**

**ROLF KÜHN
ÜBER JAZZ
IN NEW YORK**





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.



Jahreskalender Chronograph Ref. 5960/1A

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



SITZSYSTEM FREEMAN | DESIGN RODOLFO DORDONI

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

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

AUCH BEI ANDEREN AUTORISIERTEN HÄNDLERN UND IN ANDEREN STÄDTEN.

PLZ 0/1/2/3/4/5 HANDELSAGENTUR STÖLLENWERK - T. 0221 2828259 - TIM.STÖLLENWERK@WEB.DE

PLZ 6/7/8/9 HANDELSAGENTUR RIEKINGER - T. 07121 325953 - INFO@HANDELSAGENTUR-RIEKINGER.DE

Minotti
MINOTTI.COM

DIE KUNST DER KOMPOSITION

Seltene Kaffeebohnen, entlegene Anbauländer, komplexe Terroirs: die unerzählten Geschichten unbekannter Aromenschätze

Exotische Rohstoffe aus fernen Ländern, eine anspruchsvolle Verarbeitung und jahrelange Erfahrung im Arrangement – so entsteht ein Erlebnis für die Sinne. Ein bedachter Entstehungszyklus dieser Art erschafft ausgezeichnete Produkte.

Die Meister vieler Klassen wählen diesen Weg der Kreation, so auch die Experten von Nespresso: Für die neue fortlaufende Limited Edition Kollektion Explorations haben sie nicht nur außergewöhnliche Kaffeebohnen gewählt. Sie haben in einem künstlerischen Arrangement die rarsten Bohnen besonderer Terroirs selektiert und dank maßgeschneiderter Röstverfahren die speziellen Aromen der Bohnen entfesselt. Nun präsentiert Nespresso die erste Edition der Explorations aus Kenia und Laos.

Bei der Erschaffung eines neuen Produkts komponiert ein Designer aus den unterschiedlichsten Materialien, Farben und Stoffen ein harmonisches Werk. Dabei verlässt er sich nicht nur auf seine sensorischen und visuellen Wahrnehmungen, sondern auch auf seine Erfahrung und sein Know-how. Er muss die Eigenschaften hunderter Rohstoffe kennen und wissen, wie er sie einsetzen kann. Wie bei einem herausragenden Design-Objekt ist

auch die Komposition eines harmonischen Kaffees kein Zufall. Perfekter Kaffeegenuss ist vielmehr das Ergebnis hervorragender Anbaubedingungen und einzigartiger Bohnenqualität, die in Folge eines komplexen Verarbeitungsprozesses schließlich zu einem perfekten Produkt in der Tasse führen.

Während das Klima, die Bodenbeschaffenheit und die Höhenlage dem Kaffeearoma seinen einzigartigen Charakter verleihen, trägt auch die Weiterverarbeitung einen großen Teil zu diesem Prozess bei. Bei Nespresso werden die sorgfältig ausgewählten und handverlesenen Kaffeebohnen zu ausgezeichneten Kaffeemischungen und Single Origin Kaffees verarbeitet. Das Rösten und Mahlen sind entscheidend auf dem Weg zu einem hervorragenden Kaffee: Hier offenbaren sich der ganze Geschmack und das aromatische Potenzial der rohen Kaffeebohnen. Wie ein Designer das Zusammenspiel von Stoffen und Farben kennt, so kennen auch die Nespresso Röstmeister die aromatischen Veränderungsprozesse und spüren dabei subtilste und feinste Geschmacksnoten auf. Es ist eine wahre Kunst, grüne Kaffeebohnen verschiedener Sorten, Aufbereitungen und Lagen bereits vor oder erst nach dem Rösten so zu mischen, dass ein harmonischer Kaffee entsteht – mit einer ausgewogenen Textur und einem stimmigen Bouquet.



Das Geheimnis einer Kaffeebohne entschlüsseln

Um außergewöhnliche Kaffees zu komponieren, bedarf es allerdings neben dem kreativen Prozess auch bester Voraussetzungen. Den Kaffee-Experten von Nespresso ist kein Weg zu weit, denn in entlegenen Ländern bringen außergewöhnliche Anbaubedingungen echte Kaffeeschätze mit besonderen Aromenkompositionen hervor. Es sind diese Schätze, die die Kaffee-Experten von Nespresso zur Kreation der neuen Kollektion Explorations I inspiriert haben.

„Ich habe das große Glück, in meinem Job rund um den Globus reisen zu dürfen, um Kaffeejuwelen aufzuspüren, aus denen wir unverwechselbare und überraschende Geschmacksprofile gewinnen können.“

erzählt Shirin Moayyad, Coffee Expertise Manager bei Nespresso. „Denn für uns ist Kaffee mehr als nur ein Getränk. Wir suchen nach Rohdiamanten, deren Geheimnis wir entschlüsseln und aus denen wir anschließend Kaffeearten entwickeln.“ Auf der Suche nach solchen unentdeckten Kaffeekompositionen wurden die Schatzsucher diesmal in den Kaffeeanbaugebieten von Kenia und Laos fündig.

Einzigartige Limited Edition Kaffees kreieren

Kenia wird wegen seines Terroirs und seiner zahlreichen Varietäten in der Kaffeebranche liebevoll das „Königreich der Kaffees“ genannt. Eine begehrte Kostbarkeit dieser Region ist die „Peaberry“, die Perlbohne, die nur circa fünf Prozent der Gesamtmenge des weltweit geernteten Kaffees ausmacht. Kaffeekenner geraten dank ihrer sehr fruchtigen und geradezu marmeladigen Aromen ins Schwärmen. Die spezielle runde Form der Perlbohne, die auf einer natürlichen Mutation beruht, ermöglicht eine gleichmäßige Erhitzung und dadurch eignet sie sich hervorragend zum Rösten. Für die neue Kaffeekreation Kenya Peaberry sind die Experten von Nespresso abermals tief in den Prozess der Verarbeitung eingetaucht: Sie haben ein eigenes Röstprofil und ein getrenntes Röst-

Das Bolaven Plateau in Südlas liegt auf 1.000 bis 1.350 Meter Meereshöhe und ist bekannt für einen der besten Arabicakaffees der Welt. In dieser relativ kühlen, regenreichen Region mit vulkanischen Böden gedeihen die Kaffeepflanzen hervorragend: Es ist das perfekte Anbaugelände für Kaffee mit köstlichen Getreidenoten. Die Nespresso Experten erkannten das unglaubliche Potenzial dieses Terroirs und beziehen heute gewaschene Arabica aus dieser Region. Für die Varietät Laos Bolaven Plateau kreierten sie ebenfalls ein eigenes für das Ursprungsgebiet entwickeltes Röstprofil. So können sich der Aromenschatz und die einzigartige Persönlichkeit dieses Espressos individuell entfalten und die goldenen Weizen- und grünen Pflanzennoten werden optimal betont.

verfahren entwickelt, das die Eleganz der feinen Säure und fruchtigen Noten der Perlbohne unterstreicht. Das Ergebnis ist ein aromatischer Espresso, der mit Geschmacksnuancen verschiedenster kandierter Früchte wie Äpfel, Rosinen, Blaubeeren und Schwarzen Johannisbeeren überrascht.

Beide Kaffeevarietäten der Explorations I sind Pure Origin Kaffees. Das bedeutet, jeder Kaffee stammt von einer einzelnen oder einer Gruppe von Farmen in einer bestimmten Region. Die Herkunft jeder einzelnen Kaffeebohne ist relevant, da nur 1 bis 2 Prozent der weltweiten Kaffeelernte den Qualitätsansprüchen von Nespresso gerecht werden. „Es ist wichtig zu wissen, welche Qualität der Kaffee hat, woher er stammt und wie er angebaut wurde.“, erläutert Shirin Moayyad. „Nur dann kann ich wirklich einschätzen, welchen Geschmack und welches Erlebnis der Kaffee in der Tasse bieten wird.“ Es bedarf jahrelanger Erfahrung und einer langen Tradition in der Komposition neuer Kaffeekreationen, um einen außergewöhnlichen Kaffee zu kreieren. Die Expertise von Nespresso spiegelt sich in den bestehenden Kaffeevarietäten wieder, denn für ein geradezu kunstvolles Genussarrangement geht die Marke stets einen Schritt voraus.





GUCCI

gucci.com

POTT VOM POTT



Ich schwöre, ich hatte mir fest vorgenommen, in diesem Text nichts über Fußball zu schreiben. In der ersten Halbzeit des DFB-Pokal-Halbfinals zwischen Dortmund und Bayern saß ich am Computer, wollte mit dem Editorial loslegen, sah mit dem linken Auge auf den Fernseher, schaute wieder auf diese Seite, die leer war, abgesehen vom Bild der alten Grubenlampe aus Messing, und dachte: Nein. Dortmund hatte zwar gut begonnen, aber dann Javi Martinez (28.), dann Mats Hummels (41.), die Sache war gelaufen. Der Favorit gewinnt, ist das ein Thema? Ich musste mir etwas einfallen lassen. Dachte, ich könnte hier auch gut in neues italienisches Design einführen, das wir in dieser Ausgabe porträtieren. Sollte über die phantastischen Jean-Pigozzi-Fotos reden, die Holger Christmann für uns aufgestöbert hat. Meinte, auch unser NRW-Spezial am Tag vor der Landtagswahl könnte Ihr Interesse finden, denn wir haben das Bundesland auseinandergenommen und in Worten wieder zusammengesetzt. Vermutete, auch die Künstler in dieser Ausgabe – der Jazzmusiker Rolf Kühn, die Schauspielerin Susanne Wolff, der Holzkünstler Georg Thumbach – hätten jeden Hinweis verdient. Dachte, sollte, meinte, vermutete. Erst noch die zweite Halbzeit anschauen. Und jetzt sehen Sie, wie lange ein Schwur hält: oft nur 90 Minuten. Schuld daran sind Pierre-Emerick Aubameyang (69.) und Ousmane Dembélé (73.), also nicht ich. Was für ein schönes Wort: Das Spiel drehte sich. Kann man an solchen Abenden über etwas anderes nachdenken? Auch das Leben hat sich gedreht, und dieser Text gleich mit. Nicht wegen der armen Bayern, der glücklichen Dortmunder wegen. Können Sie alles lesen, denn der Fußball steckt auch in diesem Heft, wenn sich die Spitzenkandidaten der NRW-Wahl über ihren Verein äußern. Die Zukunft des Ruhrpotts liegt auch auf dem Rasen. Mir ist das Spiel echt zu Kopf gestiegen. Wenn ich die Grubenlampe anschau, hat sie schon die Konturen des DFB-Pokals. Alles Design eben. Und mehr. *Alfons Kaiser*

Verantwortlicher Redakteur:
Dr. Alfons Kaiser

Redaktionelle Mitarbeit:
Holger Appel, Christian Aust, Dr. Reiner Burger, Holger Christmann, Claus Eckert, Dr. Stephanie Geiger, Alexander Hanke, Hannes Hintermeier, Philipp Krohn, Ben Kuhlmann, Kerstin Mitternacht, Christoph Moeskes, Celina Plog, Andreas Plathaus, Hans Riebsamen, Andreas Rossmann, Julia Schauf, Peter-Philipp Schmitt, Dr. h.c. Heike Schmolli, Dr. Birte Carolin Sebastian, Florian Siebeck, Helge Sobik, Dr. Michael Spehr, Bernd Steinle, Timo Steppat, Jennifer Wiebking, Maria Wiesner, Bettina Wolff

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 nutzungrechte@faz.de oder telefonisch unter (069) 75 91-29 85.

Redaktion und Verlag:
(gleichzeitige 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, Anja Tschulena

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

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

Cassina

The Other Conversation



Beam Sofa System designed by Patricia Urquiola. Photographed at Balint House by Fran Silvestre Arquitectos, Spain
discover more at cassina.com

München Nymphenburger Strasse 5



STEPHANIE GEIGER schreibt für unsere Zeitung gerne über Berge und Bergsteiger. Die Journalistin aus Bayern ist auch selbst oft dort oben unterwegs. Mit ihrem Erfolg am Dhaulagiri VII (7246 Meter) brachte sie es sogar zu einem Eintrag in der „Himalayan Database“, die von der Deutschen Billi Bierling geführt wird (Seite 86). Grund genug für ein Treffen in Nepal.



HOLGER CHRISTMANN hat schon viele Multi-Talente interviewt. Aber jemanden wie den Fotografen, Kunstsammler und Investor Jean Pigozzi hat er noch nie getroffen. Zum Filmfestival in Cannes nächste Woche wird der Simca-Erbe wieder auf seiner legendären Party die Gäste fotografieren. Unser Autor setzte sich vorher mit ihm in St. Moritz zusammen, um über die Bilder seines Lebens (Seite 62) zu reden.



ALEXANDER HANEKE nahm das Ruhrgebiet lange nur als Autobahnknäuel auf den Straßenkarten seiner Kindheit wahr. Als er mit Ende 20 hinfuhr, war ihm das Land zwischen den Autobahnen sofort sympathisch. Also war der Politikredakteur dieser Zeitung wieder da – und spazierte für uns mit dem Autor Frank Goosen (rechts im Bild) durch Bochum. (Seite 54)

FOTOS: STEPHANIE GEIGER, REINER BURGER, STEFFI CHARLOTTE MARESCHE, ALEXANDER HANEKE, FRANK ROTH

MITARBEITER

REINER BURGER ist als Nordrhein-Westfalen-Korrespondent dieser Zeitung vorwiegend für Politisches aus dem tiefen Westen der Republik zuständig. Gerne berichtet er aber auch über Land und Leute zwischen Rhein und Weser. Vor der Landtagswahl am Sonntag war es höchste Zeit, ein wichtiges Thema zu bespielen: den geheimnisvollen Zusammenhang von Fußball und Politik im wichtigsten Fußball-Bundesland, am Beispiel der beiden Spitzenkandidaten von SPD und CDU (Seite 52). Schreiberisch wagt er sich also wieder einmal aus der Deckung. Im Bild belässt er es lieber, ganz diskret, beim selbstgemachten Schattenriss.



CLAUS ECKERT ist Mainzer und hat schon dadurch einen Hang zur Lebensfreude. Besonders ausgeprägt ist sie zu Fastnacht und nach der Fastenzeit – denn da ist Spargelzeit, und wenig im Leben geht für ihn über gekochten weißen Spargel mit Kartoffeln, zerlassener Butter und ein paar Körnchen Salz. Um mehr Abwechslung in die Saison zu bringen, stellt der Bildredakteur dieser Zeitung, der leidenschaftlich gern kocht, zwei Varianten vor, in die Spargelfreunde reinschmecken sollten (Seite 100). Er selbst stand schon früh an den Töpfen der heimischen Küche. Schaute zu, machte mit und wollte alles ganz genau wissen. Womöglich war es der Einfluss der Ahnen, die sich einst als Gastronomen und Konditoren dem guten Geschmack ergeben hatten.



DESIGN PORTRAIT.



Sitzriese: Der Sessel Eddy des belgischen Designers Alain Gilles war eine der schönsten Neuheiten auf dem Mailänder Salone del Mobile. (Seite 34)



Wald-Meister: Der Maler und Bildhauer Georg Thumbach (Seite 70) wandelt auf faszinierende Weise auf Holzwegen.



ZUM TITEL

Eugenio Perazza, Gründer von Magis (Mitte), sitzt auf dem Hocker Tom and Jerry von Konstantin Grcic, sein Sohn Alberto (links) und dessen Frau Barbara Minetto auf den Sesseln Traffic von Grcic. Im Vordergrund die Hundefigur Puppy von Eero Aarnio. Fotografiert im Firmensitz in Torre di Mosto am 30. Januar 2017 von Daniel Pilar.

- 17 KARL LAGERFELD
- 52 HANNELORE KRAFT
- 60 FRANK GOOSEN
- 68 SUSANNE WOLFF
- 106 INÈS DE LA FRESSANGE

LANDLIEBE Zwei Worte, zwei Welten: Was Nordrhein und Westfalen trennt und eint. *Seite 54*

SEEGANG Die Sardinienmänner von Peniche sind die härtesten Fischer Portugals. *Seite 84*

BAUSTELLE Das Parkcafé im Kölner Rheinpark soll endlich wieder aufblühen. *Seite 58*

SCHAULUST Die G2 Kunsthalle ist zur festen Größe im Leipziger Kulturleben geworden. *Seite 92*

FARBILD Der Stoff, aus dem Kleiderträume in Westafrika sind, kommt aus Holland. *Seite 74*

TABUZONE Gesten von gestern: Mit Lasertechnik lassen sich alte Tattoos entfernen. *Seite 104*

Die nächste Ausgabe des Magazins liegt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung am 10. Juni bei.
Im Netz: www.faz.net/stil **Facebook:** Frankfurter Allgemeine Stil **Instagram:** @fazmagazin

FOTOS: TOBIAS SCHMITT, JAN ROEDER, GETTY, HERSTELLER



Wahre Größe: Rido Busse (Seite 30) hat mit seinen Entwürfen unser Alltagsleben geformt. Mit seinem Negativpreis Plagiarius will er Kopisten das Handwerk legen.

Spieltrieb: Der Jazz-Klarinettist Rolf Kühn erzählt im Interview (Seite 80), wie die Musik sein Leben bestimmt hat.



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

B&B Italia Stores: München, Maximiliansplatz 21 - T. +49 0894 613680
 Berlin, Torstrasse 140 - T. +49 3024 04773781
 Plz 0 1 2 3 4 5 Andreas Weber T. +49 172 459 32 32 weber@designkollektionen.de
 Plz 5 6 7 Thomas Köber T. +49 1737 490937 k2agentur@arcor.de
 Plz 0 7 8 9 Norbert Juellicher - T. +49 1729 572772 norbertjuellicher@t-online.de

B&B
ITALIA



molteni.com #MolteniGroup

Molteni & C

SOFA PAUL — VINCENT VAN DUYSSEN
 SESSEL D.153.1 — GIO PONTI
 ABSTELLTISCH PANNA COTTA — RON GLAD
 ABSTELLTISCHE JAN — VINCENT VAN DUYSSEN
 HOCKER DOMINO NEXT — NICOLA GALLIZIA
 TEPPICH RANDOM — PATRICIA URQUIOLA

Vor fünfzig Jahren

Schaut mir in die Augen, Stewardessen! Welcher Herrscher an der Wand des Frankfurter Kaisersaals die Augen der neun Frauen auf sich zog, als F.A.Z.-Fotograf Lutz Kleinhans sie am 24. Mai 1967 ablichtete, ist auf dem Foto nicht zu erkennen. Es dürfte einer der späteren Kaiser gewesen sein, Karl V. womöglich oder Rudolf II., denn sie hängen gegenüber von Heinrich V. und Konrad III., die bei genauem Hinsehen auf dem Bild hinter den Stewardessen zu erkennen sind. 52 Kaiser des Heiligen Römischen Reichs sind im Kaisersaal versammelt, beginnend bei Ludwig dem Frommen, chronologisch endend bei Franz II.

Nur der Ur-Kaiser, der Franke Karl der Große, der auf der Flucht vor den Sachsen, geleitet von einer Hirschkuh, mit seinen Mannen den Main über eine Furt querte und damit Frankfurt seinen Namen verschaffte, fällt aus der Ordnung: Der große Kaiser hat einen außerchronologischen Ehrenplatz an der Rückseite jenes Saals bekommen, in dem in späteren Zeiten viele seiner Nachfolger nach ihrer Wahl und der Krönung im Kaiserdom mit den anderen Großen des Reichs und den Stadtoberen festlich tafelten. Goethe hatte sich übrigens als Knabe während der Krönungsfeierlichkeiten für Joseph II. im Jahr 1764 zu einem solchen Essen in den Kaisersaal gestohlen.

Geschichten wie jene von Kaiser Karl und der Hirschkuh oder von Goethe als Spion im Kaisersaal haben sich die Stewardessen gewiss gut gemerkt. Schließlich waren sie von ihrem Arbeitgeber, dem Unternehmen Europa-Bus, nach Frankfurt geschickt worden, um sich mit den wichtigsten Sehenswürdigkeiten der Mainmetropole vertraut zu machen. Ihr Wissen sollten sie danach in populärer Form an jene Amerikaner weitergeben, die sich damals auf die „Rhine River Route“ begaben. Sie führte von Amsterdam über Frankfurt nach Luzern, wobei sich die Touristen aus der Neuen Welt in Bussen zu ihren Zielen kutschieren ließen.

Die Rhein-Tour ist noch heute ein Hit unter amerikanischen, neuerdings auch unter japanischen und chinesischen Touristen. Sie fliegen von New York, Tokio oder Schanghai in Richtung Europa und landen auf dem Frankfurter Flughafen, der sich in dem halben Jahrhundert seit dem Besuch der Europa-Bus-Stewardessen zu einer Drehscheibe des Weltluftverkehrs entwickelt hat. Von manchen



Frankfurtern wird er aber gar nicht mehr geliebt, weil ihnen der Lärm der startenden und landenden Flugzeuge die Ohren volldröhnt.

Die Reiseroute moderner Rhein-Touristen führt heute von Frankfurt nach Rüdesheim in die Drosselgasse. Danach bewundern sie die Kaiserporträts im Frankfurter Rathaus Römer, die übrigens erst im 19. Jahrhundert von Künstlern wie Philipp Veit oder Moritz Daniel Oppenheim gemalt wurden. Anschließend geht's weiter nach Heidelberg aufs Schloss und nach München ins Hofbräuhaus oder in eine andere berühmte Bierschwemme.

An Fliegen war zur Zeit der Kaiser nicht im Traum zu denken. Auch Busse standen nicht zur Verfügung, wenn die Herrscher in Wien oder Prag Richtung Frankfurt starteten, um sich dort die Kaiserkrone aufsetzen zu lassen. Insgesamt 16 römisch-deutsche Kaiser sind hier im Lauf der Geschichte nach den Regeln der Goldenen Bulle aus dem Jahr 1356, einer Art Grundgesetz des Alten Reichs, von den sieben Kurfürsten unter dem Vorsitz des Mainzer Erzbischofs gewählt worden.

Die Reise des künftigen Herrschers nach Frankfurt fand damals in der Kutsche statt. Die Wege waren allenfalls gepflastert. Der baldige Kaiser und sein Gefolge wurden ordentlich durchgeschüttelt. Normalerweise zog der herrscherliche Tross über die Alte Brücke nach Frankfurt ein, die einzige Steinbrücke über den Main in weitem Umkreis; die nächste fand sich erst 100 Kilometer stromaufwärts in Würzburg. Heute stehen allein auf dem Frankfurter Stadtgebiet 21 Brücken und Stege zur Verfügung. Aber einen Kaiser gibt es nicht mehr. *Hans Riebsamen*

Aus der F.A.Z. vom 25. Mai 1967: Der Kaisersaal im Römer, dem Frankfurter Rathaus, erhält Besuch von einer Gruppe niederländischer Stewardessen. Sie machen sich mit den Sehenswürdigkeiten der Stadt vertraut, um sie später Touristen näherbringen zu können.

Foto Lutz Kleinhans



Italian Masterpieces

GRANTORINO SOFA, DESIGNED BY J.M. MASSAUD.
SALONE DONNA ELENA, PALAZZO CORSINI, FIRENZE.



Aachen - Mathes Büchel 29-31

Berlin - Poltrona Frau Berlin im Stilwerk Kantstrasse 17

Gmund Am Tegernsee - StudioX Münchner Straße 140

Hamburg - Clic Inneneinrichtung Grosse Elbstrasse 68

Hamburg - Einrichtungshaus Bornhold Alsterufer 1

Hanau - Meiser Home of Living Ludwigstrasse 71

Kempen - Renkes Möbel - Peschweg 1

Mainz - Möbelhandel Jung Holzstrasse 32

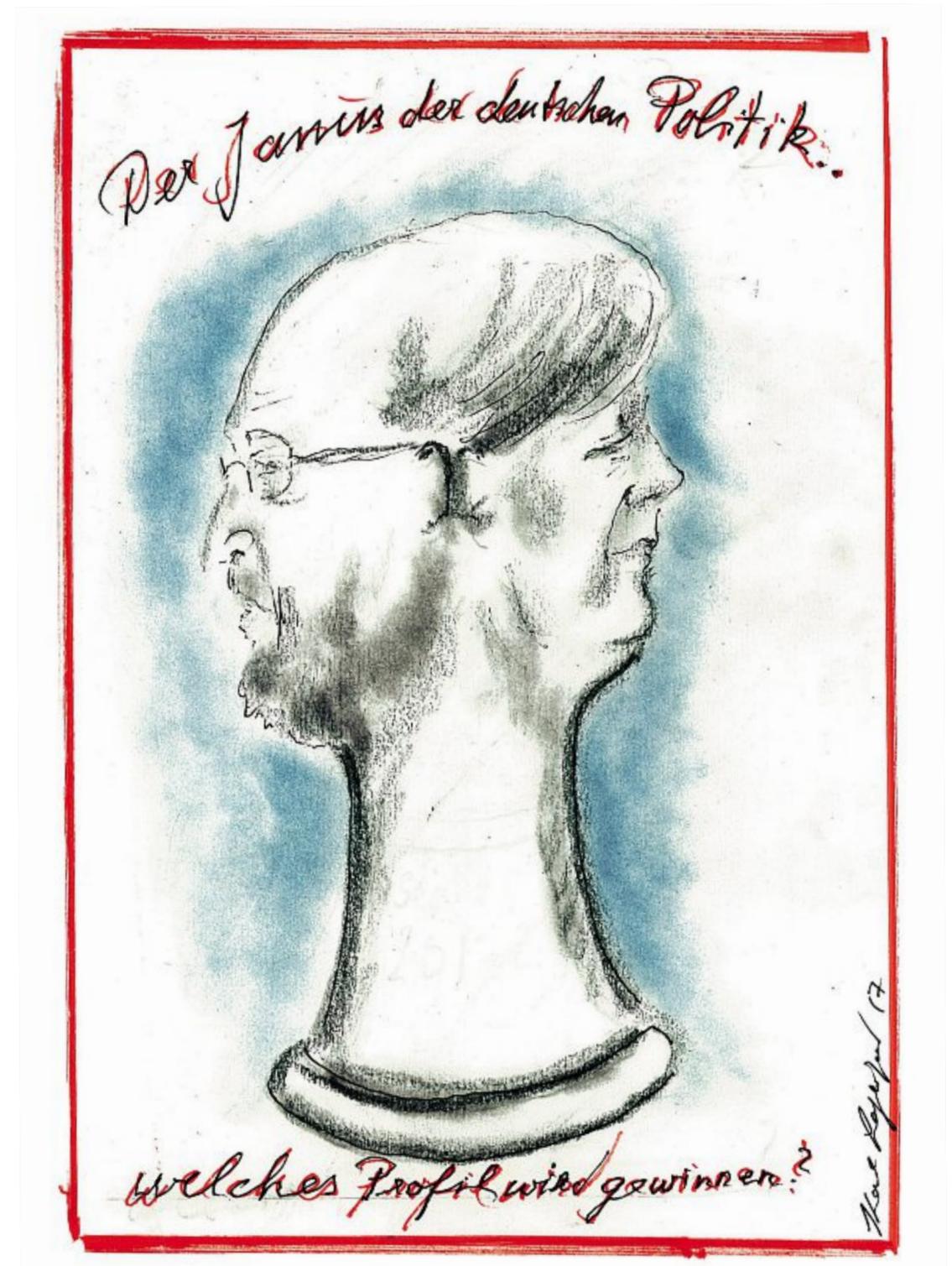
Moers - Drifte Wohnform Holderberger Strasse 88

München - Böhmler Einrichtungshaus Im Tal 11

Oyten - Kehlbeck Einrichtungshaus Industriestrasse 1

Stuttgart - Fleiner Möbel by Architare Stresemannstrasse 1

Wiesloch - Weckesser Wohnen In den Weinäckern 11

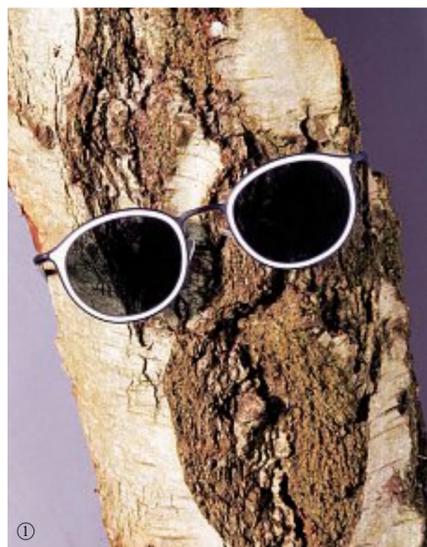


KARL LAGERFELD WÄHLT ANFANG UND ENDE

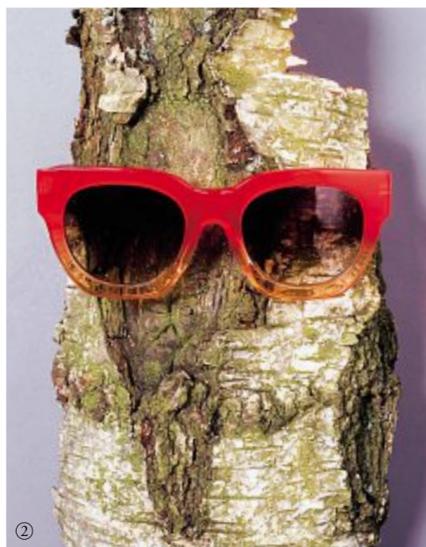
„Wie wird es im September werden?“ Nach den Präsidentschaftswahlen in Frankreich ist das die Frage, die Karl Lagerfeld am meisten umtreibt. (Mal abgesehen von der Chanel-Schau, die er am Tag nach Fertigstellung dieser Zeichnung auch noch über die Bühne brachte.) Anders als im „romantischen Mehrheitswahlrecht“ in Frankreich mit einer Stichwahl ist bei der Bundestagswahl am 24. September dank „personalisiertem Verhältniswahlrecht“ von vornherein klar, dass einer dieser beiden mit Hilfe von Koalitionspartnern Kanzler wird oder eben Kanzlerin bleibt. Daher wählt unser Zeichner für die kommende Wahl die Figur des Janus, des römischen Gottes

des Anfangs und des Endes. Man kann das als Kritik an den Kandidaten verstehen: Martin Schulz und Angela Merkel – denen es womöglich an Profil mangelt – sind nur zwei Seiten einer Medaille. Man kann aber auch eine grundsätzliche demokratietheoretische Skepsis darin erkennen: Das System stellt zwei Gesichter aus, die zwar in die entgegengesetzte Richtung blicken, aber aus einem Körper sind. Dass man trotz zweier Kandidaten womöglich gar nicht die Wahl hat – das wäre dann wiederum ein populistischer Topos, dem Lagerfeld natürlich erst recht nicht traut, denn die AfD und den Front National findet er gleichermaßen grauenhaft. (kai.)

PRÊT-À-PARLER



①



②



③



④

BRILLEN OHNE NAMEN

Der größte Fauxpas, den man dieser Tage mit einer Sonnenbrille begehen kann, hat weder etwas mit der Beschaffenheit des Gestells zu tun noch mit der Frage, ob die Gläser verspiegelt sein dürfen. Es geht dabei auch nicht um eine bestimmte Marke, mit der man sich auf gar keinen Fall sehen lassen kann. Der größte Fashion-Fehltritt beim Thema Sonnenbrillen ist jetzt das sichtbare Logo rechts und links auf dem Rahmen. Bis vor ein paar Jahren schien der fette Schriftzug noch geradezu eine Notwendigkeit zu sein, ein Detail, auf das man schon stolz sein konnte, denn man kommunizierte damit: „Seht her, ich verfüge über so viel Stilempfinden wie finanzielle Mittel, um mir eine Brille von Gucci zu leisten.“

Einer der schönen Gründe für die Abkehr vom Markendiktat auf dem Acetat-Rahmen ist der Trend zur Manufaktursonnenbrille. Immer mehr Labels machen es vor: Sie fertigen Brillen mit so gutem Design, dass alles andere unwichtig ist. Das Modell der dänischen Marke Lindberg (4) ist dafür ein gutes Beispiel. Ihr Rahmen ist ohnehin aus zu dünnem Metall, übrigens einer der echten großen Trends bei Sonnenbrillen in diesem Sommer.

Der nicht zu beschriftende schmale Metallrahmen – er könnte symptomatisch sein für die coolen namenlosen Brillen von heute. Oliver Peoples (5), obwohl Teil der Luxottica-Gruppe, die im Auftrag der großen Modehäuser Sonnenbrillen fertigt und mit deren Signatur versieht, hat als einer der ersten damit angefangen, ausgerechnet in den achtziger Jahren, als der Welt der große Boom der Logo-Sonnenbrillen noch bevorstand. Wer noch vor 15 Jahren mit einer Oliver Peoples-Sonnenbrille aus dem Haus ging, konnte sich darauf gefasst machen, etliche Blicke rechts und links auf die eigenen Wangenknochen zu lenken. Wo war nur das Label geblieben?

Besonders in Berlin hat man es früh verstanden, die neue Brillenkultur zu pflegen. Zu den erfolgreichsten Design-Betrieben der Hauptstadt gehören heute Mykita (6) und Lunettes (7). Beide haben es mit namenlosen Brillen geschafft. Yun (1) könnte bald aufhören, nicht zuletzt mit Modellen wie diesem monochromen Gestell. Ace & Tate (2) aus den Niederlanden und Viu aus der Schweiz (3) sind den neuen Institutionen der getönten Gläser auch auf den Fersen. Ihr Logo setzen diese beiden trotzdem auf den Rahmen, allerdings auf die Innenseite. Wer sich also fragt, woher das Gegenüber die tolle Brille hat und knapp über den Wangenknochen nichts findet, schaut der Zielperson am besten durch die Gläser schräg am Auge vorbei. Irgendwo wird sich da jemand auf der Brille ohne Namen nämlich doch noch verewigt haben. (jwi.)

Fotos Rainer Wohlfahrt



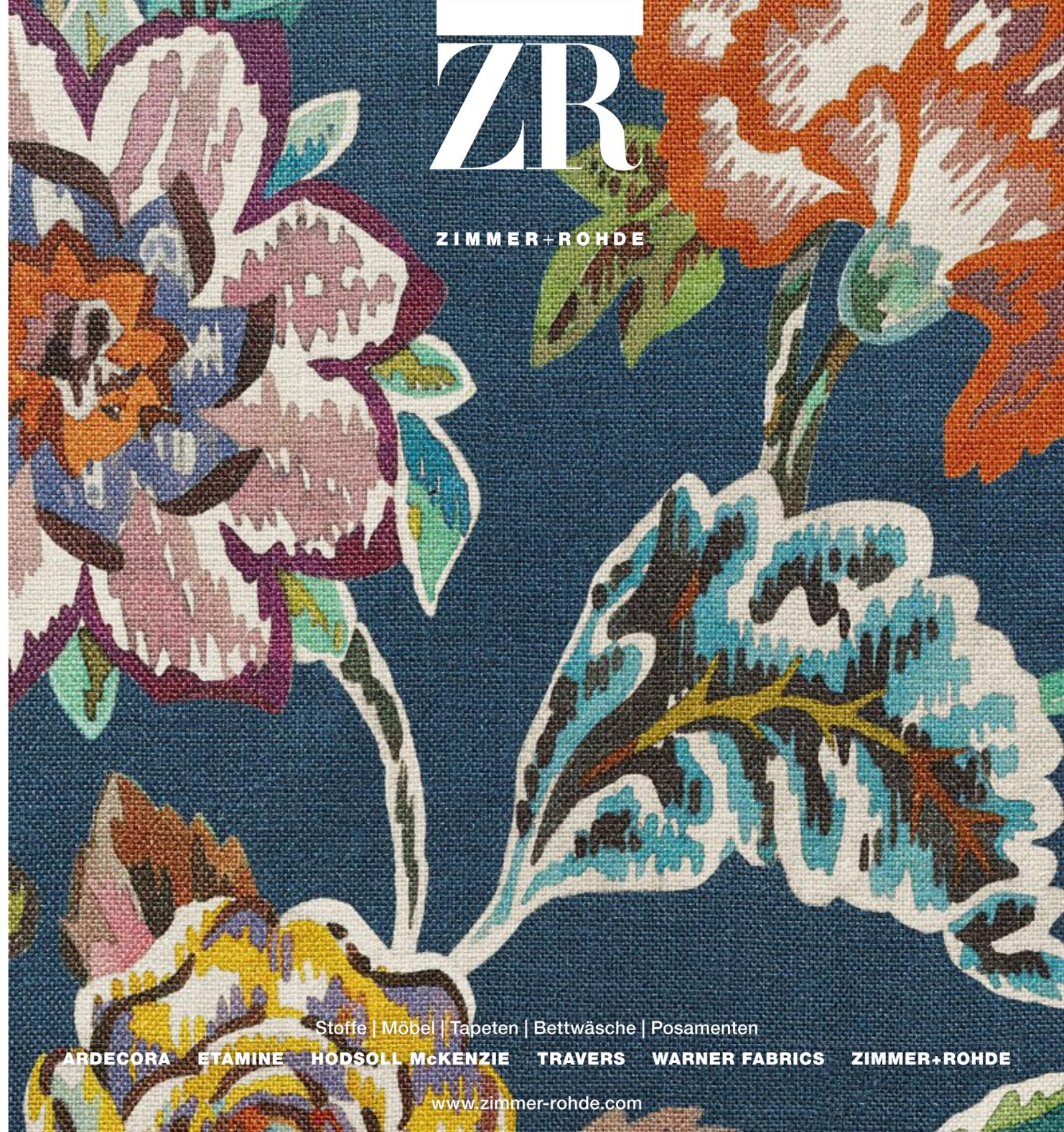
⑤



⑥



⑦



Stoffe | Möbel | Tapeten | Bettwäsche | Posamenten

ARDECORA ETAMINE HODSOLL MCKENZIE TRAVERS WARNER FABRICS ZIMMER+ROHDE

www.zimmer-rohde.com

Entdecken Sie unseren Dekorationsstoff »Fiori« und weitere Produkte bei:

01477 Annsdorf/Dresden Schwarzmeier | Raumaussstattung | www.schwarzmeier.com 04109 Leipzig HUBERT | Schenken/Wohnen/Leben | 0341 2132112 06114 Halle/Saale Ambiente Wiecha OHG | www.ambiente-home.de 10115 Berlin brillant Interiors Heiko Rahmstorf & Joachim Becka GbR | www.brillant-interiors.berlin 10623 Berlin Lars Leppin GmbH | Im Stilwerk Berlin | www.lars-leppin.de 10785 Berlin Möbel Hübner Einrichtungshaus GmbH | www.moebel-huebner.de 10789 Berlin Lars Leppin GmbH Im KaDeWe, 4.OG | www.lars-leppin.de 14165 Berlin-Zehlendorf Michael Geisler GmbH | Raumaussattung | www.geisler-raumausstatter.de 20354 Hamburg Einrichtungshaus Bornhold GmbH | www.bornhold-die-einrichter.de 21006 Hamburg Marks Einrichtungen GmbH & Co.KG | www.marks-einrichtungen.de 21335 Lüneburg Crull Exklusiv Einrichten OHG | www.crull.de 22299 Hamburg H. Bayram | Inneneinrichtungen | www.polsterlei-bayram.de 22547 Hamburg Imme Witt | Polsterlei | www.imme-witt.de 22765 Hamburg Helm & Helm Inneneinrichtung | www.helm-und-helm.de 23564 Lübeck Raumaussattung Pöppel e.K. | Inh. Alexander Hahlbeck | www.raumaussattung-poepel.de 23843 Bad Oldesloe Raumaussattung Ramon Stroh | www.r-stroh.de 24103 Kiel Rademann Inh. Christoph Kämmerer e.K. | www.rademann-kiel.de 24103 Kiel Das Fenster Einrichtungen GmbH | Elke und Nils Lenschau | www.dasfensterkiel.de 26122 Oldenburg Designers House GmbH | www.designers-house.de 27263 Verden/Aller Raumaussattung Christian Röschl | Im Hause der Wohnwerkstatt | www.wohnwerkstatt-verden.de 28203 Bremen Bauhof Wohnimpuls GmbH & Co.KG | Wohnimpuls GmbH & Co.KG | info@wohnimpuls.de 31515 Wunstorf Voss Inneneinrichtung GmbH | info@voss-inneneinrichtung.de 34497 Korbach/Rhena Schäfer Raumaussattung e.K. | www.schaefer-raumaussattung.de 35423 Lich Valder-Wohnen Polster- und Gardinenwerkstatt | Stefan Theiler | 06404 661473 35578 Wetzlar Valder-Wohnen Polster- und Gardinenwerkstatt | Stefan Theiler info@valder-wohnen.de 38100 Braunschweig Renter Einrichtungen GmbH | www.renter.de 38442 Wolfsburg Farben Center Fallersleben GmbH | www.farben-center.com 40212 Düsseldorf Raumakzente + Ausstattung GmbH | Im Stilwerk | info@raumakzente.de 40237 Düsseldorf Klockhaus Dekorationen OHG | Inh. Rolf + Pia Klockhaus | 0211 660331 42551 Velbert Trockel Raumaussattung e.K. | Inh. Hanno Haak | 02051 95960 44225 Dortmund Raumaussattung Parisi | www.polsterlei-parisi.de 45130 Essen Gardinen Schniedermeier GmbH | mail@schniedermeier-einrichtungen.de 45468 Mülheim an der Ruhr Pogge Home Decor | www.pogge.de 45657 Recklinghausen Castello Wohndesign | Raumaussattmermeister Martin Castello | info@castello-wohndesign.de 46342 Velen Hardeweg Raumaussattung | www.hardeweg-wohnraum.de 46397 Bocholt Hardeweg Raumaussattung | www.hardeweg-wohnraum.de 47138 Duisburg J.H. Dahmen & Söhne KG | www.hds-buero.de 49205 Hasbergen Hillebrand | Raum + Idee GmbH www.raumundidee-hillebrand.de | 50733 Köln Silko Schüller | Raumaussattung GmbH + Co.KG | info@silko-schueler.de 51427 Bergisch Gladbach Reitz Lebensräume | Wilhelm Reitz GmbH | 02204 22597 51469 Bergisch Gladbach Raumaussattungen Eicker 02202 58161 51674 Wiehl Lang GmbH | Raum und Idee | info@lang-raum-und-idee.de 52062 Aachen Mathes GmbH + Co.KG | www.mathes.de 52062 Aachen Sven Woytschaetzky GmbH | www.woy24.de 52062 Aachen Lieck & Müller GmbH & Co. KG | Inh. Günter Corsten | info@lieck-und-mueller.de 52076 Aachen Stoffwerkstatt | Uta Sommer | info@stoffwerkstatt.de 52351 Düren Holger Peters | Raumausstatter | 02421 888847 52355 Düren Kelzenberg | Einrichtungen GmbH & Co.KG | www.kelzenberg.com 53117 Bonn Daniels wohnen OHG | www.daniels-wohnen.de 53173 Bonn Cubio GbR | Stoffe + Wohnen | 0228 1809525 53474 Ahrweiler Georg Geschier + Söhne GmbH & Co. KG | 02641 34386 53639 Königswinter-Heisterbacherrot Roland Müller | Meisterhafte Raumideen | roland@raumausstatter-mueller.de 54294 Trier Fesser Einrichtungen GmbH | 0651 828820 55218 Ingelheim Vogt & Schoor GmbH | Raumaussattung | 06132 2231 56068 Koblenz KREPELE EINTRICHTEN | 0261 2072910 56179 Vallendar Zell - Raumdesign | info@marita-zell.de 59909 Bestwig SCHREWE. Einrichten GmbH & Co. KG | 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 Inneneinrichtung + Einrichtung | 069 7895433 61348 Bad Homburg Wehner | Decoration | 06172 24992 61440 Oberursel RUPPEL | raumgestaltung GmbH | 06171 4946 63280 Dreieich Ise Kofler Einrichtungen | 0171 2640150 63477 Maintal-Dörnigheim Wehner | Decoration 06181 491580 63486 Bruchköbel Barbara Bittner | Kreative Raumaussattung | 06181 9063348 63500 Seligenstadt Gardinen Seiber | 06182 921010 65183 Wiesbaden PRAGER INTERIORS | David Prager | info@prager-interiors.de 65185 Wiesbaden NB-Wohnen GmbH | Einrichtungshaus | www.nb-wohnen.de 65388 Schlangenbad Neumühle | Zauberhaft Wohnen | 06129 2476 65719 Hofheim Achim Holler | Raumaussattmermeister | info@holler-raumaussattung.de 66424 Homburg Das Wohnstudio | gardinen-deko@online.de 67346 Speyer Möbel- und Einrichtungshaus Günter D. | info@guenter-d.de 67657 Kaiserslautern Martin Habach | Raumaussattung | info@habach.biz 68161 Mannheim hopfer Raumaussattung | Inh. Jens Hopfer | info@hopfer.de 68165 Mannheim Jowa Wohndekor 0621 408508 68199 Mannheim Böllinger + Stüber GmbH | www.boellinger-stueber.de 68161 Mannheim DÖRR planen + einrichten | info@doerr-lu.de 73525 Schwäbisch Gmünd Raumwerk | Erolf Edeibaue | 01711 405202 76133 Karlsruhe Raumaussattung Blum OHG | blum-raum@web.de 77815 Bühl Josef Oberföll GmbH | Raumaussattung | info@oberfoell.de 79539 Lörrach Lohmüller licht + wohnen OHG | info@lohmueeller-lichtundwohnen.de 80335 München KARSTADT Warenhaus GmbH | 089 5512136 84405 Dorfen Thalmeyer-Einrichtungen GmbH | 08081 93670 85435 Erding Thalmeyer-Einrichtungen GmbH | 08122 959843-0 86651 Aichach Raumaussattung | Simone Brandmeier | 08251 5960 86899 Landsberg/Lech 1A Klasse | Witzel & Berchtold GmbH | www.1a-klasse.de 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 | www.renner-raumundidee.de 15222 Ansbach Walther Farbe + Raum | www.walther-home-trendberater.com 97723 Oberthulba KONTRASTE | Katja Kessler Wohnart mit Akzent | info@kontraste-kesler.de 99084 Erfurt KS Möbelvertriebs GmbH | K2 Wohnkonzepte | info@k2-erfurt.de 1010 W/Wien PHONIX-home | EXCLUSIVE INTERIEUR DESIGN www.phoenix-home.eu 1090 W/Wien Staltner & Füllinger | B. Hirsch-Stronstorf | www.staltner.at 2514 NÖ/Traisirkochen Gaster GmbH | Boden Textil Sonnenschutz | 02252 524413 3034 NÖ/Maria Anzobach Christina Öllinger | stoffkultur e.U. | 0664 8369148 4060 O/Leonding Pernkopf Ges.m.b.H. | Stadlerhof | 0732 773118 4320 O/Perg Avart Art | Raumdesign | 07262 52445 4522 O/Siering singer wohnen und mehr | wohnen@singer-gmbh.at | 0682 824975 6068 T/Mils bei Innsbruck Home Interior M.H. GmbH | office@home-interior.at 6233 T/Kramsach Alois Haaser | Raumaussattung | www.haaser.at 6830 V/Rankweil Der Raumausstatter GmbH | M. Scherrer | www.m-scherrer.at 8280 S/Fürstenfeld wohnanders heinrich kaufmann | www.wohnders.at

FLEXFORM
FLEXFORM | MADE IN ITALY

Home at last.



AGENT FOR GERMANY
Agentur Patrick Weber
Tel. 07044-922910
Fax 07044-922922
info@italdesign.de

ZENO LIGHT
SOFA
design by
Antonio Citterio

FLEXFORM
www.flexform.it

Leks **SHAGGY**
MOND
J *Kaiserschmarrn*
Bandito
FERRARI
Ürmel
G *Flauschi* **TJ**

MADE IN ITALY

Der Freitag kommender Woche wird für die Schuhmacherfamilie Ferragamo aus Florenz nicht irgendein Freitag sein. An diesem Tag vor 90 Jahren kam ihr Vorfahre Salvatore Ferragamo aus den Vereinigten Staaten zurück. Das war eine antizyklische Reise, denn die meisten zogen damals von der Alten in die Neue Welt. Er hatte einen guten Grund: Schon damals war sich Ferragamo sicher, ein Lederwarenhaus sei besser in Europa als in den Vereinigten Staaten aufgestellt. Dabei ist es bis heute geblieben. Zwar haben sich auch Lederwarenhäuser wie Coach von den Vereinigten Staaten aus einen Namen gemacht – aber die besten Lederwaren kommen noch immer aus Europa. Dabei war Ferragamos Zeit in Kalifornien weder glück- noch glanzlos gewesen. 1914, im Alter von nur 16 Jahren, war er aufgebrochen. Über einen Job in einer Schuhfabrik in Boston landete er in Kalifornien und eröffnete schließlich am Hollywood Boulevard in Los Angeles einen eigenen Laden. Der Name: Hollywood Boot Shop. Mit keinem geringeren Ziel trat er an. Greta Garbo, Gloria Swanson und Marlene Dietrich ließen nicht lange auf sich warten. Ferragamo blieb der Schuhmacher der Stars, als er nach Italien zurückgekehrt war. Die Ausstellung im Stammhaus in Florenz zeigt es in vielen Modellen. (jui.)

„1927 The Return to Italy“, Museo Salvatore Ferragamo, Palazzo Spini Feroni, Florenz, 18. Mai 2017 bis 2. Mai 2018



Nein, das hier sind keine neuen Produktnamen. Es sind Wörter, die sich Eltern als Vornamen für ihr Kind ausgedacht haben, die aber nicht zugelassen wurden. Was immer junge Eltern zu solchen Phantasiegebilden animiert – gut, dass es die Namenberatungsstelle der Universität Leipzig und die Gesellschaft für deutsche Sprache in Wiesbaden gibt. Wenn ein Standesbeamter in Deutschland einen Vornamen ablehnt, können die Eltern einen anderen Namen wählen oder sich an die Namenforscher wenden. Dort wird der Name geprüft und ein Gutachten erstellt, an

das sich der Standesbeamte halten kann oder auch nicht. Kommen die Eltern mit ihrer Idee nicht durch, können sie noch vor Gericht ziehen; die Erfolgsaussichten sind dann abhängig von der Großzügigkeit des Richters. Denn Namen sind natürlich immer Interpretationssache. Trotzdem wird man angesichts der von den Namenberatern abgelehnten Beispiele aus dem vergangenen Jahr den Eindruck nicht los, dass es manche Eltern zu weit treiben. Klar, wir sind eine freie Gesellschaft. Aber wie frei ist ein Kind, das als Flauschi Müller durchs Leben geht? (wolf.)

PRÊT-À-PARLER

IT'S NOT ANY BAG, IT'S ANY DI

Wer kennt das nicht: weite Wege an Flughäfen und in Großstädten, und die Umhängetasche zieht einen förmlich zu Boden. Da sehnt man sich nach einem Rucksack, wenn er denn nur nicht so informell aussähe. Die Lösung ist eine hochwertige Tasche, die formstabil ist und doch nicht steif – und deshalb abends, tagsüber und auf Reisen gut einzusetzen. Any Di bietet Rinds- und Kalbsledertaschen in Braun und Schwarz bis zu sommerlichem Korall und Hellgrau.

Als die Tenniskarriere der 17 Jahre alten Anne Dickhardt durch eine Schulterverletzung jäh beendet wurde, besann sie sich ihres zweiten Traums: Sie wollte schon immer Modedesignerin werden. Und sie hatte früh eine Marktlücke entdeckt. Als viel reisender Tennisstar hatte sie vergeblich nach einer eleganten Tasche mit Stauraum gesucht, die sich im Nu in einen bequemen Rucksack verwandeln lässt. Nun hat sie diese Tasche entwickelt. Sie hängt nicht auf dem Rücken wie ein verunglückter Ledersack, sondern hat Platz für DIN-A4-Papiere, Laptop oder iPad, ist trotzdem verschließbar und lässt sich gut tragen.

Anne Dickhardt arbeitete für Escada und Hugo Boss. Dann gestaltete sie für einen Münchner Designer eine Brillenkollektion. Mit ihrer eigenen Kollektion begann sie erst, als sie das Gefühl hatte, nicht nur theoretisches Wissen über Modedesign zu haben, sondern auch die Mechanismen der Branche zu kennen. Damals nahm sie



Verwandlungstasche: Die Trageriemen für den Rucksack sind schnell wieder gelöst und werden dann zum Tragegurt für die Schulter.

ihren Mut zusammen, beschränkte ihre Halbtagsstelle auf drei Arbeitstage und nutzte die übrigen beiden Tage, um auf Messen die richtigen Metallelemente und Lederqualitäten zu finden. Erst im Oktober 2014 gelang es ihr, genau die Tasche fertigen zu lassen, die so aussah und so funktional war, wie sie es sich gewünscht hatte.

Gefertigt wird sie bis heute in einer Manufaktur in Hongkong. Als Rucksack lässt sich die Tasche sicher verschließen, weil die Gurte gekreuzt über die Taschenöffnung gezogen werden. Mit ihren ersten Taschen ging Dickhardt in ihre Traum-Boutique in München-Schwabing. Die zuständige Einkäuferin war begeistert, gab eine große Bestellung für ihren Laden auf und orderte sich gleich ein eigenes Exemplar. Erst als sie sicher war, dass die Tasche ein Erfolgsmodell wird, kündigte Anne Dickhardt im März 2015. Das Riemensystem hat sie ebenso patentieren lassen wie das Brillenetui, das es für jede Tasche in unterschiedlichen Tönen gibt, auch in Gold und Camouflage.

Die Trageriemen für den Rucksack, die sich am Boden der Tasche einhaken lassen, sind schnell wieder gelöst und dienen mit einem Verbindungsstück als Tragegurt für die Schulter. Seit dem vergangenen Jahr sind die Any-Di-Taschen bei 140 Händlern in 20 Ländern zu haben. Billig sind sie nicht. Die Verwandlungstasche kostet 849 Euro, das Microsoft-Modell 899 Euro. Doch weitere Taschen erübrigen sich dann erst einmal. Heike Schmall

FOTOS: HERSTELLER

Zohre Esmaeli, die 1985 in Kabul geboren wurde, floh 1999 mit ihrer Familie aus Afghanistan nach Deutschland. Jetzt ist sie Model, lebt in Berlin und hat gelernt, es mit starken Gegnern aufzunehmen. Neuerdings ist sie auch das Gesicht für „Deutschland – Land der Ideen“, die gemeinsame Standortinitiative der Bundesregierung und der deutschen Industrie. Sie folgt auf Claudia Schiffer, die – ebenfalls in eine Deutschlandfahne gehüllt – die Botschafterin der Kampagne 2006 war.

Foto Jens Gyarmaty



IHR PATHOS HAT NICHTS MIT FALSCHER NATIONALSTOLZ ZU TUN

Eine schöne Frau und eine Fahne: Schwarz wie Ebenholz. Rot wie Blut. Schimmerndes Gold. Dabei ist die Frau alles andere als ein Schneewittchentyp. Ihre Haut hat die Farbe von Karamellpudding, und von dieser Haut kriegt man durchaus etwas zu sehen: Die rechte Schulter, die Knie, ihre Füße sind nackt.

Wie also lauten die Kommentare in den sozialen Medien, was meckern Feministinnen, worüber beschwerten sich SPD-Politikerinnen? Sexismus!

Zohre Esmaeli lacht. Die Einunddreißigjährige lacht viel an diesem Frühlingsvormittag, an dem sie sich in einem Berliner Café die Mango-Marmelade aufs Frühstücksbrötchen streicht. Sie lacht sogar, wenn es um ernste Themen geht, weil sie ein positiver Mensch ist und weil sie sich von den schweren Seiten des Lebens nicht unterkriegen lassen will. Jetzt jedoch ist sie nur amüsiert.

Zohre Esmaeli arbeitet seit mehr als zehn Jahren als Model. Es gibt Fotos, auf denen sie sich in Spitzenwäsche räkelte. Den Vorwurf, sie würde ihren Körper verkaufen, kennt sie gut. Aber normalerweise, sagt Esmaeli, komme dieser Vorwurf von Landsleuten. Denn die Frau mit der schwarz-rot-goldenen Flagge, die als Gesicht der Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“ die Nachfolge von Claudia Schiffer angetreten hat, hat erst seit wenigen Jahren einen deutschen Pass. Zohre Esmaeli stammt aus Afghanistan. Auf den Laufstegen der Welt, bei Shootings in Paris, London und New York ist sie stets das einzige afghanische Mädchen. Früher, als Kind in Kabul, musste sie eine Burka überziehen, wenn sie auf die Straße wollte. Noch heute, 18 Jahre nach der Flucht ihrer Familie nach Deutschland, sagt sie über den konservativen Vater, über die Brüder, über die Kopftuch tragende Stiefmutter: „Die akzeptieren meinen Job. Aber ich erwarte nicht, dass sie auf mich stolz sind.“

Und nun Kritik von Deutschen wegen zu viel blanker Haut? Zohre Esmaeli schüttelt belustigt den Kopf. „Was soll daran sexistisch sein?“, fragt sie. „Es repräsentiert die schöne Seite von Deutschland.“

Nun kann man durchaus der Meinung sein, dass Frauen nicht als Sexualobjekt inszeniert werden sollten, dass diese Verkaufsmasche allzu abgedroschen ist. Das Motiv Frau mit Fahne spricht insofern nicht unbedingt für eine Kampagne, die den Wirtschaftsstandort Deutschland mit Innovation und Kreativität in Verbindung bringen will. Um so origineller allerdings, wofür Zohre Esmaeli als Deutschland-Botschafterin steht: Sie ist eine Frau, die wie eine Muttersprachlerin lossprudelt, ohne dass die Grammatik hundertprozentig sitzt, und die jeden Morgen dankbar ist, wenn sie in ihrer Berliner Wohnung aufwacht.

Weil sie ihre Klamotten in eine Maschine stopfen kann und nicht – wie einst in Kabul – mit der Hand waschen muss. Weil jeder Mensch hier zum Arzt gehen kann, ohne sich – wie in Amerika – Gedanken über Geld zu machen. „Hey“, fragt Esmaeli, „in welchem Land gibt es sowas? Für mich ist Deutschland das Paradies.“ Dem Flüchtlingsmädchen von einst ist bewusst, was ihm die Gesellschaft, die es aufgenommen hat, ermöglicht hat; dass sie als Frau eine Entwicklung einschlagen konnte, die im Untertitel ihrer Biographie als Weg zu ihr selbst bezeichnet wird: „Ich repräsentiere das Land, das mir mein Leben, meine Freiheit, meine Menschlichkeit gegeben hat.“ Aus deutscher Sicht ist so viel Pathos, das nichts mit dem Nationalstolz der Ewiggestrigen zu tun hat, noch immer verblüffend.

Nicht, dass Zohre Esmaeli es leicht gehabt hätte, 1999, als Jugendliche in der siebten Klasse einer nordhessischen Kleinstadt. „Kein Kind hat mit mir und meinem Bruder geredet“, sagt sie. „Die Gesellschaft war nicht so offen wie heute.“ Freunde zu finden blieb schwer. Aber als ihr Vater angesichts der eigenen Verunsicherung und Untätigkeit in der Fremde immer strenger wurde, als die Tochter darunter litt, nicht wie andere Kinder radfahren, schwimmen oder ins Kino zu dürfen, als eine mögliche Heirat im Raum stand, lief sie davon. „Meine zweite Flucht.“ Erst fand sie Schutz in Einrichtungen der Jugendhilfe. Dann versteckte sie sich in Stuttgart bei ihrem damaligen Freund, einem Studenten, den sie im Internet kennengelernt hatte.

Ihre Unterstützer aus dieser Zeit nennt sie „meine Engel“: engagierte Lehrerinnen; die Eltern des Freundes, die sie wie eine Tochter aufnahmen; die deutschen Behörden, die ihrer Familie drohten für den Fall, dass ihr etwas zustieße. Trotzdem habe sie ein Jahr lang, bis zur Versöhnung mit ihrem Vater, jede Nacht geweint. Aus Angst vor ihren Brüdern und Sehnsucht nach der Familie zugleich: „Ich war verzweifelt. Es war härter als die erste Flucht.“

Zum Glück ist Esmaeli nicht nur eine Rebellin, sondern auch eine erstaunliche Optimistin. „Ich ticke anders“, sagt sie. Schon als kleines Mädchen in Kabul, als sie sich ärgerte, dass sie nicht mit Jungs spielen durfte und ihrem Vater einen Hauslehrer abrang, um lesen und schreiben zu lernen, träumte sie davon, mit dem Flugzeug um die Welt zu reisen. Während ihrer monatelangen Flucht nach Deutschland,

als der Schlepper, dem sich ihre Familie anvertraut hatte, von der russischen Mafia ermordet wurde, als sie in der Ukraine in ein Gefängnis gesperrt wurden, vor dem es sie bis heute ekelt, malte sie sich aus, wie viel Schokolade sie in Deutschland essen würde. In Kassel, bei H&M, hatte eine ehemalige Schönheitskönigin ihr die Karte eines Fotografen zugesteckt: Mit ihrem Aussehen könne sie Geld verdienen. Nun, von Stuttgart aus, bahnte sich Esmaeli einen Weg in die Modebranche.

„Ich wusste nicht, dass ich hübsch bin“, sagt Esmaeli. Ihre Schwestern galten als Beautys. Sie hingegen: Nase zu klein, Lippen zu voll, Haut nicht hell genug. Trotzdem überwand sie ihre Angst, etwas Gottloses zu tun, und übte Posieren vor dem Spiegel. Die ersten Fotos, die ersten Castings, der Sprung nach Paris. Irgendwann schafften es ihre Bilder in die „Vogue“. Heute ist sie als Model etabliert. Ob auf einer Yacht in Cannes oder in der Partyszene New Yorks – immer scheint auch ihre Persönlichkeit Teil ihrer Anziehungskraft gewesen zu sein.

Inzwischen bastelt Zohre Esmaeli an ihrem Plan B. „Mir hat das vom Kopf her nicht gereicht“, sagt sie über das Modeln. Auf ihrem Smartphone zeigt sie erste Bilder einer künftigen Modelinie Zoraia: Auf elegante Roben und businesstaugliche Kleider aus italienischen Stoffen werden traditionelle Stickereien appliziert, die sie in einer Nähstube in Afghanistan fertigen lässt.

Und ihr Herzensprojekt Culture Coaches ist der Versuch, die Lektionen ihres Lebens für die Flüchtlingsarbeit nutzbar zu machen. „Unsere Flucht war anders“, sagt Esmaeli. „Aber ich weiß, was mir damals gefehlt hat und was der Gesellschaft gefehlt hat.“ Sie will bilinguale Mentoren ausbilden, die bei Flüchtlingen Verständnis für deutsche Gepflogenheiten wecken und Führungskräfte in Unternehmen für den kulturellen Hintergrund ihrer neuen Angestellten sensibilisieren sollen. Wechselseitiges Vertrauen! Menschen, die sich dem Neuen besser öffnen können, weil sie sich ernst genommen fühlen! Wenn sie sich so in Fahrt redet, sieht Esmaeli mitreißend schön aus.

Dann wendet sie sich wieder ihrem Marmeladenbrötchen zu. „Ich lasse selten Essen im Restaurant liegen.“ Selbst beim Business-Lunch nimmt sie die Reste mit, so entbehrungsreich war ihre Flucht. *Julia Schaaf*

PRÊT-À-PARLER

FOTO: LAND DER IDEEN

DIOR.COM - 069 29 99 34 67

Dior



„Le porte vêtement“: Jacke aus der Kollektion für Frühjahr/Sommer 2000 von Margiela für Hermès, rechts zusammengerollt wie eine Picknickdecke.

MARGIELA LÄSST ALLES WEG, SOGAR SICH SELBST

Natürlich war Martin Margiela nicht bei der Eröffnung seiner eigenen Ausstellung im „ModeMuseum“ Antwerpen dabei. Wichtiger fand er es, bis zuletzt mit unermüdlicher Präzision an den Texten zur Ausstellung zu arbeiten. Sprache ist ihm wichtig, er achtet auf Worte, spielt damit und erfindet sie immer wieder neu. So entstanden Begriffe wie „Trikini“ (ein dreiteiliger Bikini) oder „Anti-pluie“ (ein hauchdünner Regenmantel, vom Kimono inspiriert). Jedenfalls hat Margiela das Museum vor der großen Eröffnung erst morgens um vier Uhr verlassen.

Die Ausstellung ist in Weiß und Orange unterteilt. Weiß steht für Maison Martin Margiela (MMM), Orange für Hermès. So kann man die einzelnen Kleidungsstücke gegen- und nebeneinander stellen. Auch deshalb ist Martin Margiela, der große Unbekannte der Mode, hier so gut zu erkennen wie in bislang keiner Ausstellung.

Margiela und Hermès: Man kann diese beiden Namen nicht ohne den inneren Widerspruch von Avantgarde versus klassischer Luxusmode denken. Und doch wird schnell klar, dass es sich tatsächlich, wie Kaat Debo sagt, die Direktorin des „MoMu“, „um die DNA ein und desselben Designers handelt, übersetzt in zwei verschiedene Welten“. Die Jahre von 1997 bis 2003, in denen der belgische Modemacher außer für seine eigene Marke auch für das Pariser Luxushaus arbeitete, waren ein intensiver Dialog zwischen diesen beiden Welten, die so gegensätzlich scheinen.

Martin Margiela widersetzte sich mit seiner Marke dem Modesystem, machte dennoch Mode und wurde mit dieser paradoxen Strategie zu einem der einflussreichsten Designer. Er trotzte der Obsession mit der ewigen Jugend,

dem idealen Körper und der ständigen Erneuerung. Bei Hermès konnte er nicht mit Vintage-Verfremdung oder Dekonstruktion arbeiten. „Aber er entwarf“, sagt Debo, „eine sich langsam entwickelnde Garderobe für Frauen.“

Blieb also die Revolution bei Hermès einfach aus?

Als Margiela 1997 an der Rue du Faubourg Saint-Honoré begann, erwartete man, er würde die Birkin Bag zerschneiden oder das Carré, das Hermès-Tuch, in Fetzen reißen. „Das wollte er aber nicht“, sagt Kaat Debo. „Er wollte nicht in einer historischen Interpretation des Erbes steckenbleiben, sondern sich auf die Essenz zurückbesinnen, die in Handwerk und Verarbeitung liegt.“

Was also lernte Margiela von Hermès und umgekehrt? Margiela standen plötzlich schier unerschöpfliche Ressourcen und bestes handwerkliches Können zur Verfügung. Hermès wiederum erfuhr unzählige technische und materielle Innovationen. Er hat mit Leder und Kaschmir experimentiert und übertrug alte Hermès-Techniken wie handgerollte Säume und Rundstrickerei auf Pullover und Mäntel. Prints und Farben interessierten ihn nicht. Stattdessen führte er den Begriff „tonalité“ ein, Tonart. Seine Farbpalette: von gebrochenem Weiß über Grau und Braun bis Schwarz. Noch eine Erfindung: Kleidungsstücke „porté par deux“ oder „par trois“, die man auf unterschiedliche

Arten tragen konnte. Den Frauen sollte die Freude an der Garderobe lange erhalten bleiben, und sie sollten keinen fremdbestimmten Trends hinterherlaufen müssen. Die „Vareuse“, der unerhört tiefe V-Ausschnitt, war inspiriert von Matrosenhemden. Den Frauen schenkte er so viel originelle Unabhängigkeit, dass er ein aufspringendes Hochzeitskleid entwarf, unter der die Frau selbst die Hose des Cut trägt. Da ist der Ehemann überflüssig.

Man könnte unendlich viele Details aufzählen, lauter kleine und große Entdeckungen. Das Hermès-Logo, das „H“, fand sich an diskreter Stelle: an Knöpfen mit sechs Löchern, die so angenäht wurden, dass das Garn ein „H“ darstellte. Weil er sah, dass Frauen ihre Mäntel oft nicht mit Knöpfen schließen, sondern selbst zuhalten, verzichtete er bei vielen Mänteln und Jacken auf Knöpfe. Er war ein „Revolutionär im Weglassen“, wie Debo sagt, ein Designer, der zusammendenkt, was nicht zusammenpasst.

Am diskretesten ist Martin Margiela selbst: Seit 1988 ist er nicht mehr öffentlich aufgetreten, unsichtbar hinter seiner Arbeit wie Thomas Pynchon, Patrick Süskind oder Banksy. Beim Dinner zu seinen Ehren fehlt er. Dabei sind sie alle da: Hermès-Kreativdirektor Pierre-Alexis Dumas, Modemacher wie Ann Demeulemeester und Dries van Noten, Weggefährten wie Bob Verhelst, Geert Bruloot oder Patrick Scallon. Das Geheimnis schützt Martin Margiela, aber es schließt ihn auch vom eigenen Leben aus.

Die Vergänglichkeit von Mode kommentiert er nicht ganz so diskret. Die Farbe Weiß bei MMM wird auf Dauer nicht weiß bleiben. Seine Models sind keine blutjungen dünnen Mädchen, sondern reife Frauen, oft Freundinnen oder Bekannte. Die Models hatten Mitspracherecht, wurden also nicht zu Objekten, sondern blieben Subjekt. Nur seine Mode widerspricht der Vergänglichkeit, sie wirkt in Zeiten von Vetements sogar aktueller denn je.

Die ausgestellten Kleidungsstücke kommen aus den MMM-Archiven, zum Teil aus der Sammlung des Antwerpener Museums sowie aus Privatbesitz. Die von Hermès gefertigten Stücke sind beinahe vollständig den Hermès-Archiven entliehen. Nichts von dem, was man hier sieht, ist zu kaufen, auch nicht mit viel Geld. Diese Teile gibt es nicht mehr, sie sind einfach weg und sogar für ein Museum nur schwierig zu finden. Für die sozialen Medien wie Twitter und Instagram übrigens, ohne die heute die Mode nicht mehr zu existieren scheint, eignen sich die Kleidungsstücke nicht – die vielen Details funktionieren nicht auf kleinen Bildschirmen. *Birte Carolin Sebastian*

Martin Margiela – die Hermès-Jahre. Modemuseum Antwerpen, 31. März bis 27. August 2017

PRÊT-À-PARLER

EINE HAARMASKE FÜR ALLE, DIE GERNE AUFWAND MEIDEN

Der Satz der Friseurin hallt immer noch in meinen Ohren nach: „Ihre Haare sind kaputt.“ Ausgerechnet meine Haare machen schlapp? Über Jahrzehnte waren sie mein treuer Begleiter, selbst zu Zeiten schlimmsten Liebeskummer noch in glänzender Verfassung, wenn meine Haut die Spuren nächtlicher Schoko-Attacken nicht mehr verbergen konnte.

Shampoo und Spülung reichen als Haarpflege offenbar nicht länger aus. Ich mache mich also auf die Suche nach Haarkuren. „Plumping Wash“, „Bain Force Architecture“, „Illuminating Cream“ – da fällt die Entscheidung natürlich schwer.

„Thermal Treatment Wrap“ von Ikoo, das klingt doch gleich schon anders. Das Münchner Unternehmen, das eigentlich Haarbürsten herstellt, hat eine Maske entwickelt, die man sich wie einen Turban überstülpen kann (fünf Masken: 29,95 Euro). Gewissermaßen das Pendant zu den angesagten Tuchmasken aus Vlies fürs Gesicht, eine der besten neuen Erfindungen in Sachen Kosmetik.



Der Turban, der aus zwei beschichteten Folien besteht, enthält Inhaltsstoffe wie Lavendelöl, Basilikum-Essenzen und Zedernholz-Extrakte. Laut Hersteller sollen Lavendelöl und Basilikum die Haare stärken sowie Spliss und Schuppen reduzieren. Der Anteil an Basilikumöl soll die Kopfhaut stimulieren und das Haarwachstum fördern.

Nachdem ich meine Haare gewaschen habe – eine Spülung ist vorab nicht notwendig – lasse ich sie leicht antrocknen. Dann ziehe ich mir den „Thermal Treatment Wrap“ auf, der mit einem Klebeband fixiert werden muss. Nach ein paar Minuten staut sich unterhalb des Turbans leichte Wärme, wegen der Thermofolien. So können sich die Wirkstoffe am besten entfalten.

Nach rund 20 Minuten spüle ich die Haare aus und lasse sie trocknen. Erste Erkenntnis: Sie riechen jetzt nach Frühling. Zweite: Sie sehen seidiger und glänzender aus. Dritte: Diese Maske passt für alle, die gerne Aufwand meiden – und den Satz mit den kaputten Haaren einfach nicht mehr hören mögen. *Sabine Spieler*

FOTOS: MONICA HO, MARINA FAUST, HERSTELLER



ONLY NETJETS

Erwerben Sie einen Eigentumsanteil an einem NetJets Flugzeug und erhalten Sie Zugang zu über 700 Privatjets weltweit. Nur NetJets bietet Ihnen die Größe, Sicherheit und Leistungsfähigkeit einer kommerziellen Fluggesellschaft, kombiniert mit der Flexibilität und Schnelligkeit eines Privatflugunternehmens.

netjetseurope.com +49 89 2323 7549

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



Im Laub der Zeit: Im Landschaftspark Duisburg-Nord hat die Natur übernommen.



Knall auf Fall: Jubiläums-Feuerwerk über dem gewaltigen Kran, der heute Krokodil genannt wird.

IMMERHIN IN DUISBURG IST ROT-GRÜN ZUSAMMENGEWACHSEN

Der Park Güell in Barcelona, die High Line in New York, der Parc des Buttes-Chaumont in Paris, Hampstead Heath in London: Es sind große Namen, die der „Guardian“ 2015 auf seiner Liste der besten Stadtparks der Welt führte. Mittendrin zwischen all den Prunk-Parks tauchte auch eine Stadt aus Deutschland auf. Es war – ausnahmsweise – nicht Berlin, es war auch nicht München, und es war nicht Hamburg. Es war Duisburg. Mit dem Landschaftspark Duisburg-Nord.

Lange bevor sich Tausende Besucher über die viel besungene New Yorker High Line drängten, wurde im Revier schon auf beispielhafte Weise eine heruntergekommene Industriebrache in ein buntes Kulturbiotop verwandelt. Der Landschaftspark Duisburg-Nord, zwischen Meiderich und Hamborn gelegen, gilt seither als vorbildliche Umgestaltung einer unansehnlichen, chaotischen, von Bahntrassen und Gleisen zerschnittenen Ansammlung von Industrieeinheiten, die vom Alteigentümer Thyssen aufgegeben und zum Abriss freigegeben worden war. Heute kommen jährlich mehr als eine Million Besucher nach Duisburg, um sich anzuschauen, was aus der Brache geworden ist.

Wie die erstaunliche Verwandlung vonstatten ging, wie viel Planung, Geduld und Hartnäckigkeit dafür nötig waren, das zeigt nun, mehr als 25 Jahre nach den ersten Baumaßnahmen im Park, der Band „Rostrot“ von Peter Latz – jenem Landschaftsarchitekten, auf den das Make-over der einstigen Meidericher Hütte zurückgeht. Am faszinierendsten ist die Gegenüberstellung von einst und jetzt: der Kontrast zwischen der desolaten Eisenwüste der im Jahr 1985 geschlossenen Hütte und der blühenden Erholungslandschaft, in der die Besucher heute zwischen alten Schloten, Bunkern und Gleissträngen bummeln, radeln und klettern. Statt des ursprünglich angedachten

Totalabrisses, des Tilgens aller Bauwerke und damit auch der industriellen Vergangenheit, entschied man sich in Duisburg, das rostige Erbe in den Zukunftsentwurf zu integrieren – trotz aller Altlasten.

So wurde aus dem einstigen Hochofen 5 in der Zweitverwertung ein bizarrer Aussichtsturm, von dem aus der Blick über den gesamten Park reicht, mit ausgesetzten Stegen, die an Rohren, Trägern und Schwungrädern vorbeiführen. In der ehemaligen Kraftzentrale, dem mit 172 Meter Länge größten Bauwerk des Parks, wurde schon Gustav Mahlers „Sinfonie der 1000“ aufgeführt, bis zu 4000 Menschen haben dort Platz. Wo in der alten Eisenzeit Möllerräder repariert wurden, kann man heute in der Nordparkhütte übernachten, der mit 26 Meter Höhe am niedrigsten gelegenen Alpenvereins-Hütte – die frühere Eisenhütte ist also auch Hütte geblieben. In den offenen Betongruben der einstigen Erzlagerbunker sind Gärten angelegt und alpine Klettergärten eingerichtet worden. In einer ehemaligen Gießhalle entstand ein Hochseilparcours, und das frühere Gasometer ist heute ein Tauchzentrum – schon beim Umbau hatten Taucher geholfen, Becken und Rohre der Anlage zu säubern.

In seinem Band erläutert Peter Latz detailliert Motivation, Entwurf und Entwicklung des Duisburger Landschaftsparks, mit Plänen und Skizzen, historischen Fotos und prachtvollen Aufnahmen der heute 180 Hektar großen Parklandschaft: mit Brücken und Gärten, Alleen und Promenaden, Kiefern und Kirschbäumen; mit begrünten

Bahndämmen, gereinigten Flußläufen und abenteuerlichen Spielplätzen.

Rohrleitungen, die auf Trägern geführt werden, ziehen über das wuchernde Grün, auf den alten Pfeilern der Transportbahn verlaufen Stege für Spaziergänger. Mit Rosen berankte Ziegelmauern, weiche Moosteppiche, von Hochöfen umstellte Baumhaine – der Kontrast von Produktion und Vegetation, Rostrot und Hellgrün ist allgegenwärtig. Seit dem Jahr 2000 steht das Ensemble unter Denkmalschutz.

Dass Peter Latz die Dokumentation seiner Arbeit erst nach mehr als zwei Jahrzehnten vorlegt, hat seinen Grund. Er wollte, schreibt er, einen „erwachsenen Park“ zeigen. „In der Betrachtung von Zeit unterscheidet sich die Landschaftsarchitektur von ihrer Nachbardisziplin Architektur. Ein Architekt präsentiert das fertiggestellte Gebäude und zeigt den Höhepunkt von dessen Existenz. Für den Landschaftsarchitekten braucht es fast zwei Dezennien zusätzlich, bis die geplanten Räume zu Räumen und Büsche zu Büschen geworden sind.“ In diesem Fall hat die Zeit für den Park gearbeitet. *Bernd Steinle*

Peter Latz: Rostrot. Der Landschaftspark Duisburg-Nord. Hirmer Verlag, 49,90 Euro.

Nächste Termine: 13. Mai: Expedition Stahl. Industriekultur erleben am Herzen eines Hochofens? Der Hochseilparcours „Expedition Stahl“ entführt in die Höhen des Ruhrgebiets, 17 bis 21 Uhr; 14. Mai: Radtour Hüttenwerk total! Bei dieser Führung wird das Gelände per Rad erkundet. 14.30 bis 17.30 Uhr; 20. Mai: Expedition Stahl, 17 bis 21 Uhr. 22. Mai: Jeremy Denk beim Klavier-Festival Ruhr 2017, 20 bis 22 Uhr.

PRÊT-À-PARLER

DAS WIRD DAS KIND SCHON SCHAUKELEN

Welche Eltern kennen es nicht? Das Kind schläft nur im Auto ein. Und wenn man es herausnimmt, wacht es auf. Muss aber nicht sein. Für einen spanischen Werbespot hat Ford das Kinderbett „Max Motor Dreams“ entwickelt, das die Autofahrt zu Hause simuliert. Die digitale Wiege bewegt sich nicht nur dank kleiner Motoren unter der Liegefläche wie der Kindersitz während der Fahrt. Kleine Lautsprecher im Boden lassen leise Motorengeräusche ertönen, und blinkende LED-Leuchten ersetzen das vorbeiziehende Licht der Straßenlaternen. Mit Hilfe einer Handy-App können die übermüdeten Eltern die Bewegungen und Geräusche ihres eigenen Autos bei der Fahrt aufzeichnen und vom Kinderbett kopieren lassen und steuern. Die Illusion scheint perfekt – ein Traum für alle Beteiligten. Ob das Baby aber wirklich den Schnick-



Endlich ruhig schlafen: Ford schlägt vor, Babys mit sanftem Autoruckeln in den Schlaf zu wiegen.

schnack zum Einschlafen braucht? Das motorisierte Kinderbett soll vor allem den Eltern Zeit, Geld und Nerven sparen. Ein gelungener Werbegag ist es allemal: „Max Motor Dreams“ wird unter denjenigen verlost, die sich für eine Probefahrt mit einem Ford anmelden. Bei Eltern, die unter Schlafentzug leiden, ist die Versuchung groß. Doch letztlich würde dem Kleinen wohl eine Wiege reichen, die ständig in Bewegung bleibt. Tatsächlich gibt es mit der Einschlafhilfe „Sleepy“ schon die Möglichkeit, das Kinderbett auf kleine Motoren zu stellen, die es die ganze Nacht über schaukeln. Auch ein Kinderwagen-Schaukler („Lolaloo“) ist auf dem Markt. Als vibrierender Stab am Griff des Wagens wiegt er das Baby, bis der Akku leer ist. Aber was dann? Hat sich das Kind erst einmal daran gewöhnt, könnte es ohne den Komfort schnell wieder zum Schreihals werden. *Bettina Wolff*

FOTOS: MICHAEL LATZ (2), HERSTELLER

DEDON

TOUR DU MONDE



DEDON COLLECTION MBRACE
Design by Sebastian Herkner

www.dedon.de

MATS GUSTAFSON MALT FÜR DIOR MIT WASSERFARBEN

Es waren die späten Siebziger, Mats Gustafson selbst war zu der Zeit in seinen späten Zwanzigern. Der Schwede hatte sich in Paris in seine erste Modenschau verirrt. Er sollte über die Kollektionen für die britische Ausgabe der „Vogue“ berichten. Der Auftrag kam von der legendären Stylistin und Moderedakteurin Grace Coddington. Dann trat Musik-Legende Grace Jones auf den Laufsteg. Sie lief nicht einfach so, wie Models heutzutage laufen, einmal vor zu den Fotografen, dann zurück Richtung Backstage, ohne dabei eine Miene zu verziehen. Es waren schließlich die späten Siebziger. Grace Jones war die Sängerin der Show und zugleich Yves Saint Laurents Model.

„Es hätte nicht cooler sein können. In dem Moment wurde ich vollkommen mitgerissen“, sagt Mats Gustafson heute, der in einem Raum in der Dior-Zentrale sitzt, an der Ecke Avenue Montaigne und Rue de Marignan in Paris. „Seitdem mache ich nichts anderes als Mode.“

Zum Glück gab es für Mats Gustafson also an diesem Tag vor knapp 40 Jahren die junge Grace Jones und den Modedesigner Yves Saint Laurent. Seitdem gehört Gustafson zu den wichtigsten Mode-Illustratoren der Welt. Kurz nachdem er von Grace Jones bekehrt wurde, zog er 1980 nach New York. Dort lebt und arbeitet er bis heute.

„Es ist nie so einfach, wie es aussieht“, sagt er auf der Dior-Couch über seine Arbeit. „Eine Illustration sollte eine klare Botschaft haben und zugleich die Sinne stimulieren. Deshalb brauche ich für eine gute Serie an Zeichnungen leicht zwei Wochen. Und ich muss mich vollkommen von meiner Außenwelt abschotten.“ Gustafson beginnt mit Skizzen. „Es dauert, bis ich das habe, was ich mir vorstelle. Mein Medium ist Wasserfarbe, deshalb muss es anschließend ganz schnell gehen.“

Mats Gustafson ist kein Zeichner, der am Rand einer Modenschau sitzt und von dort aus seine Sicht der Dinge, Look für Look, direkt dokumentiert. „Das habe ich früher mal gemacht, aber die Schauen gehen ja so schnell vorbei. Ich schaue mir das Defilee lieber live an, verschaffe mir so einen ersten Eindruck. Anschließend arbeite ich auf der Basis von Videos und Fotos. Die Mode ist ja heute zum Glück ausreichend dokumentiert.“

Ausgerechnet ein Illustrator, der Chronist fürs Bleibende, kann sich nun also die schnellen Rhythmen der Kanäle von Google, Snapchat und Instagram zunutze machen. Seine Auftraggeber sind der „New Yorker“, die internationalen Ausgaben der „Vogue“, Marken von Commes des Garçons bis Hermès. Seit 2012 arbeitet er auch für Dior – die Marke, die in ihrer frühen Zeit dem italienischen Illustrator René Gruau zu Berühmtheit verhalf.

Als Raf Simons die kreative Verantwortung für das Haus übernahm, ging es los mit Mats Gustafson. Seitdem gibt der Illustrator in jeder Saison ein paar der wichtigsten Looks in Wasserfarbe wieder. Auch mit Maria Grazia Chiuri, der neuen Chefdesignerin von Dior, arbeitet der Künstler eng zusammen.

In diesem Jahr, da das Haus 70 Jahre alt wird, erscheint zum Jubiläum gleich eine Reihe schwerer Bildbände. Einer stammt von ihm („Dior by Mats Gustafson“, Rizzoli, 224 Seiten, 65 Euro). Zu sehen sind in dem Prachtband nicht nur Illustrationen der Dior-Looks aus den vergangenen Jahren, Simons' Interpretation der Bar-Jacke, eines der wichtigsten Stücke des Hauses, oder Chiuris Fechtkorsette mit rotem Herzen auf der Brust aus ihrer ersten Kollektion. Gustafson hat sich auch das Archiv vorgenommen. Die Frühwerke des Gründers sind seine liebsten Looks. „Die Mode muss natürlich stets in der Gegenwart sein. Aber trotzdem finde ich das, was Christian Dior zu Beginn gemacht hat, einfach großartig. Es ist die Grundlage. Auf der Basis dieser Entwürfe haben dann alle weiteren Designer für das Haus gearbeitet.“

Gustafson spricht über Looks aus einer Zeit, als eine Modeaufnahme so selten war wie heute ein Couture-Kleid. Damals waren Illustratoren die wichtigsten Chronisten der Mode. Nun wird wieder gesagt, die Zeichnung erlebe ein Comeback, als Gegenteil zu der Flut an beliebigen Instagram-Fotos und Snaps, die nach spätestens 24 Stunden ohnehin nicht mehr existieren.

„Ich mache das jetzt schon eine ganze Weile“, sagt Gustafson. „Und ungefähr alle fünf Jahre höre ich, Modeillustrationen seien wieder im Kommen. Dann hört man wieder nicht so viel davon, und dann reden wieder alle von



einem Comeback“, sagt der Illustrator, der eine schwedische Färbung in seinem Englisch auch nach 37 Jahren in New York nicht abgelegt hat.

„Aber Tatsache ist, dass Modeillustrationen nie weg waren.“ Gustafson muss das sagen, als jemand, für den das Handwerk seit der Sache mit Grace Jones so sehr Beruf wie Berufung ist. Was also kann eine Illustration, was ein Foto niemals schaffen wird? „Das versuche ich selbst mein ganzes Leben lang herauszufinden“, sagt er und lacht. Als er mit

der Arbeit begann, galten Zeichnungen im Vergleich zur Fotografie schon als abgehängt, es gab bislang also schon Anlässe, darüber nachzudenken.

„Aber ich denke, es geht darum, dass ich ein Bild verdichten und vereinfachen kann und so zum Kern des Designs komme.“ Gut möglich, dass er deshalb so gut gebucht wird von Modemachern. Mats Gustafson ist nicht nur Chronist ihrer Arbeit. Er ist auch einer ihrer wichtigsten Mitarbeiter. *Jennifer Wiebking*



„Mit einer Illustration kann ich ein Bild vereinfachen“. Mats Gustafson (rechts) über seine Arbeit. Oben Gustafsons Interpretation der Bar-Jacke (Frühjahr/Sommer 1947), ganz links Arizona (Herbst/Winter 1948), daneben das Fechtkostüm (Frühjahr/Sommer 2017), aus der ersten Kollektion von Maria Grazia Chiuri für Dior.



OHLINDA BY BRETZ
INTERIOR INNOVATION AWARD 2015 WINNER

ALEXANDER-BRETZ-STR. 2 • D-55457 GENSINGEN • TEL. 06727-895-0 • CULTSOFA@BRETZ.DE • WWW.BRETZ.COM
FLAGSHIPS: STILWERK BERLIN • MARKTSTRASSE 2 BIELEFELD • HOHE STR. 1 DORTMUND • STILWERK DÜSSELDORF
ALTE GASSE 1 FRANKFURT • STILWERK GROSSE ELBSTRASSE 2 HAMBURG • GROSSER BURSTAH 45 HAMBURG
HOHENSTAUFENRING 62 KÖLN • REUDNITZER STR. 1 LEIPZIG • Q3,5 MANNHEIM • HOHENZOLLERNSTR. 100 MÜNCHEN
HALLPLATZ 37 NÜRNBERG • KÖNIGSTRASSE 26 STUTTGART • UNTERE DONAUSTR. 27 WIEN

Bretz
TRUE CHARACTERS

FOTOS: STELLAN HERNER, COLLAGEN: MATS GUSTAFSON © MATS GUSTAFSON (3)

PRÊT-À-PARLER

Rido Busse hat Klassiker des modernen Designs entworfen. Oft wurden sie kopiert. Deshalb vergibt der Designer seit 40 Jahren den Negativpreis Plagiarius.

Von Peter-Philipp Schmitt
Foto Jan Roeder

Einer der dreiesten Plagiatoren, die Rido Busse in den vergangenen 40 Jahren untergekommen sind, ist Joschka Fischer. Dem einstigen Bundesaußenminister wird ein Zitat zugeschrieben, das ursprünglich nicht von Fischer, sondern von Busse stammt. Ausgerechnet bei ihm, dem Erfinder des Plagiarius, soll der Politiker abgekupfert haben. Der Designer Rido Busse macht seit 1977 Jagd auf Plagiatoren und versucht, ihnen das Handwerk zu legen. Dem Unternehmer aus Ulm geht es um den Schutz geistigen Eigentums. Die Diebe, die er mit seinem Negativpreis Plagiarius „auszeichnet“, kommen dabei meist aus fernen asiatischen Ländern. Im Fall von Joschka Fischer aber ging es um ein Zitat, das der damalige hessische Umweltminister wiedergab, ohne die Quelle zu nennen.

Rido Busse ist ein Mann mit Prinzipien. Rauchen kann er nicht ausstehen, schon gar nicht an Orten, an denen nicht geraucht werden sollte. „Zigaretten“, sagt er, „habe ich Leuten auch mal aus dem Mund geschlagen.“ Schon zu Zeiten, als noch fast überall geraucht werden durfte, war das Rauchen in Busses Unternehmen verboten. „Das stand sogar im Anstellungsvertrag.“ Das Rauchverbot als Teil der Firmenpolitik fand das ZDF Mitte der achtziger Jahre so berichtenswert, dass der Sender ein Fernsighteam nach Ulm schickte, um die Angestellten zu befragen. Auch der Chef kam zu Wort und sagte unter anderem den prägnanten Satz, ein Umweltminister, der rauche, sei so glaubwürdig wie ein Justizminister, der klaut.

Gemünzt war das auf Joschka Fischer, der als Turnschuhe tragender Staatsminister für Umwelt und Energie seit Ende 1985 in Wiesbaden für Furore sorgte. Das einprägsame Busse-Zitat fand sich bald in einigen Zeitungen wieder, weil Fischer es in einer Talkrunde verwendet hatte, um zu begründen, warum er mit dem Rauchen aufgehört habe. „Ein Umweltminister, der raucht“, so lautete der Satz nun, „ist wie ein Staatsanwalt, der klaut.“

Daraufhin schrieb Busse an den Politiker: Die Summe aller Laster bleibe eben doch gleich. Der Herr Minister rauche zwar nicht mehr, dafür klaut er nun die Sprüche von anderen. Zugleich drohte Busse ihm im Spaß an, ihn als Plagiator für seinen Negativpreis Plagiarius vorzuschlagen, wenn er sich nicht bereit erkläre, als Laudator an einer Verleihung teilzunehmen. Das war ein gewitzter Schachzug. Joschka Fischer nahm die Sache mit Humor. 1989 kam er tatsächlich als Ehrengast zur Plagiarius-Verleihung, wenn auch nicht mehr als Minister, sondern als Fraktionsvorsitzender der Grünen im Hessischen Landtag.

Im ersten Jahr der Verleihung hatte Rido Busse den Preis noch selbst vergeben. Wie so oft kam der Preisträger aus Fernost – aus Hongkong. Busse hatte zufällig auf der Frühjahrsmesse in Frankfurt das exakte Plagiat eines seiner ersten Erfolgsprodukte entdeckt. Das Original hatte die „busse design ulm gmbh“ bereits Anfang der sechziger Jahre entwickelt, 1965 war die Brief- und Diätwaage Nr. 8600 dann von der Firma Soehnle aus Murrstadt auf den Markt gebracht worden. Der Ladenpreis betrug 26 Mark. Der chinesische Hersteller bot die Kopie nun im halben

DAS ORIGINAL



Der Designer mit einigen seiner Produkte: Rido Busse in seinem Unternehmen in Elchingen bei Ulm, das inzwischen von der nächsten Generation geführt wird.

DAS ORIGINAL

Dutzend billiger an: sechs Stück für 24 Mark. Allerdings, sagt Busse, sei die Ähnlichkeit der Produkte nur äußerlich gewesen: „Statt hochwertigem ABS-Kunststoff verwendete der Plagiator Polypropylen, was die Wiegegenauigkeit beträchtlich beeinflusste.“

Mehr als 100.000 Stück hatte der Billiganbieter schon verkauft. Eine einstweilige Verfügung gegen ihn konnte den Schaden nicht mehr gut machen, auch weil ein anderer Exporteur aus Hongkong nur zwei Monate später dasselbe Modell wieder auf dem deutschen Markt anbot. Jedes Mal, wenn Soehnle eine Unterlassungserklärung erwirkt hatte, tauchte wenig später ein identisches Plagiat auf. So entschied sich Busse, mit einem Negativpreis an die Öffentlichkeit zu gehen, auch um den Gesetzgeber auf diesen Missstand aufmerksam zu machen. Als „Auszeichnung“ kaufte Busse einen handelsüblichen Gartenzweig, lackierte ihn schwarz, verpasste ihm eine goldene Nase als Symbol für den Gewinn, den die Plagiatoren durch ihr kriminelles Tun machten, und startete seine Ein-Mann-Bürgerinitiative. Der erste Plagiarius-Preissträger war die Firma Lee aus Hongkong. Hunderte folgten, unter ihnen bei weitem nicht nur Chinesen, sondern auch Dutzende vermeintlich ehrbare Unternehmen aus Deutschland.

Rido Busse selbst und seine Firma zählten mehrere Male zu den von einer Jury ausgewählten Geschädigten. Was nicht verwundert, denn er hat Hunderte massentaugliche Produkte im Laufe von bald 60 Jahren entwickelt, Dutzende davon wurden erfolgreich auf der ganzen Welt vermarktet. Der elektrische Allesschneider für Krups zum Beispiel, die Stihl-Motorsägen, der Fahrrad-Kindersitz von Römer, der Sensorkopf für die Dr.-Best-Zahnbürste. Busse Design entwirft fast alles – von der Isolierkanne bis zum Pisten-Bully. Mit seinem Bleistiftspitzer Dahle 322 schrieb das Unternehmen sogar Fernsehgeschichte, diente das kleine Gerät in den Sechzigern doch als Steuerknüppel für das Raumschiff Orion in der Science-Fiction-Serie „Raumpatrouille – Die phantastischen Abenteuer des Raumschiffes Orion“. Mit einer Karpulenspritze, die in der Zahnmedizin zur örtlichen Betäubung verwendet wird, schaffte es Busse Design 2005 in die ständige Design-Sammlung des Museum of Modern Art (MoMA) in New York.

Kaum ein anderes Produkt ist so eng mit Busses Namen verknüpft wie die 2,75-Liter-Rührschüssel für Krups aus dem Jahr 1960. „Der Clou ist der heruntergezogene Rand“, sagt der inzwischen 82 Jahre alte Designer. „Damit kann man den Inhalt in alle Richtungen ausgießen.“ Zudem macht der Kragen den Topf stabiler: Denn der Kunststoff ist sehr dünnwandig, statt zwei nur eineinhalb Millimeter dick, so dass man Material spart. Als Busse den Prototypen damals aber vorstellte, meinte der Werbeleiter, das Ding sehe ja aus wie ein Nachtopf. „Das war eigentlich ein Totschlagargument“, meint Busse, der den Auftrag schon verloren glaubte. Fritz Krups aber gefiel der Entwurf. Er erfülle alle Anforderungen, sehe gut aus und sei preiswert. Und überhaupt: „Wer kennt denn heute noch einen Nachtopf!“ Die Schüssel hat sich inzwischen an die 100 Millionen Mal verkauft.

Rido Busse sagt, Design könne man nicht lehren. „Entweder man ist Designer, oder man ist es nicht.“ Dabei hat er selbst den Beruf von der Pike auf gelernt. Der gebürtige Wiesbadener meint damit, dass Design mehr als ein erlernbares Handwerk ist – fast eine Kunst, für die Talent vonnöten sei. Dass es in ihm schlummerte, ahnte er zunächst nicht. Busse, Jahrgang 1934, wuchs in Wiesbaden bei der Großmutter auf. Die letzten Kriegsmomente ver-

brachte er im nordhessischen Spangenberg, wo sein Vater Wachmann eines Offizierslagers für Kriegsgefangene war. Im Juli 1945 kam er als fast Elfjähriger zurück in seine Geburtsstadt, wo er die Schule beendete. Anfang der fünfziger Jahre bewarb er sich dann um eine Lehrstelle. Ohne Beziehungen sei das schwierig gewesen. „Ich wollte eigentlich Schreiner werden“, erzählt Busse. „Der Meister meinte aber, ein junger Mann, der sich alle zehn Minuten die Hände wasche, sei wohl eher für eine Schreibstube geeignet.“ Schließlich wurde Busse Silberschmied. Befriedigt habe ihn das aber nicht. So besuchte der Geselle eine Metallbildhauer-Klasse an der Werkkunstschule Wiesbaden, wo er auf Dieter Rams traf. Danach ging er an die Werkakademie in Kassel, um zu studieren.

Dort hielt eines Tages der Künstler Friedrich Vormedberge-Gildewart einen Vortrag und begeisterte ihn für die Hochschule für Gestaltung in Ulm. Die berühmte HfG Ulm war soeben von Otl Aicher, seiner Frau Inge und dem Schweizer Architekten Max Bill gegründet worden. Inge Aicher-Scholl war die Schwester von Hans und Sophie Scholl, den von den Nationalsozialisten hingerichteten Mitgliedern der Widerstandsgruppe Weiße Rose. Vormedberge-Gildewart übernahm 1954 die Leitung der Abteilung für visuelle Kommunikation an der HfG.

Rido Busse gehörte 1953 zum ersten Jahrgang an der Hochschule. Dort wurde er noch maßgeblich vom Bauhaus geprägt. Design, so die Maxime, muss modern, funktional und schnörkellos sein. So hat er es gelernt, unter anderen bei dem Bauhändler Johannes Itten. An Dozenten mit großen Namen herrschte kein Mangel: Max Bill, Helene Nonné-Schmidt, auch Walter Gropius schaute vorbei. Der Student, ausgestattet mit drei Stipendien, darunter von der Geschwister-Scholl-Stiftung, arbeitete eng mit Hans Gugelot zusammen. Für das Modell der Rundfunk-Phono-Kombination „sk4“ von Braun (entworfen von Hans Gugelot und Dieter Rams), das liebevoll „Schneewittchensarg“ getauft wurde, baute Busse den transparenten Deckel. „Wir lernten nicht zu zeichnen oder zu skizzieren, sondern gingen gleich ins Dreidimensionale.“ Die Modelle wurden unter fließendem Wasser aus Gipsblöcken geschnitten und in Form gebracht.

Dass er sich nach seinem Diplom 1959 in der Nähe von Ulm in Elchingen ansiedelte, hatte viel mit einer Studentin zu tun: Annegret Schröder. Ihr Vater hatte dem jungen Paar aber zur Bedingung gemacht, dass beide erst ihr Studium beenden müssten. Vier weitere Jahre musste Busse auf sie warten, obwohl er schon Ende der Fünfziger mit seinen Entwürfen 1200 Mark im Monat verdiente. Die Ehefrau, Diplomvolkswirtin, wurde 1963 Geschäftsführerin der Busse Design GmbH. Gemeinsam bauten sie eine der größten Designfirmen Deutschlands auf.

Der Unfalltod seiner Frau 2002 war ein schwerer Schlag für Rido Busse und ihr gemeinsames Unternehmen, aus dem er sich seit 1999 langsam zurückgezogen hatte. Nach einigen auch wirtschaftlich schwierigen Jahren hat der Familienbetrieb heute wieder mehr als 50 Mitarbeiter. Busse hat zwei Töchter: Joy Busse lebt in San Francisco und leitet dort das Unternehmen Busse Design USA. Alike Busse ist Rechtsanwältin. Sie hat sich in ihrer Münchner Kanzlei auf gewerblichen Rechtsschutz spezialisiert und berät die Aktion Plagiarius juristisch. Alike Busses Frau Gabriele Busse-Kilger ist seit 2011 Geschäftsführerin von Busse Design+Engineering, zusammen mit Felix Timm. Damit wird Rido und Annegret Busses Firma wieder erfolgreich von einem Duo geleitet, zur Freude des Seniorchefs. Aus dem Alltagsgeschäft hat sich Rido Busse längst verabschiedet. „Ich habe hier keinen Schlüssel und keinen Schreibtisch mehr.“ Dafür hat er mehr Zeit für die Jagd nach Plagiatoren in aller Welt. ◀

Innovation versus Imitation

Der Schaden, der jedes Jahr durch Plagiate entsteht, ist immens. Alleine im vergangenen Jahr beschlagnahmten deutsche Zollfahnder bei Einfuhrkontrollen Waren im Wert von 180 Millionen Euro, darunter Produkte wie Schuhe (22,8 Millionen Euro), Sonnenbrillen, Taschen, Uhren und Schmuck (zusammen 58,4), Kleidung (11,2), Körperpflegeprodukte (42) sowie Mobiltelefone (14). Laut EU-Kommission haben die Zollbehörden der Union 2015 mehr als 40 Millionen „rechtsverletzende Produkte“ im Wert von mehr als 650 Millionen Euro an den Außengrenzen der Europäischen Union beschlagnahmt – ein Plus von 15 Prozent gegenüber 2014. Doch selbst das ist nur die Spitze des Eisbergs.

Die Mehrheit der Waren kam auch im Jahr 2015 aus China und Hongkong, zu den Herkunftsländern gehörten aber auch die Vereinigten Arabischen Emirate, die Türkei und Indien. Allerdings sitzen die Auftraggeber und Importeure von Plagiaten oftmals inzwischen in Europa. Zunehmend kommen der Originalhersteller und der vermeintliche Plagiator aus dem selben Land, oft handelt es sich um ehemalige Produktions- und Vertriebspartner des Herstellers. So ist es nicht verwunderlich, dass sich unter den Nominierten für den Negativpreis Plagiarius immer mehr europäische Firmen befinden.

Der Plagiarius wurde in diesem Jahr schon zum 41. Mal verliehen. Die drei ersten Preise gingen an Plagiatoren aus den Vereinigten Staaten, China und Vietnam. Es handelte sich um eine Hundeleine, einen Bürostuhl und ein Druckmessgerät. Zudem wurden sieben gleichrangige „Auszeichnungen“ verliehen. Insgesamt gab es in 40 Jahren Plagiarius rund 400 Preisträger-Produkte und mehr als 1600 eingereichte Plagiatsfälle. Die abschreckende Wirkung der Preisverleihung ist inzwischen so groß, dass zahlreiche Nachahmer noch vor der Jurysitzung eine Einigung mit den Originalherstellern suchen, Restbestände der Plagiate und Fälschungen vom Markt nehmen und Unterlassungserklärungen unterschreiben.

Damit hat der Erfinder des Plagiarius, der Designer Rido Busse, zumindest einen Teilerfolg erzielt. Sein Kampf aber scheint nahezu aussichtslos, hat sich doch in Zeiten von Internet und Globalisierung eine auf der ganzen Welt vernetzte und professionell agierende Fälschungsindustrie entwickelt, von der Kleinkriminelle und mafiose Banden bis hin zu Terrorgruppierungen profitieren. Um noch mehr Öffentlichkeit für die oft gefährlichen Produkte zu schaffen (man denke nur an gefälschte Arzneimittel), hat Busse vor zehn Jahren in Solingen das Museum Plagiarius eröffnet. Dort werden 350 Originalprodukte und die dreisten Plagiate ausgestellt. (pps.)



1977: Brief- und Diätwaage Nr. 8600 von Soehnle (links) und das Plagiat aus Hongkong



1989: Markierstifte von Stabilo, rechts daneben die Billigversion aus Korea



2001: Wasserkocher „LD 7801“ von Siemens, rechts das Plagiat aus Griechenland



2006: Motorsäge „MS 380“ von Stihl (oben), darunter das Plagiat aus China

FOTOS: AKTION PLAGIARIUS E.V.

B V L G A R I

ROMA

B.zer01

DESIGN LEGEND by Zaha Hadid

BVLGARI.COM #DESIGNLEGEND



IMMERSION heißt „Eintauchen“. Und das kann man in der Wanne von Neri & Hu (für Agape). Das Designer-Ehepaar mit Studio in Schanghai – Lyndon Neri wurde auf den Philippinen geboren, Rossana Hu in Taiwan – will Platz schaffen im Bad. Darum ist ihr Waschzuber etwas kleiner, die Seiten sind allerdings auch etwas höher. Der Stadtmensch soll darin aufrecht sitzen und sich dabei trotzdem entspannen können.

TASCHINO bedeutet eigentlich Brusttasche. Der Römer Gabriele Rosa, Jahrgang 1982, verwendet das italienische Wort für seinen Nachttisch (für Zanotta). Statt einer Schublade hat das gerade mal 50 Zentimeter hohe und 35 Zentimeter tiefe Möbelstück ein Ablagefach mit einer Kippöffnung nach oben. Das Gestell besteht aus Stahl, die Platte und der Kasten sind mit Kernleder bezogen.



TADAIMA ist Japanisch und bedeutet so viel wie „Ich bin wieder da“. Die Holzkonsole, die aus vier Teilen zusammengefügt wird und einfach an der Wand lehnt, begrüßt schon im Hausflur den Heimkehrenden, der schnell seine Taschen leeren will. Die Ablage für Schlüssel, Handy und Sonnenbrille hat das Pariser Studio A+A Cooren (dahinter steht das Designer-Ehepaar Aki und Arnaud Cooren) für Classicon erarbeitet.



GREEN hat einen Sitz, der zwischen den vier hölzernen Beinen zu schweben scheint. Den Hocker, den es in zwei Farben (weiß und schwarz) und zwei Höhen (65 und 75 Zentimeter) gibt, hat Javier Mariscal (für Mobles 114) entworfen. Der 67 Jahre alte Spanier ist vor allem mit dem Olympia-Maskottchen Cobi für die Spiele 1992 in Barcelona bekannt geworden.



CABARÉ ist nicht nur ein Beistelltisch. Die obere Platte aus Metall, die innen mit Kernleder bezogen ist, lässt sich auch als Tablett verwenden. Das Untergestell besteht aus Holz. Hersteller ist das Unternehmen Flexform, das in den vergangenen 40 Jahren vor allem von einem Designer geprägt wurde: Antonio Citterio. Doch dieser Entwurf stammt aus der hauseigenen Designabteilung.

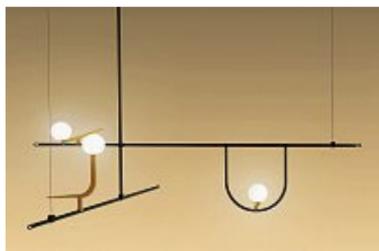
ROLL kann auf drei, vier oder fünf unterschiedlich dicken Metallbeinen stehen, je nach Größe der Tischplatte. Der Entwurf stammt von Paolo Cattelan, der in zweiter Generation das im norditalienischen Carrè beheimatete Unternehmen Cattelan Italia führt. Die Platte besteht nicht aus Marmor, sondern aus Keramik mit einer Oberfläche, die dem Gestein nachempfunden ist.



RANDOM ist ein altes bekanntes Regal, das von Neuland Industriedesign (Eva Paster und Michael Geldmacher) stammt. Auch wenn die Münchner inzwischen getrennte Wege gehen: Für MDF haben sie ihr Werk mit neuen Farben und Modulen ausgestattet, so dass sich ihre Wandarbeit auch durch die Wohnung schlängeln kann.



UDON hat ein gelernter Schreiner entworfen. Der Schwede Staffan Holm besuchte erst nach seiner Lehre die Hochschule für Design und Kunsthandwerk in Göteborg, wo er heute sein Studio hat. Seinen Bistrostuhl (für Hem) aus gebogenem Buchenholz sieht er in der Tradition von Designern wie Michael Thonet und Hans J. Wegner. Den Entwurf mit den geneigten Beinen gibt es in fünf verschiedenen Farben.



YANZI erinnert an Vögel, die auf Elektromasten sitzen. Tatsächlich sind es Schwalben aus gebürstetem Messing, die nicht nur frei und ungebunden herumzuhüpfen scheinen – sie können auch unter gläsernen Schirmen gefangen sein. Neri & Hu (siehe oben links) haben die poetische Leuchte für Artemide entworfen. Es gibt sie für Decke, Wand, Boden und sogar für den Tisch.

FOTOS HERSTELLER



CHEMISE trägt einen Gürtel aus Metall. Die Schlaufe hält Lehne und Sitz zusammen. Auch dieser Sessel (für My Home Collection) ist eine Gemeinschaftsarbeit, sie stammt von li-do. Das Kürzel steht für Laboratore Innocenti Design Office. Das Designstudio in Mailand haben die beiden Italiener Ilaria Innocenti and Giorgio Laboratore 2014 gegründet.



O ist vermeintlich ein Schaukelstuhl, der allerdings leicht das Gleichgewicht verlieren kann. Der Niederländer Marcel Wanders ist bekannt für seine verspielten Entwürfe, die er über die Design-Plattform Moooi vertreibt. In dem kreisrunden Sitzelement, das von allen Seiten gut gepolstert ist, soll man sich ausruhen – und zugleich Spaß haben können.



EDDY trägt einen berühmten Namen – den des belgischen Radrennfahrers Eddy Merckx. Auch der Designer des Sessels, Alain Gilles, kommt aus Belgien. Vor allem aber ist Eddy nach der selben Logik wie ein Fahrrad aufgebaut: mit einem Gestell aus Metallrundrohr und einer ergonomisch geformten Sitzschale. Inspiration, sagt Gilles, sei für ihn das Fixie gewesen, das Vintage-Rad mit starrem Gang.



Jedes Jahr im April werden auf dem Salone del Mobile in Mailand die Möbelneuheiten vorgestellt. Wir zeigen 16 der schönsten Entwürfe.

Von Peter-Philipp Schmitt



POCKET bietet, wie der Name schon sagt, Stauraum – und das unter der Sitzfläche. Dort ist Platz genug für Handtasche, Jacke und Laptop. Der Sessel mit den kurzen Beinen, den Eva Prego und Cutu Mazuelos (Stone Designs) für Blå Station entwickelt haben, könnte in einer Hotellobby stehen, aber auch im Wohnzimmer, wo Katzen den Unterstand lieben dürften.

KOSI hat keinen Lattenrost, sondern Sprungfedern. Rahmen und Matratze lässt Moritz von Schmeling (für Zeitraum) seitlich von ellipsenförmigen Beinen fassen, getragen wird das Ganze von einer Kreuzzarge. Den Arbeiten des 36 Jahre alten Münsteraners merkt man an, dass er Schreinermeister ist. Zum Bett gehört auch ein Kopfteil aus Massivholz, das mit seinen abgerundeten Seiten eine Umarmung andeutet.



BAK verbindet gleich drei Materialien: Metall, Leder und Holz. Das äußere Gerüst des Regals besteht aus Stahl, der den vier Böden aus Walnussholz Stabilität verleiht. Die Seitenelemente hat der Designer Ferruccio Laviani mit Leder überzogen – für die Verarbeitung von Leder ist das friaulische Unternehmen Frag seit fast 100 Jahren bekannt.



LA NUOVA GENERAZIONE

Die Herstellung hochwertiger Möbel ist in Italien eine Familienangelegenheit. Bei elf der besten Produzenten des Landes tritt nun eine neue Generation an, um die Tradition fortzuführen.

Von Peter-Philipp Schmitt
Fotos Daniel Pilar

PORRO

ALS FRAU UNTER MÄNNERN

Fast drei Meter lang ist der Tisch, der den schönen Farbton „Antik-Rot“ trägt. So leicht wie er wirkt, so schwer ist es dann doch, ihn für das Foto ins rechte Licht zu rücken. Dabei bestehen Platte und Beine aus gerade einmal zwölf Millimeter dickem Aluminium. Piero Lissoni hat Metallico entworfen. Der Mailänder Designer ist seit 1989 Art-Direktor im Hause Porro. „Ich bin mit ihm aufgewachsen“, erzählt Maria Porro. Schon als Kind habe sie Lissoni im Haus ihres Großvaters dabei beobachtet, wie er für ein Foto-Shooting die Blumen in den Vasen neu arrangierte.

Die Dreißigjährige führt das 1925 gegründete Familienunternehmen zusammen mit ihrem Vater Lorenzo Porro. Sie ist die erste Frau, die auf dem Chefessel sitzen wird, ihr Bruder Pietro ist Filmregisseur geworden. Einfach sei es nicht, aber das habe vor allem mit ihrer kleinen Tochter Agata zu tun und nicht etwa damit, dass sie eine Frau ist. Um Familie und Familienunternehmen besser unter einen Hut zu bekommen, ist sie vor gut einem halben Jahr wieder raus aus Mailand aufs Land gezogen.

Das „Land“ befindet sich 30 Kilometer nördlich der lombardischen Metropole in Montesolaro bei Cantù. Hier gründeten einst Giulio und Stefano Porro eine Schreinerei, um handgefertigte Möbelstücke für die reichen Bürger in Mailand herzustellen. Die zweite Generation begann dann nach dem Krieg mit der industriellen Fertigung und stellte auch schon auf der ersten Mailänder Möbelmesse, dem Salone del Mobile, im Jahr 1961 aus. Die dritte Generation um Lorenzo Porro erweiterte das Angebot – unter anderem um Betten und Schranksysteme – und holte eine Reihe internationaler Designer ins Haus.

Daran knüpft Maria Porro in der vierten Generation an. Inzwischen umfasst die Kollektion Entwürfe vieler junger Gestalter, unter ihnen gleich drei Designer-Duos: Front (Anna Lindgren und Sofia Lagerkvist) aus Stockholm, Soda (Nada Nasrallah und Christian Horner) aus Wien und GamFratesi (Stine Gam und Enrico Fratesi) aus Kopenhagen. Von den letzten beiden stammt der Stuhl Voyage auf unserem Bild.

Maria Porro selbst hat an der Accademia di Brera, einer Kunstakademie in Mailand, studiert. Sie sei froh, dass ihr Vater noch mit im Unternehmen ist. „Dadurch hatte ich Zeit, Selbstbewusstsein aufzubauen.“ Manchmal sei das nötig in einem fast reinen Männerbetrieb: Unter den fast 100 Angestellten findet sich noch immer nur eine Handvoll Frauen, und die arbeiten allesamt nicht in der Produktion, sondern in der Verwaltung.





B&B ITALIA

GROSS IST BESSER ALS KLEIN

Die Geschichte beginnt mit einer gelben Plastikente. Piero Ambrogio Busnelli besuchte in den frühen sechziger Jahren eine Fabrik in London, in der die Badewannentiere aus Polyurethan gegossen wurden. Der flüssige Kunststoff härtete nach wenigen Minuten aus. Daraus machte Busnelli seine Geschäftsidee. 2016 wurde sie 50 Jahre alt: Bei B&B Italia werden Möbel in Form gegossen, bevor ihnen ein textiles Kleid übergestreift wird.

Im Untergeschoss am Sitz der Firma in Novedrate in der Lombardei lagern 250 Gussformen. Sie sind jeweils so groß wie das Möbelstück, das in ihnen entstehen soll, und wiegen oft Hunderte Kilogramm. Insgesamt sind 580 Formen im Laufe der Jahrzehnte entstanden. Jede

Form kostet zwischen 50.000 und 70.000 Euro. In der Etage darüber wird der Kunststoff gegossen, ausgehärtet und mit Leder oder Stoff bezogen. Das sei seinem Großvater wichtig gewesen, sagt Massimiliano Busnelli. Er wollte alles im Blick haben. Darum sollte die Produktion an einem Ort stattfinden. „Nur so, meinte er, könne er Qualität anbieten.“

Massimiliano Busnelli ist der Enkel von „Pierino“ Busnelli und der Sohn des derzeitigen Firmenchefs. Giorgio Busnelli, Jahrgang 1952, hat zusammen mit seinem Vater, der 2014 starb, das Unternehmen aufgebaut. Denn B&B Italia entstand unter diesem Namen erst 1973, als die Familie Busnelli das vorherige Gemeinschaftsprojekt der Familie Cassina abkaufte. So wurde aus C&B Italia B&B Italia. Im gleichen Jahr noch holten sie

Antonio Citterio ins Haus, der zu den wichtigsten Designern der Marke gehört.

Mittlerweile ist der 39 Jahre alte Massimiliano Busnelli für die Produktentwicklung zuständig. Er hat Architektur in der Schweiz studiert, danach Design-Management an der Bocconi-Universität in Mailand. Seit 2005 arbeitet er im Unternehmen mit. Zu den Designern, die er zu B&B Italia holte, gehören auch Doshi Levien, von denen der Sessel Do-Marù stammt, auf dem Busnelli sitzt.

B&B Italia hat sich inzwischen global aufgestellt. „Fast 90 Prozent verkaufen wir ins Ausland“, sagt Massimiliano Busnelli. Früher habe es ein Sprichwort gegeben: Klein ist gut. Bezogen auf Familienunternehmen aber habe sich die Welt geändert. „Heute“, sagt der künftige Unternehmenschef, „ist groß besser.“



MINOTTI

KÄMPFEN FÜRS RICHTIGE

Deutschland ist für Minotti der wichtigste Markt, gefolgt von Italien. Das ist schon seit Jahren so. Warum? „Die Deutschen legen Wert auf Qualität“, meint Roberto Minotti (rechts). Der Siebenundfünfzigjährige ist Architekt und der Mann fürs Kreative. Sein fünf Jahre älterer Bruder Renato (links) hat Wirtschaftswissenschaften studiert und kümmert sich um die Finanzen. Die Minottis haben sich seit der Gründung ihres Unternehmens 1948 auf Textilien spezialisiert. „Das ist unsere Stärke“, sagt Susanna Minotti. „Die Qualität der für uns entworfenen und produzierten Stoffe schützt zudem vor Kopisten.“ Roberto Minottis Tochter Susanna gehört zur dritten Generation, so wie ihre Cousins, die Zwillinge Alessio

(auf dem Bild hinten) und Alessandro, Jahrgang 1976. Sie sind die Söhne von Renato Minotti.

Jeder hat sein Aufgabengebiet: Alessio kümmert sich um die Produktentwicklung, Alessandro um den Export, Susanna um die inzwischen 31 Flagship Stores in aller Welt. Doch wenn sie alle am Sitz der Firma in Meda in Brianza sind, treffen sie sich morgens stets auf einen *caffè*. „Das geht schnell, meist setzen wir uns gar nicht“, erzählt Susanna Minotti, mit 29 Jahren die Jüngste in der Runde. Wichtige Entscheidungen würden immer von allen gemeinsam getroffen.

Es sei angenehm, dass sich die Verantwortung inzwischen auf mehrere Schultern verteile, sagt Roberto Minotti. Schließlich sei das Unternehmen stetig gewachsen – im Schnitt um 15 Prozent

jährlich in den vergangenen 20 Jahren. Genauso lange ist der Mailänder Architekt und Designer Rodolfo Dordoni schon Art-Direktor des Hauses. Ihm geht es um einen erkennbaren Stil, nicht um einzelne Produkte. Trotzdem gibt es natürlich Bestseller wie zum Beispiel sein Sofa Hamilton – auf unserem Bild zu sehen.

Die Söhne von Alberto Minotti, der 1992 starb, mussten früh Verantwortung übernehmen. Renato und Roberto Minotti internationalisierten die Marke. „Heutzutage ein Familienunternehmen zu führen ist ein seltenes Gut“, meint Roberto Minotti. „Es ist eine Gewähr für Kontinuität und Leidenschaft.“ Ist es nicht schwierig, ein Unternehmen zu fünf zu führen? „Wir kämpfen manchmal miteinander“, sagt Susanna Minotti. „Aber wir kämpfen für die richtige Sache.“



DE PADOVA

EIN NEUANFANG ZU ZWEIT

Margherita muss heute nicht in den Kindergarten. Kein Wunder, dass sie begeistert an Papas Arbeitsplatz tobt. Der Mailänder Showroom an der Via Santa Cecilia ist groß – 1400 Quadratmeter, verteilt über zwei Etagen. Nur fürs Foto mit ihrem Vater Nicolò Gavazzi hält die Eineinhalbjährige kurz still. „Noch vor drei Jahren befand sich hier das Hauptquartier von Dolce & Gabbana“, erzählt Gavazzi. Wo einst Modenschauen stattfanden, stehen jetzt Möbel von De Padova und Küchen von Boffi.

Im April 2015 fusionierten nicht nur zwei Unternehmen, es kamen gleich drei Familien zusammen. Da wären zunächst die Boffis: Die Firmengeschichte beginnt 1934 mit Piero Boffi. Nur sein Sohn Paolo lebt noch. Der Siebenundsiebzigjährige ist Präsident des Unternehmens, in das sich 1989 der ehemalige Olivetti-Manager Roberto Gavazzi einkaufte.

De Padova wiederum wurde 1956 von Maddalena und Fernando De Padova gegründet. Der Hersteller ist bekannt für seine Kollektionen von so namhaften Gestaltern wie Achille Castiglioni oder Vico Magistretti (auf dem Bild sitzt Nicolò Gavazzi auf Magistrettis Sofa Regent's 16). Maddalena De Padova überlebte ihren Mann fast 50 Jahre, sie starb im Dezember mit 88 Jahren.

Ihr Sohn Luca, Jahrgang 1953, ist Präsident von De Padova. Die Geschicke des Unternehmens aber leitet nun Nicolò Gavazzi, sein 64 Jahre alter Vater Roberto ist CEO von Boffi und De Padova. Nicolò Gavazzi will die Marke internationaler ausrichten. „Maddalena De Padova war immer sehr auf Italien beschränkt“, sagt der Vierunddreißigjährige. Das gelte auch für die Kollektionen, die überarbeitet werden. Die Aufgabe hat Piero Lissoni übernommen, der bereits seit 30 Jahren Art-Direktor von Boffi ist. Gut ein Drittel der Produkte will er ausmustern.

„Es ist ein Neuanfang“, meint Nicolò Gavazzi. Im Vergleich zu Boffi (2016: 85 Millionen Euro Umsatz, 300 Mitarbeiter) ist De Padova klein: Im vergangenen Jahr machten 25 Mitarbeiter neun Millionen Euro Umsatz. „In diesem Jahr sollen es zwölf Millionen werden.“ Eigentlich wollte er nach seinem MBA-Studium an der Columbia-Universität in New York nicht bei Boffi anfangen. „Mein Vater aber lockte mich geschickt.“ Roberto Gavazzi übertrug ihm Asien. „Es war herrlich, ich war zuständig von Indien bis Neuseeland.“ Vor zwei Jahren kehrte er aus Schanghai zurück. Seither hat er nicht nur mit seiner Frau Chiara eine Familie gegründet, er arbeitet auch weiterhin für Boffi. Verantwortlich ist er nun für Europa. Mit Deutschland verbindet ihn schon seit der Schulzeit viel: „Ich habe Deutsch in der Schule gelernt und ein Semester in Köln studiert.“ Auch gearbeitet hat Nicolò Gavazzi schon hier – in Frankfurt.

LA NUOVA GENERAZIONE



ARPER

AM ANFANG DES ALPHABETS

Den Bart habe er schon gehabt, bevor ihn alle anderen hatten, sagt Giulio Feltrin. Mit ihm sieht er heute aus wie ein Hipster. Das war vor ein paar Jahren noch anders, als er in der Alternative-Rock-Band Hazey Tapes Gitarre spielte. Ausgemacht ist es nicht, dass er eines Tages seinem Vater und Großvater bei Arper nachfolgt. Doch es sieht sehr danach aus. Schließlich ist sein drei Jahre älterer Bruder Marco ein erfolgreicher Koch in Australien und sein Cousin Gregory noch ein Jugendlicher. „Vier bis fünf Jahre brauche ich aber

noch“, sagt Giulio Feltrin. Der Dreißigjährige, der Kommunikation in Florenz studiert hat, trat 2012 ins Familienunternehmen ein. Inzwischen ist er der Global Showroom Manager. Im November wurde das elfte Geschäft in Tokio eröffnet, zugleich das erste in Asien.

Möbel stellt Arper erst seit 2000 her. Seither aber ist die Produktion rasant gewachsen – um bis zu 20 Prozent jährlich. Die Erfolgsgeschichte begann 1998, als Giulio Feltrins Vater Claudio auf Alberto Lievore traf. Der spanische Designer war bis vor kurzem Teil eines Trios, zu dem sein Landsmann Manel

Molina und die Deutsche Jeannette Altherr gehörten. Lievore Altherr Molina entwickelten 2000 den Stuhl Catifa, der sich zwei Millionen Mal verkauft hat. Von den dreien stammen auch die Bank Zinta, auf der Giulio Feltrin sitzt, und die Garderobe Song. 2000 kauften die Feltrins auch die alten Fabrikhallen von Benetton in Monastier di Treviso.

In dem Ort im Norden von Venedig war Luigi Feltrin 1934 zur Welt gekommen. Mit 18 ging er als Gastarbeiter in die Schweiz. Fast 15 Jahre lebte er in St. Gallen, heiratete dort seine Frau Giovanna und bekam mit ihr die Söhne

Claudio und Mauro. 1967 kehrte die Familie zurück, 1979 gründeten Giovanna und Luigi Feltrin den Leder- und Textilizulieferer GL, die Anfangsbuchstaben ihrer Vornamen. Daraus wurde 1989 Arper.

Den Namen des Unternehmens habe sein Vater Claudio erfunden, erzählt sein Sohn Giulio. Arper setzt sich aus den italienischen Worten Arredamento (Möbel) und per (für) zusammen, Möbel für – alle. Schon damals wollten sich die Feltrins breit aufstellen. „Daher sollte der Name nicht zu italienisch klingen“, sagt Giulio Feltrin. Noch ein Vorteil: „Wir stehen an erster Stelle im Telefonbuch.“



**POLIFORM
IHRE ZEIT KOMMT NOCH**

Marta Anzani nennt es Schicksal. Ihr Weg war vorherbestimmt und führte ins Unternehmen ihrer Familie. „Poliform“, sagt sie, „ist kein Job. Es ist Teil meines Lebens, es steckt mir im Blut.“ Und nicht nur ihr, sondern auch ihrer älteren Schwester Laura und ihrem jüngeren Bruder Edoardo, dazu noch fünf Vettern und Kusinen, wie sie sagt. Außer Edoardo habe jeder von ihnen bei Poliform schon seine Aufgabe. CEO ist ihr Vater, Giovanni Anzani, der das Unternehmen 1970 mit seinen Cousins Alberto und Aldo Spinelli gründete. „Wir Jüngeren sind sehr eng“, sagt Marta Anzani. „Auch wenn wir nur um zwei Ecken verwandt sind.“

In einem Familienunternehmen zu arbeiten bedeutete für sie, schon früh

wichtige Entscheidungen mit zu treffen. „Man fühlt sich dadurch älter“, meint Marta Anzani. Die Vierunddreißigjährige arbeitet bereits seit 2007 in der Firma, zuvor hatte sie an der Bocconi in Mailand Marketing studiert. Und noch etwas sei anders, wenn man die Tochter des Chefs ist: „Man muss gut sein.“ So gut, dass einen die 600 Mitarbeiter respektieren.

Marta Anzani repräsentiert eigentlich schon die dritte Generation der Familie. Die Geschichte von Poliform begann 1942 als kleiner Handwerksbetrieb, wie es heute noch Hunderte in der Lombardei gibt. Sie vor allem sind der Grund, warum es die blühende italienische Möbelindustrie gibt. 1970 starteten dann Giovanni Anzani und die Brüder Alberto und Aldo Spinelli, alle drei waren damals Anfang 20, unter neuem Namen mit der industriellen

Produktion von Möbeln: Aus Spinelli Anzani wurde Poliform. Seit 1996 gehört der Küchenhersteller Varenna zum Unternehmen.

Die Kollektionen von Poliform sind sehr klassisch, die Designer – unter ihnen Jean-Marie Massaud, Rodolfo Dordoni, Carlo Colombo, Daniel Libeskind – sind etabliert. Man merkt Marta Anzani an, dass sie gerne jüngere und vielleicht auch verrücktere Gestalter ins Haus holen würde, wie Marcel Wanders, der den Sessel Mad Joker entworfen hat, auf dem sie sitzt. Da scheint sie einig mit ihrem Cousin Marco Spinelli, der für die Auswahl der Designer mitverantwortlich ist. Von ihren Ideen aber müssten sie jedes Mal sehr viele aus der Familie erst überzeugen. „Aber wir sind ja noch jung.“ Will heißen: Ihre Zeit wird kommen.

WWW.FACTOR.PARTNERS



**PILOTIS
BY METRICA**

COR.DE



NATUZZI

DER GEBORENE NACHFOLGER

Am 4. April, dem ersten Tag des Salone del Mobile, schaute wie selbstverständlich der italienische Staatspräsident Sergio Mattarella vorbei. Natürlich besuchte er auch den riesigen Stand von Natuzzi und ließ sich von Pasquale Senior und Pasquale Junior die Neuheiten zeigen. Natuzzi ist nicht irgendein Möbelhersteller, sondern der größte Italiens. Das börsennotierte Unternehmen, das nicht wie die meisten anderen der Branche in Norditalien, sondern im apulischen Santeramo in Colle bei Bari beheimatet ist, spielt mit seinen fast 6000 Angestellten und einem Jahresumsatz von einer halben Milliarde Euro in einer eigenen Liga.

Schon als Kind, als er kaum laufen konnte, habe er auf die Frage seines Vaters, was er mal werden wolle, stets gesagt: Präsident von Natuzzi. Der 27 Jahre alte Pasquale Junior Natuzzi ist auf dem besten Weg dorthin. Er trägt nicht zufällig denselben Namen wie sein Vater. Er hat noch zwei ältere Brüder. Aber nur seine zwei Schwestern arbeiten ebenfalls im Unternehmen. Pasquale Junior ist schon Kreativ- und Kommunikationsdirektor und der geborene Nachfolger. Anders als sein Vater sei er allerdings sehr privilegiert aufgewachsen, gibt er zu. Für ihn bedeute das vor allem eines: eine große Verpflichtung.

Pasquale Natuzzi senior wurde 1940 in Matera südöstlich von Neapel geboren. Der Vater war Schreiner, die Mutter hatte einen kleinen Lebensmittelladen. Früh musste das zweitälteste von sieben Kindern von der Schule und zu einem Polsterer in die Lehre gehen. Mit gerade einmal 19 Jahren gründete Natuzzi 1959 sein eigenes Unternehmen und stellte, wie er es gelernt hatte, Sofas und Sessel her. 20 Jahre später hatte er einen Vertrag mit der amerikanischen Kaufhauskette Macy's in der Tasche und wurde mit hochwertigen, aber preiswerten Ledersofas in den Vereinigten Staaten zum „King of Sofas“. Heute gibt es 400 Natuzzi-Stores auf der ganzen Welt, allein 2016 kamen 54 hinzu.

Natuzzi legt Wert auf Qualität. Und auf gute Arbeitsbedingungen. Dafür wurde der Seniorchef mehrfach ausgezeichnet. Zwar werden viele der Möbel im Haus entwickelt, doch über die Jahre hat die Marke auch immer wieder mit Designern zusammengearbeitet wie Paola Navone, Claudio Bellini, dem Studio Memo und Mauro Lipparini – von ihm stammt das Sofa Melpot, auf dem Pasquale Junior Natuzzi sitzt. Pasquale Junior will weitere auch junge Designer ins Haus holen. Der frische Wind soll auch über soziale Medien kommen.

Was für ihn wichtig ist? Resultate! Oder wie sein Großvater über die Bauern in Süditalien immer sagte: „Am Ende des Tages geht es nur darum, wie viele Feigen sie in ihrem Korb haben.“

**LA NUOVA
GENERAZIONE**



KARTELL

ZUKUNFT BIS ZUM LETZTEN TAG

Die Überraschung war perfekt: Nur zwei Wochen bevor die größte Möbelmesse der Welt Anfang April in Mailand begann, wurde Claudio Luti ihr Präsident. Damit hatten die wenigsten gerechnet. Luti, Jahrgang 1946, ist aber nicht nur Präsident des Salone del Mobile, wie schon von 2012 bis 2014. Er führt auch in zweiter Generation das Designunternehmen Kartell. Luti, der einst mit Gianni Versace die Marke Versace gegründet hatte und dort Geschäftsführer war, übernahm 1988 das Unternehmen seiner Schwiegereltern, Anna und Giulio Castelli. Mittlerweile arbeiten auch Claudio Luti's Kinder Lorenza und Federico mit.

Kartell stellt seit 1949 Produkte fast ausschließlich aus einem Werkstoff her –

aus Kunststoff. Der Erfolg geht auf den Chemieingenieur Giulio Castelli zurück. Seine Frau Anna war die Art-Direktorin und entwarf selbst Produkte wie den Container Componibili.

Das erste Kartell-Produkt war der Auto-Skihalter K 101, danach folgten Haushaltsprodukte wie Geschirrtrockner und Zitronenpresse. Das erste Möbelstück war 1964 der Kinderstuhl K 1340 von Marco Zanuso und Richard Sapper, 1974 folgte der Sedia 4875 von Carlo Bartoli, der erste Stuhl aus Polypropylen. Im Kartell-Museum in Noviglio, das es seit 1999 am Unternehmenssitz südlich von Mailand gibt, wird die Erfolgsgeschichte anhand von 8000 Stücken erzählt.

Claudio Luti begann gleich 1988, mit Philippe Starck zusammenzuarbeiten. Ihm verdankt Kartell Bestseller wie den

transparenten Stuhl Louis Ghost aus Polycarbonat. Von Starck stammt auch die Bank Uncle Jack, auf der Lorenza und Federico sitzen. Luti's Kinder haben an der Bocconi in Mailand Wirtschaft studiert. Der Vater habe nie Druck auf sie ausgeübt, dass sie Kartell übernehmen. Nur zwei Bedingungen habe er gestellt: „Ihr müsst es mögen, und ihr müsst es können.“

Federico ist zwei Jahre jünger als seine Schwester, die 1978 geboren wurde. Er kümmert sich um Werbung, sie mit dem Vater um neue Produkte. Ihr erstes eigenes Projekt: Kartell à la Mode, Schuhe aus Kunststoff. Werden sie Kartell einmal gemeinsam führen? Federico lacht: „Sie ist die Ältere, sie darf es sich aussuchen.“ Der Vater meint: „Das Schöne an einem Familienunternehmen: Man kann bis zum letzten Tag an der Zukunft arbeiten.“

Außergewöhnliche Momente erleben Sie an gewöhnlichen Tagen. Jeder Tag kann außergewöhnlich sein. Mit bulthaup



bulthaup.com

LA NUOVA
GENERAZIONE

bulthaup



MOLTENI & C FÜR EVOLUTIONÄREN WANDEL

Wer von den beiden das Sagen hat, ist sofort klar: Giulia Molteni, die ältere der Geschwister. Ihr Bruder Giovanni ist vier Jahre jünger. Die Siebenunddreißigjährige ist aber auch schon mehr als zehn Jahre im Familienunternehmen beschäftigt, der Bruder erst seit sieben Jahren. Die beiden stehen für die dritte Generation im Hause Molteni, das Angelo Molteni zusammen mit seiner Frau Giuseppina 1934 gründete. Chef von Molteni & C (für Company) ist ihr Sohn Carlo, der Vater von Giulia und Giovanni. Die Unternehmensgruppe besteht aus drei weiteren Firmen, für die Carlo Molteni Brüder und deren Kinder verantwortlich sind: Dada stellt Küchen her, Unifor und Citterio machen Büromöbel.

„Wir wuchsen sehr behütet auf“, sagt Giulia Molteni. Darum wollte sie nach dem Studium an der privaten Wirtschaftsuniversität Bocconi in Mailand in die Welt hinaus. Sie ging nach New York, arbeitete für die Modemarke Loro Piana. „Irgendwann dachte ich mir, ich könnte viel in unserem Familienunternehmen bewegen.“ Also ging sie zurück nach Giussano in der Lombardei. Heute ist sie fürs Marketing und die Flagship Stores verantwortlich. „In den vergangenen Jahren sind wir im Schnitt jährlich um zehn Prozent gewachsen“, sagt Giulia Molteni. „2016 waren es sogar 15 Prozent.“ Ihr Bruder Giovanni kümmert sich um neue Geschäftsfelder und mit dem Vater auch um die Produktentwicklung.

Carlo Molteni hat viele bekannte Designer ins Haus geholt: Foster+Partners,

Michele De Lucchi, Jean Nouvel, Patricia Urquiola. Zur Zeit legt Molteni & C Entwürfe von Gio Ponti wieder auf. Auch ein neuer Kreativdirektor wurde berufen: Vincent Van Duysen; er hat das Sofa Paul entworfen, auf dem die Geschwister fürs Foto sitzen. Giulia Molteni sagt, von dem flämischen Designer erhoffte sich das Unternehmen neue Impulse und einen evolutionären Wandel.

Auch wenn sie das neue Gesicht von Molteni & C zu sein scheint – ihr Vater, Jahrgang 1943, bleibt vorläufig auf seinem Posten. „Ich glaube kaum, dass er sich damit begnügt, Golf zu spielen“, meint die Tochter. Dass sie ihn einmal beerben wird, sei noch gar nicht ausgemacht. Oder wie ihre ältere Schwester, die Filmemacherin Francesca Molteni, sagt: In Italien führen noch immer Männer die Geschäfte.

LA NUOVA GENERAZIONE



MAGIS AUCH DER HUND IST DESIGN

Ende der neunziger Jahre traf Eugenio Perazza erstmals auf Konstantin Grcic. Der Gründer von Magis wusste genau, was er von dem damals noch weitgehend unbekanntem deutschen Designer wollte: keinen Stuhl aus Kunststoff, wie man vielleicht erwartet hätte, sondern etwas aus Aluminium-Druckguss. Es war der Beginn einer Zusammenarbeit, die bis heute andauert und eine Ikone des Designs hervorgebracht hat: Chair One. Das Erstaunlichste an dem Stuhl mit der geometrischen Gitterstruktur: Man kann bequem auf ihm sitzen.

Magis, der Name des von Eugenio Perazza 1976 gegründeten Unternehmens, ist ein Versprechen: Er kommt aus dem Lateinischen und bedeutet so viel wie

„mehr aus etwas machen“. Perazza, Jahrgang 1940, experimentiert ständig mit neuen Materialien, neuen Technologien, nicht unbedingt mit neuen Designern. Und seine Produkte dürfen humorvoll sein, wie der Kinderstuhl Puppy, ein Polyethylen-Hündchen von Eero Aarnio. Unterstützt wird der Seniorchef von seinem Sohn Alberto (auf dem Bild links neben einem Chair One) und dessen Frau Barbara Minetto – sie sitzt auf dem Barhocker Déjà-vu von Naoto Fukasawa, ihr Schwiegervater auf dem Hocker Tom and Jerry von Konstantin Grcic.

Alberto Perazza ist der Geschäftsführer des Familienunternehmens, Barbara Minetto leitet das Marketing. „Wir sind keine große Firma, die kurzfristig Erfolge vorweisen muss“, sagt Alberto Perazza. Magis lässt sich Zeit, um die Qualität

aufrechtzuerhalten. Nicht umsonst hat sich Eugenio Perazza als Maskottchen für sein Unternehmen einen Maulesel ausgesucht. Der Muli soll für harte Arbeit stehen und für Durchsetzungskraft, für Neugierde und Sturheit. Man soll sich Freiheiten nehmen, was etwa Formen und Werkstoffe angeht, denn Magis hat keine eigenen Produktionsstätten.

Gerade erst haben die drei mit Gusseisen Erfolge gefeiert. Vater und Sohn entdeckten es in einer Schmiede in Torre di Mosto, der Gemeinde nordöstlich von Venedig, wo sich seit 2010 auch der Hauptsitz des Unternehmens befindet. Für das mit Hammer und Amboss bearbeitete Material konnten sie die Designer Ronan & Erwan Bouroullec begeistern – dabei kam die wie von Hand geschmiedete Serie Officina heraus.



**LIVING DIVANI
SIE HOLTE JUNGE DESIGNER**

Etwas zu verändern, sagt Carola Bestetti, sei nie einfach. In einem Familienunternehmen aber sei es besonders schwierig, gerade wenn es sich um ein so gut gehendes und namhaftes Unternehmen wie Living Divani handelt. „Für meine Eltern stand die Firma immer an erster Stelle“, meint Carola Bestetti. Sie sei wie eine dritte Tochter für sie gewesen. „Und eine, die ihnen nie widersprochen hat“, fügt sie lachend hinzu.

Seit bald 15 Jahren arbeitet Carola Bestetti für das von ihren Eltern im Jahr 1969 gegründete Unternehmen. Angefangen hat die jüngere von zwei Töchtern im Marketing, inzwischen kümmert sie sich auch um die Produktentwicklung. Renata Pozzoli und Luigi Bestetti führen

die Marke weiter. Ihre 38 Jahre alte Tochter Carola hat aber schon einiges im Unternehmen verändert. Living Divani war ursprünglich auf Polstermöbel spezialisiert. Der Durchbruch gelang in den Siebzigern, als der Hersteller aus Anzano del Parco (etwa 35 Kilometer nördlich von Mailand) einen Exklusivvertrag mit der französischen Marke Roche Bobois abschloss. Doch auf Dauer wollten Renata Pozzoli und Luigi Bestetti mit eigenen Kollektionen bestehen.

1988 holten sie einen jungen Architekten als Art-Direktor ins Haus: Piero Lissoni. Living Divani sei lange „lissoni-zentriert“ gewesen, meint Carola Bestetti. Sie habe ihre Eltern davon überzeugen können, dass sich das Unternehmen öffnen und das Angebot erweitern müsse. Die Tochter holte junge Designer ins

Haus, die nicht nur Sofas für Living Divani entwerfen. Den Spanier David Lopez Quincoces zum Beispiel, Jahrgang 1980, von dem der Sessel Era stammt, auf dem Carola Bestetti sitzt. Und Luis Arrivillaga aus Guatemala, ebenfalls im Jahr 1980 geboren, der den Paravent Ceiba entworfen hat, hinter dem Renata Pozzoli und Luigi Bestetti stehen.

Carola Bestetti ist dankbar, dass ihre Eltern sie neue Wege gehen lassen. Hätte es ein Sohn leichter in der von Männern dominierten Branche? Vielleicht, meint Renata Pozzoli, die selbst noch mit vielen Vorurteilen zu kämpfen hatte. Die Tochter spürt wenig davon. Sie habe sich auch nie ernsthaft Gedanken darüber gemacht. „Ich hatte ja meine Mutter vor Augen und bin damit aufgewachsen, dass auch eine Frau Chefin des Unternehmens ist.“



KONZEPT WING: 1 SOFA UMWANDELBAR IN 5 UNTERSCHIEDLICHE INTERIEUR ERLEBNISSE.



MODELL WING - DESIGN: HUGO DE RUITER

KONFIGURIEREN SIE ONLINE AUF WWW.JORI.COM/DE/WING

JORI 1963

The art of fine seating

**LA NUOVA
GENERAZIONE**



Landesmutter: Ministerpräsidentin Hannelore Kraft (SPD) beim Champions-League-Spiel von Borussia Mönchengladbach gegen Celtic Glasgow im Oktober 2016 in Glasgow

Foto dpa



Herausforderer: Armin Laschet (CDU) im April im passenden Trikot auf dem Spielfeld des Tivoli, des Stadions von Alemannia Aachen

Foto Frank Röh

DOPPPEL

PASS

In Nordrhein-Westfalen ist Fußball Herzenssache – auch für die Spitzenkandidaten Hannelore Kraft und Armin Laschet. *Von Reiner Burger*

Über den Zusammenhang von Politik und Fußball wird gerne räsoniert. Connaissure meinen, wie Günter Netzer einst aus der Tiefe des Raums kam, so habe Willy Brandt 1972 in ausichtsloser Lage die Bundestagswahl gewonnen. 1990 wiederum errang zunächst die Nationalelf den dritten Weltmeistertitel, weshalb es logisch war, dass Helmut Kohl dann im Herbst seine dritte Bundestagswahl gewann. Wer weiß, womöglich hätte auch Rot-Grün im Fußballweltmeisterschaftsjahr 2006 doch noch einmal knapp gewonnen, wenn Gerhard Schröder 2005 nicht die Nerven verloren und eine vorgezogene Bundestagswahl herbeigeführt hätte. Anlass dafür war die krachende Abwahl von SPD und Grünen bei der Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen im Mai vor zwölf Jahren. Womit wir zum geografischen Kern des Phänomens vorgedrungen wären.

Nordrhein-Westfalen ist das Fußball-Land Nummer eins der Republik: In dieser Saison spielen fünf nordrhein-westfälische Klubs in der ersten Bundesliga. Nirgendwo in Deutschland gibt es eine vergleichbare Dichte an Vereinen, Profiklubs, Fußballarenen und Fans wie in diesem Bundesland. Während der Fußball in Wolfsburg oder Hoffenheim bis heute irgendwie nur auf Besuch zu sein scheint, ist Nordrhein-Westfalen seine Heimat. So gesehen ist es selbstverständlich, dass man tief im Westen früher oder später vom Fußball auf die Politik kommt oder umgekehrt. Und für Politiker in Nordrhein-Westfalen ist es von besonderem Vorteil, als fußballverrückter zu gelten.

Ministerpräsidentin Hannelore Kraft braucht sich da nicht zu verstellen. Seit gut dreieinhalb Jahrzehnten ist sie eingefleischter Fan von Borussia Mönchengladbach. Regelmäßig kann man die Ministerpräsidentin im Borussia-Park auf der Ehrentribüne sehen, wie sie begeistert ihren

schwarz-weiß-grünen Gladbach-Schal schwingt. Aus voller Kehle singt sie die Vereinsymne mit: „Ja, wir schwören Stein und Bein, auf die Elf vom Niederrhein.“

Es ist echte Leidenschaft. Während man sich von anderen Ministerpräsidenten erzählt, sie hätten im Koffer-raum ihrer Dienstlimousinen sämtliche Fan-Schals aller Fußballklubs ihres Landes dabei, um stets opportun gewappnet zu sein, steht die Ministerpräsidentin unverbrüchlich zur Borussia. Zugleich achtet die Sozialdemokratin darauf, nur gegen ein Bundesliga-Team Abneigung erkennen zu lassen: den FC Bayern München, die CSU unter den Fußballklubs. Manchmal setzt sie das Thema auch gezielt ein für ihre persönliche politische Erzählung „Eine Frau setzt sich durch“. Vor einiger Zeit sagte sie dem „Spiegel“, sie verstehe nicht nur von Politik, sondern auch vom Fußball mehr als manche Männerzirkel.

Erstaunlich aber, dass Kraft, die sich so gerne als Kind des Ruhrgebiets präsentiert, ihre Leidenschaft nicht bei einem Klub aus dem Revier auslebt. Schließlich schlägt hier das Herz des deutschen Fußballs. Auch in der Industrie- und Arbeiterregion begann der Aufstieg des Fußballs in Deutschland. Es waren junge Arbeiter, die 1904 in Gelsenkirchen den Verein Westfalia Schalke gründeten, der 20 Jahre später in FC Schalke 04 umbenannt wurde. Es waren junge Arbeiter, die 1909 in Dortmund ihren Ballspielverein Borussia aus der Taufe hoben. Fußball bot körperlichen Ausgleich, sozialen Halt und half damals wie heute im Schmelztiegel Ruhrpott bei der Integration.

Nach dem Ersten Weltkrieg nahmen die Vereins- und Mitgliederzahlen sprunghaft zu. Fußball wurde zum Massensport. Und Schalke 04 entwickelte sich zur dominierenden Größe im Revier. Zwei Jahre nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs entstand 1947 als eine von fünf

Staffeln der höchsten Spielklasse im deutschen Fußball die Oberliga West. Zu ihren Gründungsmitgliedern zählten Schalke 04, der BVB, die Fortuna aus Düsseldorf und Alemannia Aachen – der Klub, dem sich Hannelore Krafts Herausforderer Armin Laschet von der CDU verschrieben hat. Als 1963 die Bundesliga entstand, war Nordrhein-Westfalen mit fünf Vereinen, darunter dem Meidericher SV (später MSV Duisburg) und Preußen Münster, die unumstritten stärkste Fußballmacht in Deutschland. Der 1. FC Köln wurde Meister. Der FC Bayern München dagegen zählte nicht einmal zu den Gründungsmitgliedern.

Doch die glanzvollen Zeiten des nordrhein-westfälischen Fußballs sind längst vorbei. Viele Fans einst großer Vereine wie des VfL Bochum oder von Rot-Weiß Essen leben den Kult um frühere Erfolge und Helden wie Helmut Rahn, der bei der Weltmeisterschaft 1954 in Bern das wohl berühmteste Tor der deutschen Fußballgeschichte schoss. Es ist eine Mythenbildung, die typisch ist für Nordrhein-Westfalen, das den Anschluss an die Spitzenplätze schon vor Jahren verloren hat.

In Essen begann sich auch Hannelore Kraft für Fußball zu interessieren. Ihr Vater nahm sie mit zu Rot-Weiß. Erst in Mönchengladbach aber wurde Kraft zum Fußballfan. In der Stadt am Niederrhein absolvierte sie einen Teil ihrer Banklehre. Arbeitskollegen nahmen sie mit ins Stadion – und dort sprang der Funke über. Heute rangiert Hannelore Krafts Herzensverein in der Bundesligatabelle, so wie Nordrhein-Westfalen regelmäßig bei Länderrankings, im Mittelfeld. Eine Zeitlang konnte immerhin der BVB, der noch vor fünf Jahren deutscher Meister war, den FC Bayern in den Schatten stellen. Doch zur Zeit kann nicht einmal das nordrhein-westfälische Top-Team mit den Bayern in der Tabelle mithalten.

Auch das gehört längst zur bitteren Wahrheit: Wer ganz hoch hinaus will im Profifußball, verlässt Nordrhein-Westfalen. Wie Mesut Özil, der Zauberfuß, oder Manuel Neuer, der Welttorwart, die ihre Kunst in Gelsenkirchen gelernt haben, wo so vieles weggebrochen ist und nur eine Gewissheit geblieben ist: Fußball.

Wie in der Bundesliga ist es bei Länder-Vergleichen: Am Ende gewinnen meistens die Bayern. In seinen Wahlkampfreden hat Laschet deshalb immer und immer wieder diesen Satz eingebaut: Wir wollen auch mal wieder die Bayern schlagen. Ein Fußballvergleich sei dankbar, weil man so das eigene Land nicht schlechtrede, sagt er. Die Botschaft sei vielmehr: Wir können so gut sein wie die Erfolgreichen. „Ein Spiel zu gewinnen ist immer schön, Bayern zu schlagen ist aber etwas ganz Besonderes.“

Gern erinnert sich Laschet an die Saison 2003/2004. Am 4. Februar 2004 schlug die damalige Zweitliga-Mannschaft Alemannia im DFB-Pokal den FC Bayern München und zog am Ende ins Finale ein. Laschet war mit seinem Sohn im alten Tivoli-Stadion bei dem historischen Ereignis dabei. „Ich sehe wie in Zeitlupe vor mir, wie der Bayern-Torwart vergeblich nach dem Ball hechtet. Dann steht es 2:1! Sensationell!“ Tagelang hatte Laschet, der damals noch Europaabgeordneter war, keine Stimme. „So heftig hatten wir alle mitgesungen, mitgebrüllt.“

Fußball und Politik, das hat für Laschet auch eine persönliche Dimension. Denn auf dem Tivoli begann seine Freundschaft mit Reiner Priggen, dem späteren Chef der Grünen-Fraktion im nordrhein-westfälischen Landtag. Priggen ist ebenfalls Alemannia-Fan und hat ebenfalls eine Jahreskarte. Auf der Fußballtribüne kamen die beiden erstmals intensiver ins Gespräch. Gerne hätten die Fußballfreunde in Nordrhein-Westfalen eine schwarz-grüne

Koalition eingefädelt. Doch die Wahlergebnisse gaben das bislang nie her. Dafür waren Priggen und Laschet einmal Teil einer übergroßen politischen Fußball-Koalition. Dass die Aachener Alemannia im Sommer 2009 ihr schönes neues Stadion eröffnen konnte, war nur möglich, weil SPD, CDU und Grüne den Weg für eine Landesbürgerschaft von 23 Millionen Euro ebneten konnten. So schien der Verein in der Lage, seinen 50 Millionen Euro teuren neuen Tivoli zu bauen. Es war die letzte Landesbürgerschaft, die es in Nordrhein-Westfalen für ein Stadion gab. Denn der Schein trog. Das vollständig über Kredite finanzierte Projekt überforderte den Klub. Nach dem sportlichen Desaster – die Alemannia stieg im Mai 2012 in die dritte Liga ab – folgte Ende November 2012 der wirtschaftliche Offenbarungseid. Priggen sagte damals: „Die Politik muss sich künftig aus dem Fußballgeschäft heraushalten, weil enorme Kosten mit einem hohen Risiko und undurchsichtigen Interessen verbunden sind.“ Seit 2013 spielt der Verein sogar nur noch in der Regionalliga West. Und Ende März musste er zum zweiten Mal Insolvenz beantragen.

Als Alemannia-Fan müsse man wirklich leidensfähig sein, sagt Laschet. Den eigenen Farben könne man aber natürlich nicht untreu werden. Wie so viele Fans von Klubs aus kleineren Städten habe allerdings auch er eine Zweitsympathie in der Bundesliga, sagt er und lächelt verlegen. „Wie sage ich das jetzt am besten?“ Wenn man jung sei, funktioniere die Identifikation über Spielerpersönlichkeiten. „Es war bei der Weltmeisterschaft 1974, ich war 13 und fand Beckenbauer toll, Hoeneß, Breitner und Gerd Müller – sensationell, der Müller!“ Über diese Spieler sei er beim FC Bayern gelandet. Ist es die Sehnsucht nach Teilhabe am Erfolg? „Es ist wirklich nur Zweitsympathie“, versichert Laschet. „Denn das Größte wäre, wenn meine Alemannia

eines Tages nochmal die Bayern schlagen würde. So wie 2004.“ Einen Bayern-Schal hänge er sich nicht um. „Schwarz-Gelb sind meine Fußballfarben.“

Peer Steinbrück, dem früheren nordrhein-westfälischen Ministerpräsidenten, sei da einmal ein schwerer Fehler unterlaufen. Im Bundestagswahlkampf 2013 rief ein fünf Jahre altes Foto Aufregung hervor, auf dem Steinbrück in der Arena auf Schalke mit einem Schalke-Schal zu sehen ist, obwohl sein Herz dem BVB gehört. Es war das größte No-Go, weil es keine inniger ausgelebte Rivalität gibt als die zwischen Schalke 04 und dem BVB.

Wie sehr der Blick auf die Politik manchmal durch fußballerische Maßstäbe geprägt ist, zeigte sich 2010 auf geradezu entwerfende Weise. Damals hatte die Landtagswahl keine klaren Mehrheitsverhältnisse gebracht. Während sich CDU und SPD in anderen Bundesländern zu einer großen Koalition zusammengerauft hätten, zog Hannelore Kraft das Wagnis rot-grüne Minderheitsregierung vor. Man konnte die Entscheidung machtpolitisch begründen: Nur so hatte Kraft die Chance, Ministerpräsidentin zu werden. Ein einflussreicher Sozialdemokrat sagte aber, eine große Koalition in Nordrhein-Westfalen sei so absurd wie die Idee, gleichzeitig Schalke- und Dortmund-Fan sein zu wollen. Vielleicht wird die Deutung nach der Landtagswahl am Sonntag wieder aktuell.

Eines hat Laschet nie verstanden: Warum der Machtmensch Gerhard Schröder 2005 am Abend der Landtagswahl in Nordrhein-Westfalen die Neuwahl im Bund ausrief. „Hätte die Bundestagswahl regulär im Herbst 2006 stattgefunden, nach dem Sommermärchen, dann hätte Schröder mit Sicherheit gewonnen. Die WM im eigenen Land, mehr Glücksgefühl, mehr Identifikation auch mit der Regierung geht nicht.“

Die Westfalen halten, was die Rheinländer versprechen. Schon solche Sätze zeigen: Das Bindestrich-Bundesland ist sich selbst nicht geheuer. Wir erklären die vielen Unterschiede – und finden sogar ein paar Gemeinsamkeiten.

Von *Timo Steppat (Rheinland) und Alfons Kaiser (Westfalen)*

SPRACHE

Der Dialekt ist hier eine sanftere Sprachfärbung. Wenn man den Singsang Konrad Adenauers im einen Ohr hat, Ulla Schmidt aus Aachen im anderen, kommt das Sound recht nah. In Kneipe und Straßenbahn wird er gepaart mit einer Umgangssprache, die Worte klein lutscht wie Bombons. Anleihen nimmt sie aus echten Dialekten, dem Kölschen oder dem niederrheinischen Platt.

ESSEN



Das Essen ist einfach und leider oft schlecht zubereitet. Brauhäuser verunzen gern „Himmel un Ääd“ (gebratene Blutwurst mit Kartoffelpüree und Apfelmus). Der rheinische Sauerbraten (Foto) ist allzu oft nur ein Schatten seiner selbst. Also besser bei Omma essen.



Es gilt der Satz aus Inflationszeiten: „Is und trink, so lang Dir's schmeckt, schon zwei Mal ist uns Geld verreckt.“ Blutwurst, Schinken, dicke Bohnen mit Speck: Fleisch ist hier noch ein Stück Lebenskraft. Vegetarier sind wahrscheinlich Grünen-Wähler aus Düsseldorf.

LEBENSGEFÜHL

Schwebend. Untereinander streiten sich Kölner und Düsseldorfler gerne. Was sie verbindet, ist – außer dem Rhein – wahrscheinlich am ehesten das Lebensgefühl. Es sind keineswegs alle immer gut gelaunt. Aber man sieht den Tatsachen erst mal positiv ins Auge, lehnt allzu große Änderungen ab, nimmt vieles nicht so ernst – und lebt im Hier und Jetzt.

FUSSBALL

Keiner wird hier deutscher Meister, und international sieht's auch nicht rosig aus, aber alle spielen irgendwie mit. Bayer Leverkusen, der 1. FC Köln (im Bild: Anthony Modeste), Fortuna Düsseldorf, Borussia Mönchengladbach und, okay, sogar der MSV Duisburg.



Arminia Bielefeld, VfL Bochum, Preußen Münster, SC Paderborn 07 – alle mal erste Liga, aber vergessen wir das. Denken wir lieber an Borussia Dortmund (im Bild: Marco Reus) und Schalke 04. Ganz zu recht also streht das tolle neue Deutsche Fußballmuseum in Dortmund.



KIRCHEN

Es gibt so viele, aber nur eine von Weltruhm: den Kölner Dom. Nach dem Zweiten Weltkrieg war die Altstadt komplett zerstört, nur der Dom bekam wie durch ein Wunder fast nichts ab. Es hatte Jahrhundertgedauert, bis er fertig war: zwischenzeitlich hatte man gar nicht mehr daran geglaubt. Für Kölner war er immer da und wird es immer sein: Er hält noch emmer poor jejang.

FLÜSSE



Es kann nur den einen geben. Der Rhein – hier vor Burg (Mitte) und Schloss (links) Drachenfels – ist groß und schön und das Maß aller Dinge. Er hat so viel Kraft, dass man sich schon fast am Meer fühlt. Nach „Vater Rhein“ hatte der Exilant Heinrich Heine „Sehnsucht und Verlangen“. Wir auch.



Was wäre der Rhein ohne seine Zuflüsse? Sieg, Wupper, Emscher, Lippe, Ruhr (im Bild bei Essen-Kerwig) und viele weitere fließen von rechts herbei, aus westfälischem Kernland. Die Rheinländer haben ihren Fluss, wir haben viele. Und vor allem: Wir haben auch die Quellen.

BIER

Die Vielfalt des Rheinlands, vielleicht auch die Zerrissenheit, spiegelt sich im Bier: Im rheinischen Teil des Ruhrpotts gibt es „lecker Pilsken“, klare Kanne, herb; flussaufwärts in Düsseldorf das Alt, malzig, etwas bitter; und noch ein Stück den Rhein rauf trinken sie Kölsch. Das fließt so leicht durch die Kehle, dass man es für wässrig halten könnte. Aber das glauben auch nur Düsseldorfler.

SPRÜCHE

Allein in Köln füllen die Sprüche ganze Bände. Die Klassiker: „Et kütt wie et kütt“ (Schicksalsergebenheit schützt vor Enttäuschungen), „Kenne mer nit, bruche mer net, fort dome!“ (Neuerungen lehnt man grundsätzlich ab), „Jede Jacke is anders“ (Nachsicht schenken, weil man sie vielleicht selbst mal nötig hat), Universalfragen: „Wat soll dä Quatsch?“ Und: „Drinkste eine met?“

FLORA & FAUNA



Wegen der Natur kommt man nicht hierher. Trotzdem ist es überall grün. Wer Bäume und Pflanzen im großen Stil sucht, der fährt an den Niederrhein oder in die Eifel (wo auch die Schafe auf dem Foto weiden). Oder, okay, gleich nach Westfalen. Denn da gibt's ja nix anderes als „Gegend“.



Hier hat man alles. Kühe auf Wiesen (in Bad Berleburg sogar Wisente), Wälder aus Fichten, Talsperren an Möhne, Sorpe, Bigge und Henne. Allzu oft sieht man hier Autos mit Kennzeichen wie SU, K, BN, GM, MG, LEV ungelenkt herumfahren. Wenn das nicht Zeichen genug sind, wie schön es hier ist.

BROT

Rheinisches Schwarzbrot ist immerhin eine Errungenschaft. Ansonsten ist das Rheinland nicht unbedingt für Backwaren bekannt. Die Bäcker wissen mit der Schwäche umzugehen: Manchmal gibt es an der Theke „Rheinischen Pumpernickel“. Das ist gart gelogen. Das Rezept stammt natürlich aus Westfalen, wo man ihn erfunden hat. Aber das würde hier keiner zugeben.

INDUSTRIE

Man hört den Pulsschlag aus Stahl noch in der Nacht. Autos werden in Köln verschweißt, Schlotte der Chemiewerke thronen über Leverkusen (Foto), in Duisburg glühen noch Hochöfen. Nur in Düsseldorf, dem Schreibtisch des Ruhrpotts – da lässt man die echte Arbeit lieber andere machen.



Das „Land von Kohle und Stahl“ muss sich was einfallen lassen. Das Ruhrgebiet ist schlechter dran als das Rheinland, der Textilindustrie in Ostwestfalen ging es mal besser, und die Bauern müssen kämpfen. Aber es gibt *hidden champions* wie die Elektronikfirma Phoenix Contact (Foto) in Blomburg.



GASTSTÄTTEN

Wenn Sie einen Ort der Entspannung suchen: Meiden Sie Kneipen im Rheinland! Der Kobes im Brauhaus pampt und motzt, ständig steht ungefragt ein neues Bier bereit. In der Ruhrpott-Kneipe fragen die Stammgäste Manni und Kalle: „Wat bis du denn für einer?“ Prinzip: draufhauen, Druck abbauen, annähern. Später Kurze trinken. Die Liebe ist hart und direkt, aber sie wartet an fast jeder Theke.

PROMINENTE



Wo wollen wir anfangen? In Düsseldorf vielleicht: Heinrich Heine, Wim Wenders, Marius Müller-Westernhagen, Campino (Foto), Jürgen Habermas – alle von hier. Markus Lüpertz und Andreas Gursky leben in der Stadt. Eine allzu kleine Auswahl. Und für Köln, Aachen, Bonn oder Duisburg reicht hier einfach der Platz nicht.

MENSCHEN

In Düsseldorf oder Köln leben – und wegziehen müssen, nach Berlin, Münster, egal. Man berichtet es belläufig den Nachbarn, und die verstehen die Welt nicht mehr. Nicht nur aus Nettigkeit oder Bedauern: Echte Rheinländer haben tiefe Zweifel, dass man anderswo überhaupt leben kann. Sie sind heimatverliebt, in Teilen selbstbesoffen, offen, herzlich – und trotzdem neugierig.

FLUGHÄFEN

Man kommt wirklich gut weg aus dem Rheinland: Düsseldorf hat den internationalen Flughafen, die Nummer drei in Deutschland. Der kleine Airport Köln/Bonn, benannt nach Konrad Adenauer, ist 14 S-Bahn-Minuten von der Kölner City entfernt. Hier hat die Lufthansa-Billing-Tochter Eurowings ihr Drehkreuz. Für wenig Geld geht es nach Phuket, Cancun oder Mauritius.

KARNEVAL

Der Karneval auf Straßen und in Kneipen verbindet. Jeder erzählt hinterher andere Geschichten, aber alle sind gleich: Man findet neue Freunde, betrinkt sich, verliert die anderen, verliebt sich, trinkt Schnäpse mit Mexikanern. Viel Action – und dann zurück zu rheinischer Gelassenheit.



Ausgerechnet in der letzten Kategorie müssen wir es zugeben: Ja, im Karneval feiern sind die Rheinländer besser. Es gibt auch Karneval in Siegen, Attendorn, Unna, Hagen, Brilon, Münster (Foto) oder Oelde. Aber man muss sich doch jedes Jahr wieder fragen: Was soll der Scherz?





Hermann Paczkowski, früher Hobelfahrer



Fritz Müller, früher Kohlenhauer



Joachim Schmidt, früher Wettersteiger und Mitglied der Grubenwehr



Kunibert Kiehne, früher Hauer, heute erster Vorsitzender des Bergmannsvereins St. Barbara

ÜBER TAGE

Der Bergbau hat früher halb Nordrhein-Westfalen ernährt. Mit den auslaufenden Subventionen geht unter Tage endgültig das Licht aus. Die Bilder der alten Bergleute von Westerholt erzählen noch von Stolz und Tragik des Ruhrgebiets.

Fotos Ben Kuhlmann



In der Mühlenforte: Vereinsheim der alten Bergleute



Unter St. Barbaras Augen: Reliquien im Vereinsheim



Mit brennendem Docht: Grubenlicht aus dem 19. Jahrhundert

Seine weißen Bettlaken hängte man hier früher besser nicht im Freien auf. Denn es wurde malocht, die Schornsteine qualmten, und der Himmel war rußverhangen. Heute kann man die weiße Wäsche im Ruhrgebiet wieder auf dem Balkon trocknen. Die Subventionen für den Steinkohlebergbau laufen aus. Was dem Pott einst seine Bedeutung gab, existiert bald nicht mehr. Der Beruf des Bergmanns stirbt aus, und Fördertürme sind nur noch hohle Skelette im größten deutschen Ballungszentrum.

Auch Joachim Schmidt, Arno Kendzia, Hermann Paczkowski, Fritz Müller und Kunibert Kiehne, Mitglieder des Knappenvereins St. Barbara, hauen keine Kohle mehr. 2008 schloss ihr Bergwerk Lippe an der Egonstraße von Westerholt, einem Stadtteil von Herten, nördlich von Gelsenkirchen und westlich von Recklinghausen gelegen.

Nun treffen sich die Knappen in der kleinen Mühlenforte in der Altstadt von Westerholt. Es gibt Mettbrötchen und Pils. In den engen Räumen finden sich Requisiten aus dem vergangenen Jahrhundert. Die Augen der Schutzpatronin St. Barbara wachen über Werkzeug und Grubenlampen. In Westerholt werden die Erinnerungen aufbewahrt und ausgetauscht. Die Kumpel sind stolz auf das, was sie ihr Leben lang getan haben. Wenn sie am Ende eines Monats den Inhalt ihrer Lohntüten nicht am Tresen einer Kneipe ließen, konnten sie ihre Familien schließlich so gut ernähren wie Akademiker.

So soll es auch in meiner Familie gewesen sein. Als meine Großeltern jung waren, zogen sie aus Norddeutschland in das verheißungsvolle Gebiet zwischen Lippe und

Ruhr. Der Großvater musste als Bergmann eine siebenköpfige Familie ernähren. Meine Mutter war ein Kind des florierenden Ruhrgebiets. Bei meinen späteren Besuchen spürte ich die Freude und den Stolz der Großeltern über das, was sie geschafft und geschaffen hatten.

Als Foto-Student wollte ich nach dem Tod meines Großvaters mehr über die Arbeit unter Tage erfahren. Ich fuhr in einem der letzten deutschen Steinkohlebergwerke mehr als 1000 Meter tief in die Erde, das war so beeindruckend wie bedrückend. Die visuelle Bandbreite des Ruhrgebiets faszinierte mich. Ich wollte die Entwicklung des Bergbaus dokumentieren, den Charme des Stillstands in leeren Zechen.

Beim Bergwerk Lippe konnte ich die fast unveränderten Arbeitsstätten über Tage dokumentieren; viele Schächte waren mittlerweile mit Schotter oder Beton aufgefüllt worden. Es lag auf der Hand, die Männer ausfindig zu machen, die dort tagein, tagaus gearbeitet hatten. Im Bergmannsverein Westerholt fanden sich die Arbeiter, die täglich an den Maschinen standen, die ein- und ausstempelten und sich in der Waschkaupe den Kohlenstaub aus dem Gesicht wuschen.

Wie schnell der Strukturwandel voranschreitet, zeigen nicht nur die schrumpfende Zahl der Bergleute, die Umnutzung alter Industrieflächen und die neuen Windräder neben den alten Fördertürmen. Die früheren Hauer, Steiger und Sprengmeister um den Vereinsvorsitzenden Kunibert Kiehne genießen nach all den Mühen ihren Ruhestand. Einer von ihnen, Hermann Paczkowski, ist schon gestorben. Dem deutschen Bergbau ist er im Tod vorangegangen. *Ben Kuhlmann*



Arno Kendzia, früher Sprengbeauftragter

Café mit Aussicht

Runde Formen, bunte Farben: Im Kölner Rheinpark wird ein Architekturjuwel der fünfziger Jahre endlich instandgesetzt.

Von *Andreas Rossmann*

In diesem Frühjahr hätte der sechzigste Geburtstag gefeiert werden können. Wenn es denn etwas zu feiern gäbe. Aber noch sieht es danach nicht aus. Das Gebäude ist eingerüstet, Bretter und rot-weiße Sperrbänder sichern es ab. Der Putz blättert, Rost nagt an Geländern, Brüstungen, Rohren und Dachkanten, Schutt liegt in den Räumen, Graffiti verschandeln die Wände. Ein Infopavillon, in dem eine kleine Ausstellung Zukunftsmusik anstimmt, steht davor, neben Dixi-Klos und Containern. Lange war das Parkcafé im Kölner Rheinpark dem Verfall preisgegeben, jetzt ist es endlich eine Baustelle. Doch ein Jahr wird es noch dauern, bis es wieder neu, also im alten Glanz, erstrahlt. Als Architekturjuwel der fünfziger Jahre.

Am 29. April 1957 wurde in Köln die Bundesgartenschau (Buga) eröffnet und mit ihr das Parkcafé. Der Frankfurter Architekt Rambald von Steinbüchel-Rheinwall hatte 1954 mit dem Gartenarchitekten Herbert W. Dirks aus Bad Nauheim den Wettbewerb gewonnen. Doch den Auftrag erhielt er nicht. Für die Ausgestaltung der Rahmenplanung wurde eine Arbeitsgemeinschaft gegründet; sie sollte die besten Elemente der preisgekrönten Vorschläge zusammenführen. Steinbüchel-Rheinwall, der 1926 bei Hans Poelzig sein Studium abgeschlossen und dann im Büro von Peter Behrens gearbeitet hatte, blieb das Parkcafé. Als Trostpreis.

Bundesgartenschau 1957 – das war auch Wiederaufbau. Der Krieg hatte die Parkanlagen in eine Wüste aus Bombentrümmern und Trümmerhalden verwandelt. Häuser und öffentliche Gebäude wiederherzustellen, um Wohnraum zu schaffen und die Verwaltung wieder in Gang zu setzen, war zunächst dringlicher. Nun sollte gezeigt werden, dass die belasteten und belastenden Formen überwunden waren. Leichtigkeit und Transparenz hießen die Leitlinien. Die Architektur sollte die alte

Ordnung abwerfen und zum Impuls des Aufbruchs werden. Schon 1951 hatte der Kölner Gartenbaudirektor Kurt Schönbohm ein Konzept skizziert, das sich von Achsen und geometrischen Grundrissen verabschiedete – diese Ideen flossen in die Planungen der Bundesgartenschau ein.

Der Ort auf der „schäl sick“, der rechten Rheinseite, gegenüber der Innenstadt, hat eine wechselvolle Geschichte. Erstmals bebaut wurde die Auenlandschaft von den Preußen, die 1818 Deutz zum Brückenkopf der Kölner Festung machten und ihm von 1859 bis 1863 hier das Fort XII vorlagerten. Im Osten des Geländes wurde 1872 die Endstation der Bergisch-Märkischen Eisenbahn errichtet, im Mai 1914 die Werkbundaussstellung veranstaltet. Von 1922 bis 1924 wurden im südlichen Abschnitt, auf Initiative von Oberbürgermeister Konrad Adenauer, die Messehallen („Adenauers Pferdeställe“) gebaut, und 1928 fand hier, wieder auf Initiative des Stadtoberhauptes, die Ausstellung über das Pressewesen „Pressa“ statt, für die Adolf Abel, der Leiter des Hochbauamts, eine von Backsteinfassaden geprägte Mantelbebauung mit Kolonnaden, Turm und Aussichtsterrasse schuf. In der Nazizeit wurde das Gelände beschlagnahmt: Die Wehrmacht richtete ein Kriegsgefangenenlager ein, ab Mai 1940 wurden 1500 Sinti und Roma, ab Oktober 1941 von hier 11.000 Juden in Konzentrations- und Vernichtungslager deportiert. Im September 1943 wurde eine Außenstelle des KZ Buchenwald eingerichtet. Vom „Rheinvolkspark“ zum ersten Kreis der Hölle.

„Blumen blühen am Rhein“ lautete 1957, schlicht und unbeschwert, der Slogan der Bundesgartenschau. Die Stadt putzte sich heraus. 1.371.560 Bäume, Sträucher und Blumen wurden gepflanzt. „Flower Power“ *ante verbum*: So viel Aufblühen war nie! Die Besucher strömten, rund 4,3 Millionen in 179 Tagen. Der Erfolg ließ sich nicht wiederholen. Der Versuch



einer Neuauflage 1971 auf dem gleichen Gelände, erweitert um einen Brückenschlag über den Strom in die Riehler Auen, scheiterte am Geld.

Die Bundesgartenschau war 1957 das herausragende Ereignis in Köln; Bundespräsident Theodor Heuss und Bundeskanzler Adenauer sprachen als Schirmherren zur Eröffnung. Aber sie war nicht das einzige. Die Stadt, so warb sie in einem bunten Faltblatt, auf dem die drei Kronen in ihrem Wappen zu gelben Tulpen mutiert sind, „beweist, dass sie mit Recht die Metropole am Rhein genannt wird“. Am 25. Mai wurde das Wallraf-Richartz-Museum (heute Museum für Angewandte Kunst), am 15. Juni das Historische Museum im Zeughaus (heute Kölnisches Stadtmuseum) eröffnet, und am 18. Mai stand „das neue, im Stil einmalige Opernhaus erstmalig zu kulturellen Veranstaltungen bereit“. Chor-Tage, Internationale Tanz-Festspiele, Gemälde-Ausstellungen, das Deutsche Mozartfest sowie 128 Tagungen und Kongresse, 32 davon mit Bezug zur Gartenschau – die Buga als Motor der Stadtentwicklung und Stadtwerbung.



Frank Tinzmann (l.) und Roberto Campione

Eine Blume ist auch das Parkcafé, und was für eine. „Nach allen Seiten hin, von einem Kern ausgehend, strecken sich die Platten in die Luft, ähnlich wie die Blätter oder die Zweige eines Baumes“, so beschrieb es der Architekt. Doch die Farben der organischen Bauplastik, die hinten auf den beiden Schulterkapponnieren des Forts steht und sich mit weit gekurvt Terrassen und Dächern zum Park öffnet, lassen

weniger einen Baum als eine Blume assoziieren: Die Unterseite der ersten Dachterrasse ist blau, die der oberen Verdachung gelb, die Stützen sind weiß gestrichen – Farben, die sich in den organisch geformten Beeten des Blumenhofs wiederfinden. Die Möblierung, von Architekt Karl Zuschlag entworfen, setzt es im Innern fort: gelbe und rote Stühle an dunkelgrünen und dunkelblauen Tischen. Asymmetrisch, transparent, vor- und zurückspringend, geschwungene Linien, eine nierenförmig überkragende Terrasse.

Die Architektur vermittelt viel vom Lebensgefühl der Zeit, dem schon andere Neubauten in Köln wie das mit Messing-Agraffen und türkisfarbenen Bordüren verzierte Blau-Gold-Haus (1952) am Domkloster oder das 4711-Haus (1950) in Ehrenfeld Ausdruck gegeben hatten.

Die originalen Farben hielten nicht lange, für die zweite Buga wurden die Säulen schwarz gestrichen. Zur Eröffnung befanden sich im Erdgeschoss ein Bierrestaurant und eine Snackbar, die bald einer „Automatenstraße“ weichen mussten, im ersten Obergeschoss ein Café mit Terrasse und Außengastronomie und darüber die große

Dachterrasse, auf der Musik gespielt und getanzt wurde. Doch so beliebt wie im ersten Jahr blieb der Treffpunkt nicht lange. Das Café ganzjährig und rentabel zu bewirtschaften erwies sich als schwierig; die Anziehungskraft des Rheinparks ließ nach, und die Lage in seiner Mitte, innenstadtnah, doch nicht einfach zu erreichen, machte es abhängig von Wetter und Jahreszeit.

Hinzu kamen funktionale Mängel. Das Gebäude verfügte weder über eine durchgehende Innentreppe noch über einen Personenaufzug. Was im ersten Obergeschoss gekocht wurde, war lauwarm, bis es auf der Dachterrasse ankam. Mehrere Pläne einer neuen Nutzung – etwa als Ausstellungssatellit der Messe oder als Speiseeis-Museum – scheiterten.



So sieht es aus: Die Tulpen blühen, und am Café wird gearbeitet.

So sah es aus: Am Parkcafé blühen im Mai 1957 rechtzeitig zur Bundesgartenschau die Tulpen – und die schönen Ideen einer leicht beschwingten Nachkriegsarchitektur.

Mehr als zehn Jahre lang entzog die Stadt dem Gebäude, das sie selbst 1989 unter Schutz gestellt hatte, die Pflege, zu der das Gesetz verpflichtet. Auf das gefährdete Kleinod aufmerksam machte 2013 Oliver Grebes Initiative „perle sucht dame“. Der Architekt engagierte sich unter anderem mit einer Ausstellung für den Erhalt. Schon 2011 hatte das Amt für Wirtschaftsförderung das Projekt in das Programm „Win-Win für Köln“ aufgenommen: Das Café soll mit Arbeitslosen und schwer Vermittelbaren betrieben werden, nachdem der Architekt Bodo Marciniak es denkmalgerecht saniert hat. Ein- und Umbauten sind nicht zu vermeiden. So wird die Rampe zur Dachterrasse weichen. Die weit ausschwingende stufenlose Rampe zur unteren Terrasse aber bleibt.

Die Stadt investiert 2,7 Millionen Euro, die innerhalb von 25 Jahren als Mieteneinnahmen in den Haushalt zurückfließen sollen. Am meisten überzeugt hat sie das Betreiberkonzept von Roberto Campione und Frank Tinzmann, die das Café das ganze Jahr über geöffnet halten wollen: Unten sollen ein Kiosk und ein Bistro mit Außengastronomie entstehen, darüber ein Restaurant und oben eine Bar und eine Lounge, die auch geschlossene Gesellschaften aufnehmen können.

Der Niedergang des Parkcafés ist in Köln kein Einzelfall, wie die vernachlässigte Bauunterhaltung von Opern- und Schauspielhaus zeigt. Im Parkcafé könnte immerhin der 61. Geburtstag im nächsten Jahr ein Grund zum Feiern sein. Wenn dann der Blick von der Terrasse über den Park und den Fluss schweift, wird er auf die Bastei fallen, die gegenüber am linken Rheinufer steht. Auch ein Aussichtslokal. Auch ein Architekturjuwel, expressionistische Baukunst von 1924. Und auch eine Immobilie, die leersteht und saniert werden muss. Aber eine andere Geschichte. ◀



Tief im Westen: Die Wahrheit liegt an der Theke, auch in Elfriede Feys Kneipe.



Wo die Sonne verstaubt: Currywurst und Fußball gehören in Bochum zusammen.



Ist es besser: Das Schauspielhaus wurde dank Claus Peymann und Peter Zadek bekannt.



Viel besser, als man glaubt: Das alte Gerichtsgebäude soll demnächst abgerissen werden.

Am Ende musste es dann doch sein. Bei Elfriede Fey am Tresen stehen, die Deckenbalken mit Fußball-Schals geschmückt, an der Wand die Knobelbecher der Stammgäste, jeder mit Namen versehen. Unzählige Fotos, Karten, Uhren, Prütt. „Ich muss ja alles sammeln“, sagt Elfriede. Hinten im Eck die Puzzles, die Elfriede vollendet hat. Eine Dschungelansicht mit exotischen Vögeln und einem Jaguar, 18.000 Teile. In der kleinen Küche nebenan bruzeln die Reibekuchen. Es ist kurz nach sechs. Bald kommen die ersten Stammgäste, und die haben meistens Hunger. Elfriede schenkt erst einmal Bier aus und erzählt.

Zu Besuch in Bochum. Der Kabarettist und Autor Frank Goosen soll durch seine Heimatstadt führen. Das Ruhrgebiet, Heimat für fünf Millionen Menschen und riesiger Ballungsraum im Herzen Europas, bot schon immer Stoff für Geschichten. Vom harten Leben unter Tage und den Jahren des Wirtschaftswunders. Später dann vor allem Strukturwandel, Arbeitslosigkeit. Doch es mehren sich die Beschreibungen, die das Ruhrgebiet wieder in positiven Farben malen. Zechen, die zu Kulturdenkmälern wurden, atemraubender Industrieschick. Unverfälschte Menschen, viel Platz für Ideen und billige Mieten. Und hat nicht Berlin seine Zeit als bester Ort für Künstler längst überschritten?

Frank Goosen guckt belustigt, er hört das nicht zum ersten Mal. „Ja. Dieser Reiz wird jetzt irgendwie an uns herangetragen.“ Aber es sei wirklich nicht so, dass die Künstler plötzlich hordenweise ins Ruhrgebiet zögen. „Die billigen Mieten allein reichen nicht.“

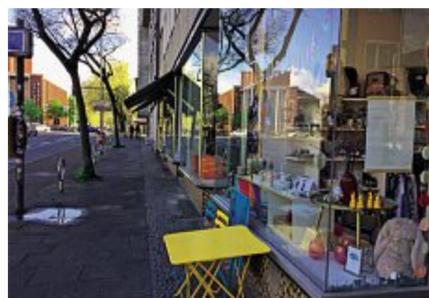
Goosen führt gleich hinaus aus der Innenstadt, in der viel westdeutsche Fußgängerzone und wenig Urbanität das Bild prägen, und hinein ins Bermudadreieck, ein Auschviertel nahe dem Hauptbahnhof, für das Bochum tatsächlich im ganzen Ruhrgebiet und darüber hinaus bekannt ist. Über zwei Blocks reihet sich in einer kleinen Fußgängerzone Kneipe an Kneipe. Robuste Biertische und lange Bänke zeugen von den Massen, die jeden Abend kommen. Ein Einerlei von Happy-Hour-Angeboten, Werbung großer Brauereiketten, dazwischen aber auch kleine Kneipen mit langer Tradition. „Hier hat die Stadt seit den



Du bist keine Schönheit: Das Zentrum ist eben – Fußgängerzone.



Vor Arbeit ganz grau: Auch das Brauen hat hier Tradition.



Du liebst Dich ohne Schminke: Designstücke in Retro-Optik

FOTOS: ALEXANDER HANEKE



Bist ne ehrliche Haut: Der Katholikentagsbahnhof wird Theater.



Leider total verbaut: Das Bergbaumuseum ragt heraus.



Aber grade das macht Dich aus: Elfriede Fey und Frank Goosen

SEIN REVIER

Eine Runde Heimatgefühl:
Ein Gang durch Bochum mit dem Schriftsteller
und Kabarettisten Frank Goosen.

Von Alexander Haneke

siebziger Jahren einiges richtig gemacht“, sagt Goosen. Den Pionieren der Kneipenszene legte die Verwaltung nie Steine in den Weg. Fragen wie Lärmschutz wurden hintangestellt. „Eine Kernkompetenz von Bochum war immer Freizeit, Kneipen, Theater.“

Frank Goosen ist ein Anhänger der Idee, das Ruhrgebiet zu einer Metropole zusammenzuführen. „Die gemeinsame Identität gibt es“, sagt er. Die Rivalität zwischen den Städten und ihren Fußballvereinen werde gerne von den Medien hochgespielt, doch der Zusammenhalt sei da. „Es wird ja gerne vergessen, dass die Leute in allen Stadien ‚Ruhrpott, Ruhrpott‘ skandiert haben, als Dortmund und Schalke in den neunziger Jahren die Europapokale gewonnen haben.“ Die Menschen seien da weiter als die Politik, was das Zusammenwachsen betrifft. Der Autor meint damit

nicht nur, dass die Region in drei Regierungsbezirke getrennt ist. „Die eine Sache, die wirklich verhindert, dass wir ne Metropole werden, das sind die 24 Verkehrsunternehmen, die ihr eigenes Ding machen, mit unterschiedlichen Schienenbreiten in Dortmund und Bochum.“

Goosen redet leise und konzentriert, wenn er die Geschichte der Stadt erzählt. Das Thema ist ihm wichtig. In den neunziger Jahren begann er mit dem Kabarett, 2000 veröffentlichte er seinen ersten Roman. „Liegen lernen“ beschreibt das Aufwachen im Westdeutschland der achtziger Jahre. Erst in Bühnenprogrammen über Fußball fing er an, auf das Ruhrgebiet einzugehen. Im Programm „A40“, benannt nach der Autobahn, die quer durch das Ruhrgebiet führt, prägte er einen Satz, der dem diffusen Heimatgefühl der Bewohner des alten Kohlreviers aus-

druck gab: „Woanders is’ auch scheiße“, lautete der. „Jeder, der drei Gramm Hirngewicht hat, muss ja zugeben, dass nach objektiven Kriterien andere Landstriche schöner sind“, sagt Goosen. Aber wenn es um das Gefühl von Zugehörigkeit gehe, sei das egal. „Manche sagen: ‚Hier ist es scheiße.‘ Aber die allermeisten denken: ‚Genauso fühlt es sich hier an. Und was soll ich auch woanders?‘“

Wenn Goosen durch Bochum geht, zieht er sich eine Kappe tief ins Gesicht. Man kennt ihn in seiner Heimatstadt. Im Schauspielhaus hat er regelmäßig eine „Literatur-Late-Night-Show“, seit 2010 sitzt er im Aufsichtsrat des VfL Bochum. Ein Bekannter klopf ihm im Vorbeigehen auf die Schulter. „Du zeigst, wie herrlich hier alles ist“, kommentiert er die Stadtführung und geht mit einem Lachen weiter. Den Spott über ihre Heimat überlassen die Einheimischen ungern den Besuchern.

Neben dem Unionstheater, einem traditionsreichen Kino, dessen dunkle, expressionistische Backsteinfassade die flache westdeutsche Nachkriegseintönigkeit im Bermudadreieck überragt, quetscht sich in eine Baulücke Bochums berühmteste Bratwurstbude, das Bratwursthaus. Lasierte Holzpaneele, die offenbar den ländlichen Charme einer Holzhütte ins Ruhrgebiet holen sollen, dahinter in brutzelndem heißem Fett die Currywürste, die schon der wohl berühmteste Sohn der Stadt, Herbert Grönemeyer, besang. Gegenüber stehen schon am frühen Nachmittag einige Berufstrinker unter der Markise einer Kneipe wortlos beisammen und rauchen Zigaretten bis zum Filter. Gesichter, die versehrt wirken wie von Jahrzehnten des Strukturwandels.

Bevor das Bermudadreieck zur Fußgängerzone wurde, führen hier die Halbstarcken des Ruhrgebiets ihre aufgemöbelten Autos spazieren. Viele getunte Mantas sollen darunter gewesen sein, die zum Inbegriff echter Ruhrpott-Prolligkeit wurden. „Opel hat hier immer eine enorme symbolische Bedeutung gehabt“, sagt Goosen. „Die wurde später vielleicht sogar größer als die wirtschaftliche.“ In den fünfziger Jahren holten die Stadtväter den Autobauer mit hohem Risiko nach Bochum. „Die Leute sind da wirklich vom Pütt ans Band gewechselt. Das ist ein Grund, warum hier der Strukturwandel etwas milder abgelaufen

ist als in Gelsenkirchen oder Oberhausen.“ Das Opelwerk wurde 2014 endgültig dichtgemacht. Aber die Manta-Fahrer bleiben legendär.

„Diese ganzen Figuren gibt es hier ja wirklich“, sagt Goosen. „Die muss man gar nicht zuspitzen. Auch einen Atze Schröder, solche Typen hast du hier fast eins zu eins.“ Seine Frau, die aus dem Fränkischen kommt, habe die Pott-Komödie „Bang Boom Bang“ früher für total übertrieben gehalten. Männer mit Vokuhila, Bomberjacke und Jogginghose. Nach kurzer Zeit in Bochum habe sie eingesehen, dass das keine Übertreibung war. „Vielleicht ist es tatsächlich eine Besonderheit des Ruhrgebiets, dass sich unter den Bedingungen, unter denen hier gelebt und gearbeitet wurde, das irgendwie entladen musste.“

Es gebe sogar Linguisten, die behaupteten, dass sich die Art des Dialekts entwickelt habe, um gegen den Lärm der Maschinen unter Tage anzukommen, erzählt Goosen. „Dieses Knappe. Teilweise bis in die Grammatik hinein. Man musste da schnell auf den Punkt kommen.“ Der Ruhrgebietshumor sei schnell und direkt. Für Kabarettisten ein ideales Arbeitsfeld.

Am zentralen Platz des Viertels herrscht beinahe Biergartenatmosphäre unter alten Bäumen. In einer vergitterten Rotunde, die an ein Gasometer erinnert, ist ein Skate-Park eingerichtet. In großen Buchstaben der zur Marke gewordene Name „Bermuda3eck“. Auf der anderen Seite begrenzt die Beton-Hochbahntrasse das Auschviertel. Mit etwas gutem Willen lässt sich dem Arrangement ein Gefühl von Urbanität abringen. Doch unmittelbar dahinter beginnt schon die erste Brachfläche, seit Jahrzehnten ungenutzt. Schotter, altes Pflaster und Gestrüpp mitten in der Stadt. „Die Stadt hat immer von Loftbebauung für junge Kreative geträumt“, erzählt Goosen. Doch die Stadt ist klamm. Immerhin konnte man verhindern, dass sich auf der Fläche wie andernorts Fast-Food-Ketten und Autowaschstraßen breitmachten.

Hinter einem Bauzaun steht, von Schutt umgeben, ein backsteinerner Flachbau, den in seinen klaren Formen ein Hauch von klassischer Moderne umweht: der alte Katholikentagsbahnhof, den die Bochumer nach dem Krieg rasch errichteten, als die Stadt 1949 den Katholikentag ausrichtete,

der Hauptbahnhof aber noch in Trümmern lag. Goosen erzählt die Geschichte der Mutter von Leonardo Bauer, den sie hier nur Leo nennen, einem der Gründer des Bermudadreiecks, dem heute das halbe Viertel gehört. „Leo Bauers Mutter kam hier ein paar Jahre nach dem Krieg aus Italien an. Ihr erster Satz, als sie aus dem kleinen Bahnhof blickte: ‚Ich will sofort wieder weg.‘“ Der Sohn hat jetzt auch dieses Gebäude übernommen. Bald soll darin ein kleines Theater aufmachen.

Unweit der Brache, auf der anderen Seite der Bahngleise, kann der Besucher das beobachten, was anderswo als Gentrifizierung verschrien wäre, hier aber als Aufwertung willkommen ist. An den Straßen um das Schauspielhaus, das seit den großen Jahren unter Peter Zadek und Claus Peymann Rang und Namen hat, haben einige Pioniere sich die Mühe gemacht, den abgewohnten Nachkriegsbauten wieder den Charme der fünfziger Jahre zu entlocken. Selbstgerösteter Kaffee und hübsche Designobjekte hinter großen Schaufenstern mit polierten Messingbeschlägen, Klavierlack und feinen Mosaiken. Tür an Tür mit den Eckkneipen, in denen die Stammgäste ihre langen Nachmittage verbringen.

Und was hält Frank Goosen von der Romantisierung des Ruhrgebietslebens? „Wahrscheinlich ist es Sehnsucht nach Einfachheit und Authentizität. Dann heißt es: ‚Die Leute sagen noch, was sie denken.‘ Und viele finden ja auch das Prolige toll!“ So etwas werde eben immer im Ruhrgebiet verortet.

Aber Goosen nimmt den schüchtern formulierten Wunsch des Besuchers, vielleicht auch noch diese Seite gezeigt zu bekommen, nicht übel. Nein, die Romantisierung komme ja auch von Leuten aus dem Ruhrgebiet selbst. „Wahrscheinlich, weil man uns das jahrzehntelang nicht zugestanden hat, weil immer nur gesagt wurde, wie dreckig hier alles ist, dass die Leute doof sind und alle asozial.“ Gerade die nachgeborenen Generationen fingen an, einen Stolz auf die unwirtliche Gegend und ihre raue Geschichte zu entwickeln. „In der globalisierten Welt wird der Bezug zur Umgebung ja wieder wichtig. So fühlen sich die Menschen nicht so verloren.“ Also nimmt uns Frank Goosen mit an die Theke von Elfriede Fey. ◀

Pool and the Gang

Jean Pigozzis Partys während des Filmfestivals von Cannes sind legendär. Der heimliche Star aber ist er selbst.

Von Holger Christmann
Fotos Jean Pigozzi

Wenn Jean Pigozzi während der Filmfestspiele von Cannes in seiner Villa La Dorane in Cap d'Antibes seinen traditionellen Lunch mit Pool-Party gibt, kommen Stars wie Bono, Woody Allen oder Mick Jagger. Der Hausherr – Fotograf, Millionenerbe, Hightech-Investor und Kunstsammler – hält die Freunde dann gerne auf Fotos fest. Seine Bilder waren im März in der Galerie Gmurzynska in St. Moritz zu sehen: Auf den meist schwarzweißen Fotografien plansch das Model Elle MacPherson auf einer aufblasbaren Pool-Insel, flachst Rocksänger Mick Jagger mit dem Fotografen Helmut Newton, liegt Schauspieler Michael Douglas lässig auf der Terrasse und telefoniert, während Fiat-Patriarch Gianni Agnelli in Badehose der Schauspielerin Koo Stark etwas ins Ohr flüstert. Woody Allen nahm der Gastgeber auf, wie er händchenhaltend mit Soon-Yi Previn, der Adoptivtochter, die Allens Frau wurde, auf dem Anwesen spazierengeht.

Es sind Bilder, die sich von den inszenierten Shootings und Paparazzi-Fotos in Zeitschriften durch die private Atmosphäre abheben. „Bei mir ist nichts inszeniert“, sagt Pigozzi. „Ich bin kein Paparazzo. Ich verstecke mich nicht mit meiner Kamera hinter einem Baum.“ Wie kommt es, dass die Stars vor seiner Kamera für jeden Spaß zu haben sind? „Sie wissen, dass ich nichts aufnehme, wofür sie sich später schämen müssten. Ich fotografiere ja nicht in kompromittierenden Situationen, wenn jemand Drogen nimmt oder die falsche Frau küsst. Und ich verwende eine kleine, unauffällige Kamera. Außerdem lasse ich gerne das Datum weg.“ Fragt er seine Gäste Jahre später, ob er die Fotos in einem Buch veröffentlichen darf, sind sie einverstanden, weil sie auf den Fotos jünger aussehen. 4500 Euro kostet eine Pool-Fotografie Pigozzis, bei einer Auflage von 15 (plus zwei Exemplaren, die im Besitz des Künstlers bleiben). Einen kostengünstigeren Überblick bietet das daraus entstandene Coffetable-Buch „Pool Party“, erschienen im vergangenen Jahr bei Rizzoli.

Manchen Stars geht es mit ihm wie Elton John. „Johnny ist einer der großartigsten Charaktere der Welt“, sagte der Sänger einmal. „Ich weiß aber nicht wirklich, was er so

treibt, außer dass er immer diese Bilder macht.“ Dabei ist der Italiener eine schillernde Persönlichkeit. Er ist nicht nur Fotograf. Früh sammelte er moderne afrikanische Kunst. Er investiert im Silicon Valley, betreibt ein Institut für Meeresforschung und ist bestens vernetzt. Als ein amerikanisches Magazin vor Jahren eine Liste der erfolgreichsten Unternehmer und Stars veröffentlichte, stellte es daneben eine Grafik, die zeigte, wie Pigozzi mit jedem von ihnen verbunden ist – ob Bono, der Private-Equity-Milliardär Ronald Perelman oder Mick Jagger. Wenn Jean Pigozzi erscheint, weiß man nie, wen er mitbringt oder wer noch zur Tür hereinkommt. In St. Moritz taucht plötzlich Cathérine Deneuve auf. Selbst im promiverwöhnten Alpendorf staunt man nicht schlecht über den Besuch der französischen Diva.

Jean Pigozzi macht es sich an diesem Abend auf einem Sofa bequem. Unter der blauen Jacke trägt der 65 Jahre alte Franzose eine Art Hawaii-Hemd, mit Äffchen und Nilpferden drauf. Es stammt aus seiner eigenen Modelinie Limoland. Der 1,96 Meter große Hüne gründete das Label 2007, um Farbe ins Leben „reicher alter Männer“ zu bringen, „die nicht beige tragen wollen“.

Jean Pigozzi sagt, ihm seien die etablierten Stars lieber als die jungen. „Sie sind entspannter. Als ich Elle MacPherson fragte, ob ich ihr Foto auf den Buchtitel von ‚Pool Party‘ nehmen darf, freute sie sich. Das Foto hänge ohnehin in ihrem Büro, sie sehe es jeden Tag. Heute umgeben sich Celebrities mit sieben Bodyguards und Assistentinnen für Haare und Make-up. Es wird jedes Jahr schlimmer.“ Auf seinen Pool-Partys ist Entourage verboten.

Hinter jedem Foto steckt eine Geschichte – wie hinter der Aufnahme von Liz Taylor mit ihrem Malteserhund. „Ich halte selbst Weimaraner, das sind ziemlich große Hunde“, sagt Pigozzi. „Doch Liz Taylors kleiner Hund machte ‚Hu‘, und mein Weimaraner verschwand für eine Woche.“ Auf einem seiner Fotos steht der Künstler Julian Schnabel im Bademantel neben Schauspieler Dennis Hopper an der Poolbar. Vor ihnen blickt Mick Jagger auf seinem Liegestuhl von der Zeitungslektüre auf. „Mick ist kultiviert“, sagt der Fotograf. „Er liest enorm viel, auch historische und politische Bücher.“



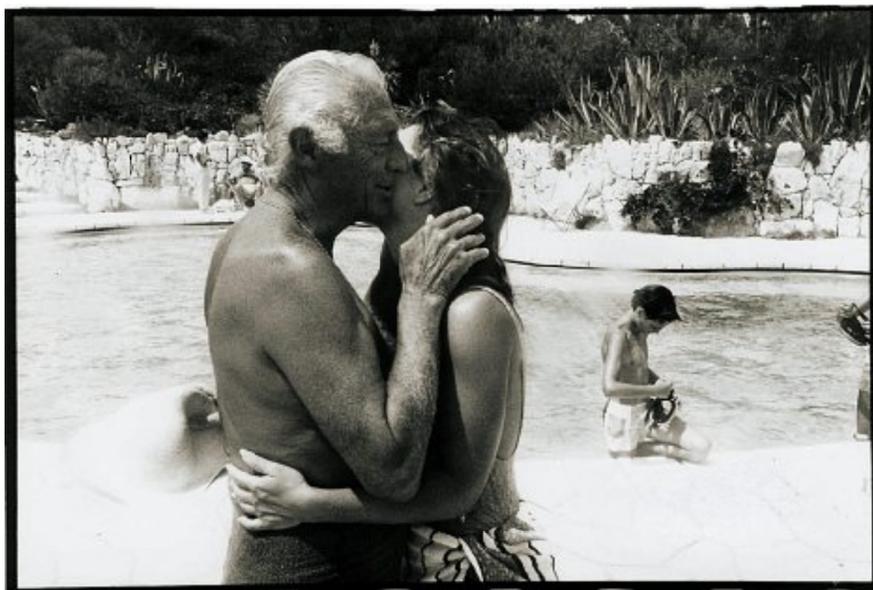
Wasserzeichen: Selbstporträt von Jean Pigozzi aus dem Jahr 1988 im Pool seiner Villa La Dorane in Cap d'Antibes



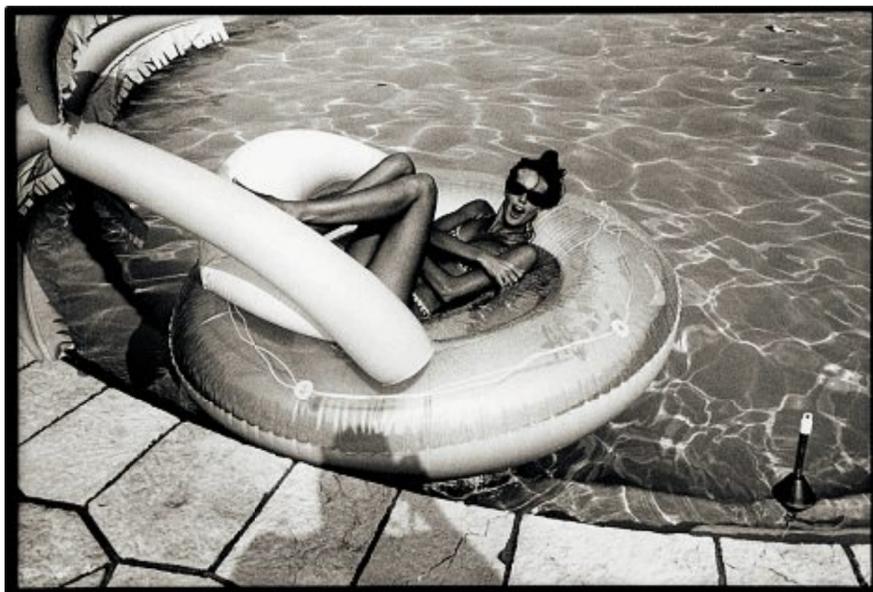
Selbstmedaion: Jean Pigozzi gilt als Pionier der Selbstaufnahmen – hier mit Filmregisseur und Hausgast Woody Allen.



Gepflegte Gespräche: Mick Jagger (von links), Dennis Hopper und Julian Schnabel 1991 an Pigozzis Pool



Geflüsterte Geheimnisse: Fiat-Patriarch Gianni Agnelli 1986 mit der amerikanischen Schauspielerin Koo Stark



Gelassenes Geplänke: Model Elle MacPherson auf einer einsamen Insel

Pool and the Gang

Auf einigen Bildern sind Männer abgebildet, die er als Mentoren bezeichnet. „Gianni Agnelli stand ich nahe. Wir segelten zusammen, ich lernte viel von ihm über Geschäfte.“ Ein anderer Mentor war der türkisch-amerikanische Unternehmer Ahmet Ertegun, Gründer der Plattenfirma Atlantic Records. „Von ihm lernte ich drei wichtige Regeln: Geh' nie vor zwölf ins Büro. Business kann Freude bereiten. Und: Frauen mögen Sex genauso wie Männer.“ Geschäft und Freundschaft verbanden ihn auch mit Sir James Goldsmith, dem englisch-französischen Magnaten.

Solche Vaterfiguren ersetzten Pigozzi den leiblichen Vater. Henri Théodore Pigozzi aus Turin hatte in den zwanziger Jahren im Auftrag von Fiat Autos nach Frankreich eingeführt. 1934 gründete er den Autohersteller Simca. Als er die Firma 1963 an Chrysler verkaufte und ein Jahr später starb, erbt die Familie ein Vermögen. Johnny war damals gerade einmal zwölf Jahre alt.

Pigozzi tippt auf sein iPad und startet ein Video. „Hier, ein Film, den mein Vater von der Familie drehte.“ Man sieht einen mit einem Chanson unterlegten Videofilm, auf dem der kleine Jean, seine Mutter und seine Geschwister um den Swimmingpool in Antibes toben – denselben Pool, den die Stars so schätzen. Das Filmen und Fotografieren lag wohl in der Familie. Der Vater schenkte dem Neunjährigen die erste Leica.

Pigozzi wuchs in Frankreich auf und bewarb sich nach der Schule für Harvard. Im Weg stand ihm dabei seine Dyslexie, eine Lese- und Schreibschwäche. „Mein Eignungstest fiel schlecht aus“, sagt er. „Danach hatte ich ein Aufnahmegespräch bei einem sehr netten Mann, dem Chef einer Pariser Bank. Er fragte mich: ‚Von wo in Italien kommen Sie?‘ Ich sagte: ‚Aus Turin.‘ Er: ‚Ich frage Sie zwei Dinge, wenn Sie die richtig beantworten, bringe ich Sie nach Harvard. Was ist das beste Restaurant in Turin?‘ Ich antwortete: ‚Wahrscheinlich Al Gatto Nero.‘ Er: ‚Und wann ist die Saison für weiße Trüffel?‘ Ich sagte: ‚Oktober, November.‘ So kam ich nach Harvard.“

Er studierte Wirtschaft. Das lag ihm nicht, er wechselte zu visuellen Fächern. An den Wochenenden zog es ihn schon damals, in den Siebziger, nach New York. Er lernte Andy Warhol und Bianca Jagger kennen und fing an, sich und seine Freunde zu fotografieren. „Das war meine Art, mein Leben aufzuzeichnen.“ Ein Tagebuch zu führen sei ihm aufgrund seiner „unleserlichen Krakelschrift“ unmöglich gewesen. Dass er damals ein Selfie-Pionier war, kommentiert er ironisch. „Das Gute daran war: Ich brauchte keinen Selfie-Stab. Ich habe lange Arme.“ Warum fand er Gefallen am Umgang mit den Stars? „Die Mädchen sind hübscher, die Partys lustiger, das Essen ist besser, und die Häuser sind besser klimatisiert.“

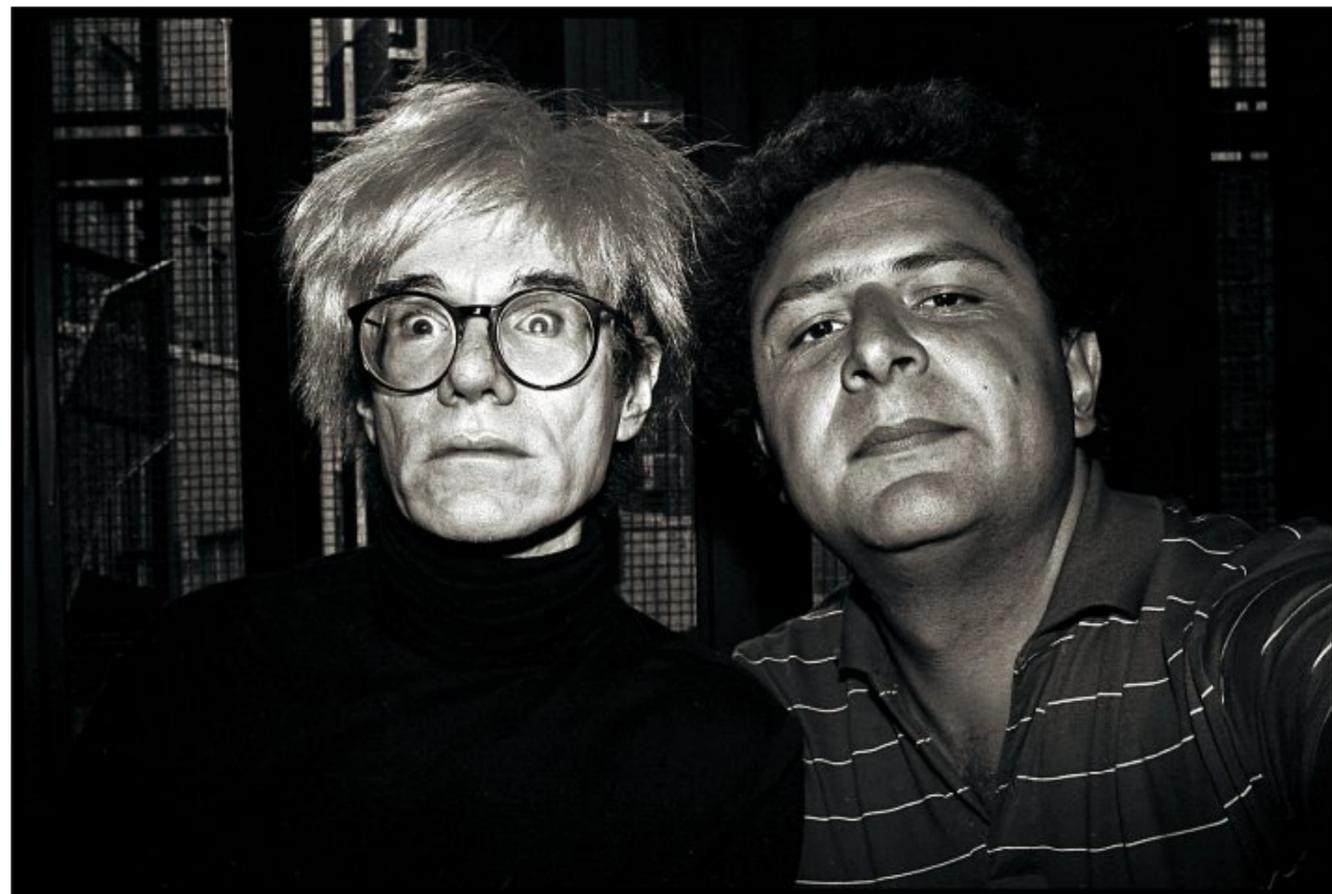
Nach dem Studium stieg er in Los Angeles beim Filmstudio Twentieth Century Fox ein. Es entstanden berühmte Selfies, etwa mit Faye Dunaway. Bianca Jagger stellte ihm am Rande eines Stones-Konzerts in Los Angeles Mick Jagger vor, und sie wurden Freunde. „Wir haben immer viel Spaß zusammen. Ich mag seine Musik und war auf vielen seiner Konzerte, auch letztes Jahr in Havanna. Einmal stellte er mich jemandem mit den Worten vor: ‚Das ist Johnny. Er war auf mehr Stones-Konzerten als ich.‘“

Wer nur seine Fotos kennt, könnte Pigozzi für einen reichen Müßiggänger halten. Doch er ist auch ein erfolgreicher Geschäftsmann. Beim Investieren seines Erbes halfen George Soros und Jimmy Goldsmith. „Ich habe mich nie besonders für die Autobranche interessiert, dafür umso mehr für Hightech-Firmen“, sagt Pigozzi. Er war seit den frühen achtziger Jahren mit Apple-Pionier Steve Jobs befreundet und glaubte früh an Facebook.

Sein aktuelles Lieblingsprojekt ist das kalifornische Hightech-Start-up Diamond Foundry. Die von dem gebürtigen Österreicher Martin Roscheisen gegründete



Kontaktpunkt: Jean Pigozzi, hier mit Filmstar Cathérine Deneuve in der Galerie Gmurzynska in St. Moritz, ist bestens vernetzt in der Welt der Prominenten.



Augenblick: In seiner Studienzeit in den siebziger Jahren begann Pigozzi in New York, Freunde wie Andy Warhol zu fotografieren – als bildliches Tagebuch.



Dunkelmänner: Bono, The Edge und Jack Nicholson 1994



Glamourpaar: Elizabeth Taylor 1993 mit ihrem furchteinflößenden Malteserhund

Firma, in deren Beirat Pigozzi sitzt, stellt Diamanten unter simulierten Naturbedingungen her. Roscheisen und sein Team entdeckten offenbar ein Plasma, das es Atomen ermöglicht, sich von selbst an winzige Scheibchen von Natur-Diamanten zu heften und deren Kristall auf natürliche Art zu vergrößern. Die Rohdiamanten aus San Francisco unterscheiden sich angeblich nicht von denen aus dem Erdinneren. Diamantschleifer verleihen ihnen klassische Schliffe wie Asscher-, Tropfen- und Brillantschliff. Darüber hinaus entwickelt Diamond Foundry eigene aufwendige Formen wie den facettenreichen Rosé-Brillantschliff. Zu den Investoren des Unternehmens gehören außer Pigozzi der deutsche Sun-Microsystems-Mitbegründer Andreas von Bechtolsheim und der Filmstar Leonardo DiCaprio. Der Hauptdarsteller aus „Blood Diamond“ wirbt seit langem für die Herstellung ethisch einwandfreier Edelsteine und hebt hervor, wie stolz er darauf sei, „in eine Diamantenproduktion zu investieren, die ohne die schädlichen Folgen des Bergbaus für Mensch und Umwelt auskommt“. Einen ersten Erfolg erzielte die Firma im Oktober 2016 – da nahm das New Yorker Kaufhaus Barney's eine eigene Kollektion der Diamanten ins Angebot.

Sein zweites Lieblingsprojekt liegt an der Pazifikküste Panamas. Vor Jahren erwarb er dort die dschungelbewachsene Isla Canares de Tierra. An der höchsten Stelle ließ er auf 5000 Quadratmetern ein farbenfrohes eingerichtetes lichtdurchflutetes Domizil bauen. Dank LEDs und Leuchtpaneeelen aus Polycarbonat wechselt das Gebäude über dem Regenwald nachts die Farben. Pigozzi engagierte den italienischen Architekten Marco Zanini, einen Anhänger seiner bevorzugten Design-Richtung Memphis (Pigozzis Villa in Cap d'Antibes richtete Memphis-Mitgründer Ettore Sottsass persönlich ein), und den kolumbianischen Bambus-Spezialisten Simón Velez, der den Bambus-Pavillon der Expo Hannover entworfen hatte.

Am Fuß des Hügels richtete Pigozzi ein Forschungszentrum für Meeres- und Naturforscher ein, das Liquid Jungle Lab. „Es verbindet Hightech mit Forschung“, sagt er. „Wissenschaftler nutzen es, um den Ozean, die Korallen und die ungeheure Artenvielfalt des Dschungels von Panama zu erforschen.“ Gerade habe er auf der Insel einen chinesischen Experten des Massachusetts Institute of Technology getroffen, der sich mit chinesischer Naturmedizin befasse. „Er sagt, wenn die Forschung in einem Baum eine pflanzliche Medizin entdeckt, die gut fürs Herz ist, fällt die Pharmabranche sofort die Wälder, aus denen die Substanz gewonnen wird. Er dagegen möchte die DNA des Wirkstoffs ermitteln und ihn im Labor reproduzieren. Als ich mit ihm vor einer Woche auf der Insel spazieren ging, sammelte er Proben in einem Umschlag. Bis er sagte: ‚Das ist genug. Das wird uns ein Jahr lang beschäftigen. Ich werde in einem Jahr wiederkommen und Ihnen zeigen, woran ich arbeite.‘“

Für manche ist Pigozzi der neue Jacques Cousteau. Doch er hat nicht vor, selbst die Ozeane zu erkunden, er will Forscher unterstützen. Außerdem hat er gerade seine hochseetaugliche Yacht, die „Amazon Express“, verkauft. „Ich habe sie zu wenig genutzt.“ Die Yacht erregte an der Côte d'Azur Aufsehen, weil sie den Rumpf eines Fisch-Trawlers hat. Pigozzi hatte das Fangschiff im Arsenal von Venedig zur Luxusyacht mit Hubschrauberlandeplatz, Sonnendeck und Kabinen für 14 Gäste umbauen lassen. Seine Insel übrigens taufte er in Isla Simca um. Obwohl

Pool and the Gang

ihn die Autobranche nicht interessiert, scheint es, als hätte er das Gefühl gehabt, seinem Vater etwas zu schulden.

Wie alle Häuser Pigozzis zwischen Genf, Südf frankreich und New York ist das Anwesen in Panama voll mit Kunst. Pigozzi sammelt moderne und zeitgenössische afrikanische Kunst. Mit seinem Berater André Magnin half er unter anderem, die malischen Fotokünstler Malick Sidibé und Seydou Keita bekannt zu machen. Er besitzt die größte Privatsammlung der Welt für zeitgenössische afrikanische Kunst. Bis zum 28. August ist 15 Künstlern aus seiner Kollektion in einer Afrika-Schau der Pariser Fondation Louis Vuitton eine eigene Abteilung gewidmet.

Angeblich war er selbst noch nie in Afrika. Die Reisen unternahm Magnin für ihn. „Ich bin kompliziert, was Reisen angeht“, sagt er. „Meine Künstler sind nicht aus Gegenden, in denen man auf Safari geht, sondern aus Städten wie Kinshasa mit Luftverschmutzung, Staus und gewöhnungsbedürftigem Essen.“ Aber 90 Prozent der Künstler, die er sammelt, kenne er persönlich.

Nun sucht er nach einem dauerhaften Verbleib für seine afrikanische Sammlung. „Ich stehe in Verhandlungen mit acht Ländern. Keine Ahnung, wie das Ganze endet. Es ist kompliziert, ein Museum zu gründen, erst recht für afrikanische Kunst. Wussten Sie, dass weder das Centre Pompidou noch die Tate Modern oder das MoMA einen Kurator für zeitgenössische afrikanische Kunst beschäftigen?“ Pigozzi ist gerne Pionier, das gilt auch für die junge japanische Kunst, die er sammelt. Es gibt tolle Fotografen, digitale Hipster, vorausschauende Kunstsammler und Großinvestoren – aber all diese Berufenen in einer Person zu vereinen, das gelingt wohl nur ihm.

Und wie steht es um die Liebe? Er ist befreundet mit einigen der schönsten und begehrtesten Frauen, mit manchen von ihnen wurde ihm ein Verhältnis nachgesagt. Trotzdem blieb er eisern Junggeselle. „Die Wahrheit ist wohl: Ich mag Kinder nicht. Außerdem: Wenn man verheiratet ist, muss man sich ständig rechtfertigen, warum man sich mit diesem oder jenem Mädchen unterhalten hat. Das wäre nichts für mich. Ich wäre schnell wieder geschieden.“ Dennoch ärgert es ihn, wenn er als Playboy tituliert wird. „Ich arbeite viel und ziehe es vor, als Investor, Fotograf und Kunstsammler bezeichnet zu werden.“

In Gesellschaft übrigens tritt er zurückhaltend auf. Selbst wenn es nur um ihn geht, wie in der Galerie Gmurnyńska, will er nicht im Mittelpunkt stehen. Er ist meist in Gespräche vertieft und ragt nur durch Körpergröße und Kapuzenjacke aus der Menge heraus. Irgendwann verschwindet er zum Abendessen, mit Cathérine Deneuve und der Tochter des Galeristen.

Mario Testino: Undressed / Helmut Newton: Unseen / Jean Pigozzi: Pool Party. Museum für Fotografie, Berlin, 3. Juni bis 19. November 2017
Art/Afrique, le nouvel atelier. Fondation Louis Vuitton, Paris, 26. April bis 28. August 2017



Modell: Naomi Campbell 1993 in Cap d'Antibes mit Pigozzis Hunden Mick und Bono



Tosca collection, design by Monica Armanni

Living the good life outside.
Love it, live it, share it.

www.tribu.com

TRIBU
The art of leisure

„Weinen im Kino geht schneller als Lachen“

Die Schauspielerin Susanne Wolff über den Film „Rückkehr nach Montauk“, Entspannungsrituale vor dem Auftritt und ihre Faszination für männliche Rollen

Interview Christian Aust
Foto Julia Zimmermann



Frau Wolff, können Sie als Profi selbst weinen und lachen, wenn Sie im Kino sitzen?

Interessante Frage. Im Film „Wilde Maus“ von Josef Hader habe ich gerade gelacht. Aber das ist nicht so ein hemmungsloses Lachen. Weinen geht schneller. Und ich könnte noch viel mehr im Kino weinen, aber ich kontrolliere mich dann. Man weiß ja auch: Der Film ist irgendwann zu Ende, und dann muss man rausgehen und will da nicht mit verheulten Augen stehen. Ich gehe leidenschaftlich gern alleine ins Kino. Und ich wünsche mir eine Telefonnummer, bei der man anschließend anrufen kann, um über den Film zu diskutieren. Und dann hätte ich je nach Tagesform gern einen streitbaren Partner oder einen, der absolut meiner Meinung ist. Ich bin sehr emotional, so ein Kinobesuch kann mir einen ganzen Tag verhängeln.

Wie erleben Sie eine Filmpremiere wie für „Rückkehr nach Montauk“ im Vergleich zum Theater? Ist es nicht merkwürdig, wenn man sich auf der Leinwand selbst beim Spielen zusieht?

Es ist schon komisch, auch weil zwischen Dreharbeiten und fertigem Film in der Regel ein Jahr vergangen ist. Das ist gigantisch lange. Am Theater bin ich von Anfang bis Ende dabei und im Moment. Ich habe das auch auf der Premierefeier festgestellt. Ich war in einer ganz anderen Verfassung.

Inwiefern?

Wenn man Theater gespielt hat, ist man waidwunder. Da muss man sehr vorsichtig sein, was man anschließend alles hören möchte. Aber durch den zeitlichen und auch körperlichen Abstand war ich in einem anderen Zustand. Ich wollte sofort losdiskutieren, über den Film und über mich. Das wäre mir als Theaterschauspielerin überhaupt

nicht möglich. Da denke ich dann: Sag mir mal lieber nur die positiven Sachen. Da bin ich dünnhäutig.

Beim Film überlassen Sie einem Regisseur, in diesem Fall Volker Schlöndorff, ein großes Stück von sich selbst, und er macht später damit, was er will. Wie gehen Sie damit um?
Das ist tatsächlich der größte Unterschied zwischen Film und Theater. Weil ich in den vergangenen zwei Jahren mehr vor der Kamera als auf der Bühne stand, ist mir das besonders aufgefallen. Das ist auch das größte Wehleid, sage ich jetzt mal pathetisch. Da habe ich so gar nichts mehr in der Hand. Es sind ja viele Leute, die das interpretieren, was ich gemacht habe, im Schnitt oder mit der Musik, die darunter gelegt wird. Vielleicht suchen sie eine Szene aus, in der ich mich gerade nicht gut fand. Ich denke dann manchmal: Aber da fehlt doch dieses und jenes, und das ist auch nicht drin, die Szene ist viel zu kurz, man kann sie gar nicht begreifen. Das macht mich unruhig. Trotzdem scheint sie für die Zuschauer zu funktionieren. Das muss ich sinken lassen und verarbeiten.

Wo wäre Ihr „Montauk“, der Ort, an dem Sie über das Leben und die Liebe reflektieren würden?

Mir fallen da spontan Orte ein, die mich auf Reisen beeindruckt haben. Da möchte ich noch einmal hin. Aber das sind keine Sehnsuchtsorte, an denen sich etwas so Herausragendes ereignet hat, dass ich da noch einmal über mein Leben nachdenken müsste. Das ist eher ein lustvolles Denken an Orte, die eine unglaubliche Energie hatten. Mexiko hat mich zum Beispiel sehr beeindruckt.

Wo grübeln Sie dann über die Vergangenheit nach?

Zum Beispiel im Zug. Ich habe eine starke Tendenz dazu, in die Vergangenheit zurückzugehen. Manchmal hemmt mich das. Ich sollte eigentlich sagen können: Das ist

gewesen, du kannst es nicht mehr ändern, konzentriere dich auf das Jetzt. Aber das gelingt mir nicht immer. Im positiven Sinne erinnere ich mich auch gern an die schönen Dinge, die ich erlebt habe. Und ich finde es interessant, an die Wegkreuzungen in meinem Leben zurückzugehen. Was war da möglich, wo wäre ich hingegangen, was wäre dann passiert, wäre ich mit dieser Person zusammengeblieben? Würde ich noch in dieser Stadt wohnen?

Was ist die Frage, die Sie am häufigsten beschäftigt?

Hätte es sich trotzdem durchgebohrt, dass ich Schauspieler werden möchte, oder nicht, wenn ich einen anderen Weg eingeschlagen hätte? Das ist eine Frage, mit der ich mich stundenlang beschäftigen kann.

Zeitweilig standen bei Ihnen auch ein Studium und eine Ausbildung zur Buchhändlerin zur Debatte.

Beim Studium habe ich schnell gemerkt, dass das nichts für mich ist. In Bielefeld ist die Universität ein Betonklotz, ich bin da reingegangen und wusste schon an meinem ersten Tag: Hier werde ich definitiv nicht glücklich. Eigentlich war es naiv. Ich weiß gar nicht, was ich da erwartet hatte. Aber wieder in ein Schulsystem zurückzufallen, an Tischen zu sitzen, den Arm zu heben, wenn man etwas sagen will, und Referate zu halten: Das fand ich grauenhaft. Es war klar, ich würde das nicht aushalten. Ich musste erst mal Bewegung haben. Und Buchhändlerin? Da denke ich heute schon dran zurück und finde es nicht abwegig. Das war keine schlechte Idee.

Was geht Ihnen durch den Kopf, wenn man Sie beim Film als Newcomerin verkauft, obwohl Sie schon lange Theater spielen?

Diesmal hat das noch keiner gesagt. Aber es passiert immer wieder, und ich habe mich tatsächlich gestern

gefragt, wie ich reagiere, wenn es bei den Interviews heute doch passiert. Ich würde es jetzt humorvoll nehmen. Denn manche Ihrer Kollegen kennen mich vielleicht nicht, ich aber kenne mich schon sehr lange. Und wenn mich jemand später entdeckt, ist es doch auch schön. Aber zuerst? Nach dem dritten Film und zehn Jahren Theater fand ich es schon eigenartig, als Newcomerin bezeichnet zu werden. Aber es ist auch verständlich. Theater und Film sind zwei verschiedene Welten, die sich jeweils für den Nabel der Welt halten. Und für viele Menschen ist das Theater ein fremder Ort.

Theaterkritiker beschreiben Sie auf der Bühne als eine Art Naturgewalt. Sie stehen da manchmal auch im wahren Wortsinn nackt auf der Bühne.

Eher nicht. Ich war noch nie nackt auf der Bühne.



Seit Donnerstag im Kino: In „Rückkehr nach Montauk“ spielt Susanne Wolff an der Seite von Stellan Skarsgård.

Susanne Wolff, die 1973 in Bielefeld geboren wurde und aus Theater und Film bekannt ist, denkt gern über das Leben nach.

Ich habe das selbst nicht gesehen. Ein Kollege hat es geschrieben. Interessant.

Also zumindest emotional nackt?
Einverstanden.

Sind die Bühne und der Raum vor der Kamera für Sie angstfreie Räume, oder kostet Sie das Überwindung?

Das sind zwei gigantisch unterschiedliche Räume, schon was die Größe angeht. Man kann auf einer riesigen Bühne alleine stehen, und selbst zu fünft hat man noch viel Platz. Man hat Abstand zu den Leuten, die einen betrachten. Vor der Kamera besteht die größte Aufgabe darin, Intimität herzustellen, obwohl in diesem Moment 20 Menschen um dich herum stehen. Da muss ich schauen, als sähe ich zum Beispiel jemanden ertrinken. Und da habe ich manchmal das Gefühl, das ist zu wenig Raum, um in diesen Zustand einzutreten, in dem alles möglich ist. Das fällt mir auf der Bühne viel leichter.

Woher nehmen Sie die Emotionen, wenn Sie sie dringend brauchen?

Es kommt immer auf die Rolle an. Wenn ich meinen Monolog am Theater spielen muss, muss ich vorher ganz ruhig werden. Dann muss ich den Tag und das Erlebte hinter mir lassen und eine bestimmte Musik hören. Wenn ich mir vorstelle, ich hätte meinen iPod vergessen – da würde ich schön ins Straucheln geraten. Aber auch dann muss ich die Vorstellung spielen können. Deswegen darf ich eigentlich kein System haben. Nach einer Vorstellung gehe ich am liebsten nach Hause. Ich kann mit Leuten von der Produktion aus dem Theater über eine Vorführung sprechen, aber wenn es ein Außenstehender ist, bedeutet das für mich Stress. Da wird mir zu heiß im Leib.

Sie wollten schon im Schultheater das Rumpelstilzchen spielen. Was sagt uns das?

Das war in der Grundschule. Ich erinnere mich, dass ich eigentlich gern die Prinzessin spielen wollte – die hat dann aber eine andere Susanne gespielt, und sie hatte lange blonde Zöpfe. Da war ich natürlich traurig. Trotzdem habe ich mir die Veranstaltung angesehen und hatte die frühkindliche Erkenntnis: Diese Susanne ist nur wegen ihrer langen blonden Zöpfe ausgewählt worden. Und eigentlich würde ich sowieso lieber Rumpelstilzchen spielen.

Sie hatten damals schon den Instinkt für die bessere Rolle.

Zumindest für die unkonventionelle Rolle. Und in diesem Fall die männliche Rolle. Das fasziniert mich. Auf jeden Fall ist es nicht das gängige Bild, und das finde ich spannend. Da habe ich viel mehr Freiheit. Ich habe schon auf der Schauspielschule eine männliche Rolle gespielt.

Was fasziniert Sie daran?

Man nimmt Schauspieler auf der Bühne anders wahr als Schauspielerinnen. Eine Schauspielerin muss mehr Hürden überwinden, um Abstand zu ihrem Äußeren zu gewinnen oder dem Zuschauer die Möglichkeit zu geben, Abstand davon zu nehmen. Ein Schauspieler kann schneller in eine Figur eintauchen, und der Zuschauer kann seine eigentliche Persönlichkeit schneller vergessen. Mir geht es ja genauso. Ich bin lange damit beschäftigt zu betrachten, wie eine Frau aussieht.

Woran liegt das?

Da kann man noch so lange über Gleichberechtigung reden: Der weibliche Körper ist erotisch, er ist anziehend. Es gibt ja Schauspieler, die immer nah bei sich bleiben und möglichst viele Facetten ihrer eigenen Persönlichkeit zeigen. Ich versuche immer die größtmögliche Verwandlung. Was nicht heißt, dass mir das gelingt. Wenn da ein Haufen Kostüme und Perücken liegt, melde ich mich als Erste, um alles anzuziehen, um von mir Abstand zu gewinnen. Ich will da etwas zwischen mich und den Zuschauer packen.

Origins | Opal



SCHRAMM[®]
home of sleep
www.schramm.ag



Aus der zweiten in die dritte Dimension: Der 44 Jahre alte niederbayerische Künstler Georg Thumbach, hier in seinem Atelier in Fürstenzell, will mit seinen Holzbildern in die Tiefe der Fläche.

Wann das angefangen hat mit dem Holz, das kann Georg Thumbach nicht genau sagen. Vermutlich sehr früh, wenn man wie er aus einer Försterfamilie stammt und in Forsthäusern aufwächst. Zeichnen konnte er immer schon gut, aber Kunst als Berufung – dagegen hat er sich lange Zeit gesperrt. Bis seine Gegenwehr schwächer wurde, bis ihm klar wurde, dass er gar nicht anders kann, als dem, was da in seinem Inneren brodelt, Ausdruck zu verleihen. Nicht, dass er sich das anmerken ließe oder gern darüber spräche. Denn der hochgewachsene, asketische Holzgeist, 1972 in Landshut geboren, ist Niederbayer. Und zwar mit allen Schikanen. Das heißt, er redet erst, wenn er nachgedacht hat, und nicht vorher. Er ringt in der Zwischenzeit nach dem richtigen Ausdruck. Er sagt selten Kunstbetriebssätze. Er geht seinen Weg, weil es der für ihn richtige ist.

Dieser Weg führt ihn zunächst „ins Holz“, wie man in Bayern für den Wald auch sagt. Das muss man bei Thumbach wörtlich und im übertragenen Sinn nehmen. Am Anfang steht die Freiluftzeichnung. Mit großen Papierrollen marschiert er in die Waldeinsamkeit monokultureller Fichtenschonungen. Nadelbäume ohne Reiz, scheinbar steril und leblos. Dort, wohin sich kein Spaziergänger verirrt, betritt Thumbach sein Atelier: Im Unterholz zeichnet er in schneller Folge Ausschnitte dieser Dickichte, Licht und Schatten in flirrendem Wechsel, Astgewirr, Bruchholz, gestürzte Stämme, verrottende Stümpfe, dürre Äste, Nadelteppiche.

Auf Papier gebanntes Chaos, vom Menschen gepflanzt, von der Natur durcheinandergebracht, das so gar nichts mit dem seit der Romantik gepflegten Bild des Waldes zu tun hat. Kohle auf Papier, eine strenge Kühle trotz des pflanzlichen Wirrwarrs. Und doch weiß man sofort, wie es sich anfühlen muss, selbst dort zu sein. Das Dickicht hat eher etwas Magisches denn etwas Mystisches: So kann der deutsche Wald nämlich auch aussehen. Fern der röhrenden Hirsche in Eichenwäldern.

Obwohl nichts an ihnen fotorealistisch oder rein gestisch ist, sind die Bilder bezaugend stimmig. Abstrakt und doch konkret. In ihnen scheint die Zeit aufgehoben zu sein oder zumindest ein anderes Zeitmaß zu herrschen. Dauer hat hier ein größeres Gewicht, das Werden und Vergehen der pflanzlichen Materie stellt sich herausfordernd der Eile des Betrachters entgegen.

Wie so viele andere Kunststudenten hat sich Georg Thumbach auf die Laufbahn eines Kunstlehrers vorbereitet. Die Familie muss ernährt werden, und allein mit seiner Kunst Geld verdienen zu müssen – das hätte er als Einengung der künstlerischen Freiheit empfunden. Aber irgendwann war die Entscheidung fällig: Eine Anstellung an einem Gymnasium oder abbiegen in die freie Wildbahn? Thumbach wählte zusammen mit seiner Frau, einer Lehrerin, die unsicherere Variante. Das alte Haus am Ortsrand von Fürstenzell im niederbayerischen Klosterwinkel renovierte und erweiterte er in Handarbeit; Jahre vergingen, bis er endlich das rückwärtige Wirtschaftsgebäude zu seinem Atelier ausbauen konnte.

Als es vor zwei Jahren fertig wurde, geschah etwas Denkwürdiges: Thumbach hatte plötzlich nicht mehr das Bedürfnis, für seine Bilder in die Natur gehen zu müssen. Im geschützten Atelierraum verspürte er eine neue Art innerer Freiheit. „Es haben sich so viele Bilder angestaut im Kopf, mein Speicher von draußen ist voll, ich kann jede Linie verwerten.“ Also begann er, seine Motive frei zu

Die Spur der Späne

Wie man ins Holz hineinschaut: Der niederbayerische Maler und Bildhauer Georg Thumbach hat sein Künstlerleben mit dem Wald verknüpft.

Von Hannes Hintermeier
Fotos Tobias Schmitt



malen. Und es ist nicht einfach zu entscheiden, welche in oder nach der Natur entstanden sind.

Akademisch kommt Georg Thumbach aus einem guten Stall. An der Münchner Akademie der Bildenden Künste studierte er zunächst bei Fridhelm Klein, dann bei Ben Willikens, dessen Meisterschüler und Assistent im Fach Bildhauerei er war. Er habe einen Lehrer gewollt, sagt er im Rückblick, „der mir was zum Beißen gibt“ – beißen im Sinn von durchbeißen. „Wenn Sie in meiner Klasse sind, müssen Sie Nikolaus Lang kennen“, das sei so ein typischer Satz Willikens' gewesen. Der warnte ihn auch vor Wegen, die andere schon beschritten hatten.

Einen Fichtenbalken bearbeitete er so lange, bis davon nur noch ein krummer Ast aus dem freigelegten Kern stehen blieb. Aber so hatte schon Guiseppa Penone gearbeitet, der italienische Documenta-Teilnehmer, ein Vertreter der Arte Povera. Thumbach brach die Versuche sofort ab. „Ich setze mich nicht dem Vorwurf aus, dass ich plagiiere“, sagt er. Aber wenn er sich etwas in den Kopf gesetzt hat, zieht er es durch. Sein Weg ins Holz ist kein Holzweg.

Denn sein Lieblingswerkstoff hat viele Facetten. Es gibt ihn etwa als Grobspanplatte, neudeutsch OSB für *oriented structure board*. Deren Herstellungsprozess beginnt mit einem Zerstörungswerk: Holz wird zerspannt und dann mit Kleber unter hohem Druck in eine andere Form gebracht. Diese preisgünstige Version der Spanplatte ist für Innenausbau wie Außeneinsatz geeignet, sogar bei Öko-Bauweise kommt sie zum Einsatz. Ihre lebhaftere Optik hat schon Möbeldesigner inspiriert – und Thumbach auch, der einen ganz eigenen Blick auf diese Platten geworfen hat. Er sieht in ihnen zunächst eine Vorgabe und ein Informationsangebot: Wohin führt die Spur die Späne? Wohin lenken sie den Blick des Betrachters? Ist ihr Verlauf ein Störfaktor oder eine Bereicherung?

Mit solchen Augenfragen blickt der Künstler auf das kreuzquere Spangewitter – und greift zunächst zum Pinsel, um auf dem tohuwabösen Untergrund seine eigenen Linien zu setzen. Düstere Wälder sind so entstanden, erdfarben, schlammkrustig. Und wie um zu beweisen, dass es auch anders geht, hat Thumbach das gleiche Material mit der Stichsäge bearbeitet und dem gemachten Chaos der Platte seine eigene Ordnung entlockt. Er legt die Linien frei, die ihm die Platte offenbart, ein geheimnisvolles Muster, orientalischen Arabesken ähnlich, mit lebhaften Schatteneffekten, wenn die Platte mit Abstand zur Wand gehängt wird.

Und dann gibt es noch einen dritten Weg, in dem die zuvor freigelegten Leerstellen in der Platte mit teilweise nur millimeterkleinen Holzschnipseln gefüllt werden – im Stil einer Intarsienarbeit. Dabei kommt Räuhereiche zum Einsatz, deren dunkler Farbton mit dem hell- bis mittelbraunen Spangeflecht kontrastiert. Auch Räuhereiche ist behandelte Natur, sie wird mit Ammoniak begast. Das Holz wird dunkler, seine Widerstandsfähigkeit nimmt zu.

Nur wer sein Material durchdrungen hat, kann souverän damit umgehen: Das Wissen um die Beschaffenheit der Werkstoffe sowie handwerkliche Perfektion sind wesentliche Bestandteile von Thumbachs Werk. Die picobello sortierten Regale zeigen, dass hier einer langfristig denkt. In sieben Reihen stehen in verschraubten Gläsern selbst gesammelte gesiebte Erden, die als Basis für Pigmente dienen. Sorgsam beschriftet findet man „Escheasche gesiebt“, „Lagerfeuerreste“, Erde aus Roussillon in Südf frankreich, aus Kroatien, Kreide von den Klippen bei Dover, aber auch heimisches Erdreich vom Untersberg, vom Schneibstein oder vom



Der Maler muss aufs Bild: Das Format mit mehr als fünf Meter Seitenlänge füllt das Atelier beinahe aus.

Großen Arber („unterhalb vom Wirtshaus“) oder von einem „Acker nach Katzham, links am Berg, 1995“ – Jahrgangserde sozusagen.

Auch wenn Thumbach seine Arbeiten penibel vorbereitet, hat er doch lernen müssen, dass es Tage gibt, an denen nichts gelingen will. An solchen Tagen macht er höchstens Ausbesserungsarbeiten an verstreuten Stellen im Bild, an denen ihn die innere Logik nicht zufriedenstellt. So auch bei seinem neuen Streich, den er von Mitte Mai an in Jena im Rahmen seiner Ausstellung „Ins Holz“ zeigen wird. Das Format mit mehr als fünf Meter Seitenlänge füllt das Atelier beinahe aus, der Maler muss auf dem Bild knien oder hocken. „Es gefällt mir, auf der Arbeit herumzugehen“, sagt er und steigt wieder auf die Galerie, um von oben den Gesamteindruck zu kontrollieren. „Mit der Stelle habe ich gekämpft. Seit ich frei arbeite, werden die Dinge runder.“ Das liege an der Bewegung des Armes. Zu einem geraden Stamm müsse er sich regelrecht zwingen.

Die Hände in Einweghandschuhen, zieht er mit dem Finger Linien nach, verändert einen Schatten, prüft, ob die Statik der aufeinander gestürzten Stämme in der Wirklichkeit funktionieren könnte. Einerseits lässt er Äste weg, die es draußen geben könnte, an anderen Stellen entscheidet er sich für schwarze Linien, die einen expressiven Gestus ins Bild setzen, den man im Unterholz nicht vermuten würde. Seine Erfahrung mit Naturbeobachtung habe ihn gelehrt, „dass es letztlich in der Formensprache der Natur alles gibt“. So pendelt der künstlerische Prozess zwischen freiem Hin und Her und Kontrolle – und offenbart am Ende eine Bildtiefe, die sich bei den Großformaten erst mit gebührendem Abstand zur Bildfläche entfaltet.

Das große Tafelbild entsteht auf mehreren Spanplatten, weil Papier in diesem Format zu stark arbeitet. Die Holzplatte ist nicht nur stabil, sie hat trotz der weißen Grundierung auch eine unterschiedliche Farbigekeit. Die Tusche in den klassischen Farben Terra di Siena und Indigo hat er mit Acrylbinder versetzt, ein eher seltener Ausbruch an Farbgebung. Der Schattenwurf des Geästs geht von einem Lichteinfall von rechts oben aus, weder zu kalt noch zu warm soll das Bild wirken. Der Betrachter soll entscheiden, ob ihm dieses Unterholz heimelig oder frostig gegenübertritt. Schon deswegen gibt Thumbach seinen Arbeiten so gut

Die Spur der Späne

wie nie einen Titel. Er wolle die Betrachter nicht bevormunden. „Nenne ich es ‚Sonnenuntergang‘, denkst du jeder: Aha, so hat er das gemeint.“

Nur bei einigen Skulpturen lässt er sich zu einem Titel hinreißen. „Schmetterling“ heißt ein übermannshoher Bretterfächer, „90/90“ eine aus dem Kernholz von Eichen gefertigte Skulptur. Hinter „Waldbrand“ verbergen sich auf Nut und Feder geschnittene handelsübliche Fichtenbretter, die Thumbach unter Einsatz eines Bunsenbrenners an den Jahreslinien entlang abgefackelt hat. Der Effekt von verkohltem neben lasiertem Holz ist verblüffend, vor allem weil die Trennlinie zwischen den beiden Aggregatzuständen – die er durch Abdecken mit feuchtem Sand erzielt hat – exakt verläuft. Das Gehobelte neben dem Verbrannten in einem zeitlichen Zusammenhang mit Wachstum und Vergehen, als würde zusammengehören, was nicht zusammengehören kann. So entsteht ein plastisches Bild, dessen Risse dem Künstler die notwendigen Informationen liefern: Das Material spricht. Ein Arbeitstag pro Brett – vier Wochen später ist aus 28 Einzelteilen ein dynamisches, abwechselnd kohleschwarzes und fichtenhelles Tafelbild entstanden. Die Frage, ob diese Technik



schon einmal angewendet wurde, berührt eine Linie, hinter der das Tabu lauert: „Wenn ich wüsste, dass es wer gemacht hat, hätte ich es nicht gemacht.“

In der Ecke steht ein aus dunkelbraunen Siebdruckplatten zusammenschraubter Holzquader, der mithilfe einer ausklappbaren Stütze auf Kante gestellt werden kann. Blickt man von oben durch die runde Sichtöffnung in den Guckkasten, sieht man am Boden des Gehäuses ein typisches Unterholzmotiv – aber hier ist es aus einer schwarzen Metallplatte gelasert. Je nach Untergrund und Lichtverhältnissen wechselt das Bild die Farbe. Genannt hat er die Arbeit „Standpunkt“, zustande kam sie, weil der Künstler hartnäckig blieb in seiner Suche nach einem Unternehmen, das sich in der Lage sah, ein dermaßen filigranes Gewirr aus dem Metall zu schneiden. Nach vielen Absagen fand sich im Bayerischen Wald eine Firma, die sich das zutraute. Wenn etwas nicht geht, wird es gehend gemacht, sagt man in Bayern. So gehen die Wege des Georg Thumbach, und er geht sie mit Gottvertrauen in die eigene Kraft und möglichst aufrecht. Einen Namen hat er sich mittlerweile gemacht, Galerien in München und im australischen Perth vertreten ihn.

Mit seinen Dickichten hat er ein Ziel vor Augen, das ins paradoxe Herz der Malerei zielt: Er möchte in die Tiefe der Fläche eindringen. „Mir geht es um das Suchen der Tiefe“, sagt er, prüft noch einmal das Gesagte und bestätigt es: „Ja. Doch. Schon.“ Sich selbst in der Kunstgeschichte zu verorten, in der er sich gut auskennt, das gestattet ihm die Bescheidenheit nicht. Aber einmal spricht er doch über einen Maler, dem er sich nah fühlt – Mark Rothko, den abstrakten Expressionisten und Pionier der Farbfeldmalerei. Der habe auch in die Tiefe der Fläche gewollt. „Es ist halt ein Weg.“ Man darf sich darauf verlassen, dass er entlang dieses Weges noch viele Funde machen wird. Im Herbst will er wieder in der Natur malen im nahen Bayerwald. „Eigentlich braucht man das nicht“, sagt Georg Thumbach und fährt sich mit der Hand über den rasierten Charakterkopf. „Aber ich offenbar doch.“

„Ins Holz“, die Ausstellung mit rund 50 Bildern und Skulpturen von Georg Thumbach, ist von heute an bis zum 16. Juli im Alten Straßenbahndepot Jena (Dornburger Straße 17) zu sehen.

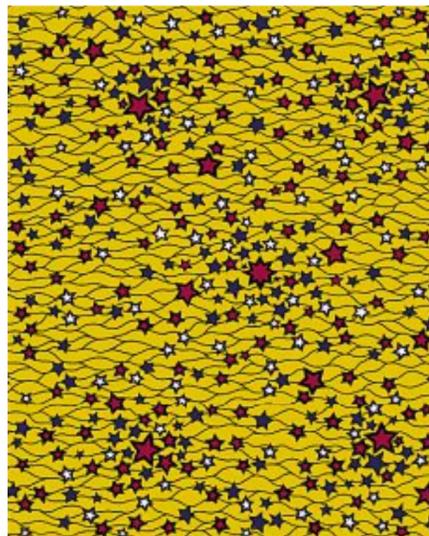
WALTER KNOLL



THE ESSENCE OF LIVING.

Tama Living gestaltet den besonderen Moment des Ankommens. Großzügig breiten sich die weichen, eleganten Kissen aus. Das Sofa entfaltet seinen Rhythmus – wie ein klassisches Musikstück. Mit Side Tables und Trays aus feinsten Materialien. Eine Komposition für das kultivierte Wohnen. Design: EOOS. www.walterknoll.de

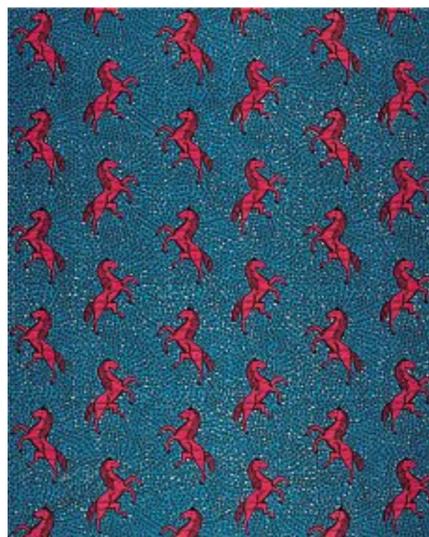
AFRICOOUTURE



Sterne werden oft verwendet. Die Legende der Igbo vom „Kilikili-Stern“ erzählt vom König, der aus Neid auf den Mond einen Spiegel zerschlug, dessen Splitter als Sterne an den Himmel flogen. Wer Sternmuster trägt, gilt zuweilen als exzentrisch.



„Tu sors, je sors“ (1978): Ein Vogel ist im Käfig, der andere fliegt hinaus – die Frau weiß, dass ihr Mann untreu ist, hält aber an der Beziehung fest. Zu wild sollte er es aber doch nicht treiben, denn auch sie könnte jederzeit zur offenen Tür hinaus.



Stoffe für das Volk der Igbo (hier von 1930) sind oft in gedeckten Farben gehalten. Das Pferdewort symbolisiert im nigerianischen Wappen Würde. In der Elfenbeinküste steht das Muster auch für den Kampf zwischen zwei Ehefrauen, die zu einem Mann gehören.

In Benin hören wir zum ersten Mal von Visco. Die Äquatorsonne brennt auf die Stadt, die Straßen von Cotonou sind staubig und laut. Die Hauptstadt des westafrikanischen Landes ist voller Menschen, die Obst verkaufen, Waren transportieren, Moped fahren. Was sie auch tun: Sie sehen großartig aus. Ihre Kleider und Hosen und Hemden aus Baumwolle sind so laut und bunt wie die Stadt, in der sie leben. Wo kaufen die das?

Auf dem Markt, zwischen Geflügelhändlern und Gewürzverkäufern, finden wir die Stoffe. Blasse Billigware aus China. Bei der Fahrt durch die Stadt hatten wir ein großes Plakat entdeckt, auf dem eine Frau aus einem Kleid mit pinkfarbenen und gelben Blüten strahlte. Es hing über einem Laden, in dessen Schaufenstern wir beim Vorbeirauschen noch mehr Stoffe sahen. Mit der Richtungsangabe „alter Bahnhof“ kann zwar keiner der vielen Moped-taxi-Fahrer etwas anfangen. Aber als wir das Plakat und die Stoffe beschreiben, sagen sie nur: „Ah, Visco!“ Und fahren uns hin.

Der Laden ist Luxus: Klimaanlage, Türsteher, polierter Fliesenboden, schwarze Holzregale. Darin Stoffballen und -bahnen, auf denen Sterne explodieren, Vögel in die Freiheit fliegen, Hühner Eier legen oder Handtaschen und Elektrogeräte in geometrischer Anordnung hüpfen. Man fühlt sich wie ein Kind, das mit frischem Taschengeld vor Süßwarengläsern steht: Was nehme ich nur?

Die Stoffe werden nach Yard geschnitten. Drei Längen gibt es zur Auswahl: vier, sechs oder zwölf Yards. Aus sechs, erklärt eine Verkäuferin, könne ein guter Schneider drei Kleidungsstücke fertigen. Ob die Stoffe aus Benin kommen, fragen wir an der Kasse. „Nein, nein“, sagt die Kassiererin fast erschrocken. „Aus Holland natürlich!“ Sie tippt auf das Label der Tragetasche, in die sie unsere Einkäufe verstaut. Darauf steht: „Visco. Since 1846“. Eine Firma aus Holland. Wie kann das sein?

„Anfangen hat alles in Indonesien“, sagt Erwin Thomasse. Er arbeitet seit fünf Jahren für Visco und hat sich mit der Geschichte des Unternehmens beschäftigt. Visco wurde von Pieter Fentener van Vlissingen Jr. gegründet, dessen Onkel eine Zuckerfarm auf Java hatte. Er schickte seinem Neffen einige Stoffe mit Batikmustern und fragte ihn, ob er das in seiner Wachstumfabrik reproduzieren könne. Europa steckte mitten in der Industriellen Revolution, und Pieter van Vlissingen Jr. war begeistert von den exotischen Mustern. „Ein paar Vögel und Ästchen weniger, die müssen weg“, notierte er. „Stattdessen auf die Elefanten konzentrieren. Das Design muss etwas luftiger wirken.“ Der Zettel liegt heute im Archiv der Firma.

„Viel geändert haben sie an den Batikmustern aber nicht, weil sie wussten, dass sie gesellschaftlichen Codes unterlagen“, sagt Thomasse. So habe es Muster gegeben, die nur dem Sultan vorbehalten waren. „Sie wussten schon damals: Wenn sie das Design durcheinanderbringen, könnte das Geschäft ganz schnell vorbei sein.“

Letztlich lag es nicht an den Mustern, dass das Geschäft nicht lief – sondern am Krakelee, das mit der Massenproduktion auf den Stoffen entstand. Es gefiel den Indonesiern nicht. Dafür tat sich tausende Kilometer weiter recht unverhofft ein Markt auf. In West- und Zentralafrika hielten die Schiffe und tauschten den Stoff gegen Proviant für die Weiterreise. Die Afrikaner rissen sich um Vliscos Entwürfe. Es gefiel ihnen, dass kein Stoffmuster dem anderen glich. 1876 ist im Archiv der erste Kauf vermerkt. Schon bald entwarf Visco in Holland eigene Drucke für den westafrikanischen Markt, mit strahlenden Farben und wilden Mustern. 1894 war Visco das erste holländische Unternehmen mit eigenem Designteam. „Man orientierte sich an Sprichwörtern oder ging ins Grafische“, sagt Thomasse. Ein beliebtes Muster war eine simple Abfolge des Alphabets. „Das hatten Missionare vorgeschlagen. Wer es trug, zeigte damit, dass er schriftkundig war.“

In einer niederländischen Kleinstadt entsteht Mode für Afrika. Zu Besuch in Benin – und beim Stoffproduzenten Visco.

Von Florian Siebeck und Maria Wiesner

Früher, als viele Menschen nicht lesen und schreiben konnten und Frauen oft kein Mitspracherecht hatten, kommunizierten sie über Stoffe. Visco gibt den Stoffen keine Namen, nur Nummern. Die Händler und Käufer laden die holländischen Designs mit eigener kultureller Bedeutung auf. Ein grafisches Muster mit verschiedenfarbigen Punkten etwa taufen die Händlerinnen „Paracetamol“, weil es den Schmerztabletten ähnelt. Während sich die Designer anfangs auf Mondrian, Gauguin oder Picasso bezogen, kamen zuletzt andere Motive in den Fokus: Roller-skates, Aktenkoffer, Computer und iPods. Die Träger können damit zeigen, welche Talente sie haben oder wie viel Geld. Andere Stoffe symbolisieren geschichtsträchtige Ereignisse, wie das Muster mit der Handtasche, die Michelle Obama bei einem Besuch in Ghana trug („Le Sac de Michelle Obama“) oder „Kofi Annan's Brain“, das auf den Markt kam, als Annan eine Rede in New York hielt.

In Benin und den umliegenden afrikanischen Ländern ist es gang und gäbe, sich Stoffe zu kaufen, keine fertige Kleidung. Während in Europa Arbeitskraft teuer ist und Stoffe billig sind, ist es in Westafrika andersherum. Weil sich die Menschen bestimmten Volksgruppen zugehörig fühlen, wird der individuelle Ausdruck gestärkt. Nur in den Diplomatenvierteln laufen sie mit Jeans und T-Shirts herum. Als wir der Köchin in unserer Unterkunft die Stoffe zeigen, seufzt sie den Namen mit Ehrfurcht. Sie streicht über die Stoffe und erklärt dann, was wir da eigentlich gekauft haben. „Der Stern hier“, sagt sie und zeigt auf einen großen Stern, dessen Konturen sich in roten und gelben Linien auf dunkelgrünem Grund wiederholen, „er bedeutet, dass man nachts gern draußen ist und eine maßlose Person.“ Dann fragt sie bedeutungsvoll, wer von uns den Stoff ausgesucht habe. Beide. Sie ist erstaunt.

Es braucht einige Telefonate, dann kommt ein Schneider in die Pension. Er nimmt Maß, notiert Zahlenreihen auf einem kleinen Block, begutachtet die Stoffe. Der Stoffrand, sagt er, auf dem das holländische Label und die Wachskvalität gedruckt sind, der solle doch sicher ins Kleidungsstück eingearbeitet werden. Das ist üblich, um zu zeigen, dass man sich die teuren Stoffe aus Holland leisten kann. Visco ist gewissermaßen das westafrikanische Chanel. Wer es sich hier leisten kann, macht Eindruck. Ein Kleid oder



Luxusladen: Geschäft mit Visco-Stoffen in Cotonou

Anzug aus dem Stoff öffnet Türen. In zwei Tagen, sagt der Schneider, könne er daraus einen Rock nähen, dazu einen Look aus Hemd und Hose. Für den Rock setzt er zwei Yards, für Hemd und Hose sechs Yards an. Die Köchin wirft ein, nur ein Rock, das gehe nicht. Da gehöre auch ein Shirt aus dem gleichen Stoff dazu.

Die Muster von Visco entstehen immer noch in Helmond, einer Kleinstadt bei Eindhoven, die nicht einmal in den Niederlanden bekannt ist. Seit den siebziger Jahren schickt Visco seine Designer nach Afrika. Dort bereisen sie die Abnehmerländer: Togo, Elfenbeinküste, Ghana, Benin, Nigeria, Kamerun, Kongo und die Demokratische Republik Kongo. Ein Markt mit 400 Millionen potentiellen Käufern. Die Designer besuchen die Märkte, sprechen mit Schneidern, Designern und Händlerinnen, denn der Verkauf ist Frauensache. Es ist das Erfolgsgeheimnis von Visco: In vielen Ländern arbeiten sie seit Generationen mit Familien zusammen, die den Vertrieb im jeweiligen Land organisieren. Für die Händlerinnen ist es ein gutes Geschäft. Rosa Creppy, deren Familie in Togo die Lizenz für Visco hielt, war der erste Mensch im Land, der sich einen Mercedes leisten konnte. Die Verkäuferinnen heißen deshalb bis heute „Nana Benz“, also „Mama Benz“.

In der Zentrale in Helmond, im zweiten Stock eines Backsteingebäudes, liegt die Design-Abteilung. Große Fenster, weiße Trennwände, daran Moodboards wie in Modeateliers. Visco-Muster haben es auch in bekannte Marken geschafft, unter anderem zu Viktor & Rolf, Junya Watanabe, Jean Paul Gaultier, Dries Van Noten und Acne. Hay benutzte sie für Lampenschirme.

„Manche Modefirmen denken: Das kommt aus Afrika, das ist weit weg, und übernehmen einfach die Muster“, sagt Zara Atelj, die Chefdesignerin von Visco. Auch diese Stoffe haben Saisons, und jede Saison hat ein Überthema. Die Einflüsse reichen von Blumen über Straßenszenen und Architektur bis zur Musik.

Zwölf Designer arbeiten hier an 150 Entwürfen pro Jahr, von denen am Ende rund 120 in Produktion gehen. Seit der Gründung des Unternehmens hat es Zehntausende Designs gegeben. Mehr als eine Viertelmillion Muster lagern im Archiv, manche sind bis heute Bestseller und

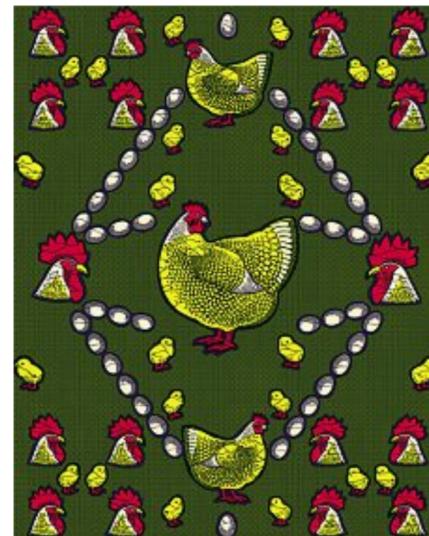
werden immer wieder neu aufgelegt. Neue Muster bringt Zara Atelj mit ihrem Team hervor. Die gebürtige Schweizerin, die vor fünf Jahren nach Helmond kam und sich seit März Kreativdirektorin nennen darf, war vor der Arbeit bei Visco noch nie in Afrika. Inzwischen hat sie jedes einzelne Land besucht, in das die Firma Stoffe liefert. „Außer Kongo, aber das steht schon auf dem Plan.“

Nur wenige Designs sind in allen Ländern gleich. Der Rest unterscheidet sich in Farben und Mustern nach regionalen Geschmäckern. Für Nigeria, wo die Ethnie der Igbo mehr als 30 Millionen Menschen ausmacht, setzt man auf Muster in den Traditionsfarben Rot, Blau und Gelb. Auch die Religion der Käufer spielt beim Design eine Rolle: „Für den islamischen Norden Nigerias können wir zum Beispiel keine Tiere zeigen, keine spezifischen Motive, schon gar nicht Kreuze“, sagt Atelj. „Dann werden es eher grafische Drucke oder ein Blumenmuster.“

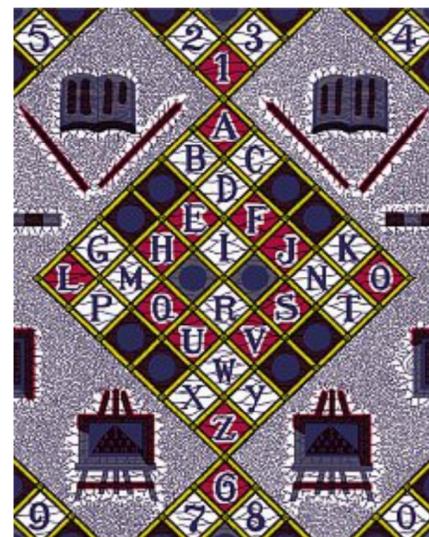
Früher habe man nicht an Feiertage gedacht. Heute gibt es Kollektionen für Ramadan und Muttertag. Und es gibt die „Superwax“-Reihe für wohlhabende Kundinnen, die eigene Muster auf Bestellung bekommen. Meist wohnen sie in London oder anderen Weltmetropolen und vertreiben die Ware von dort aus in Westafrika.

Jeder Designer hat einen Monat Zeit, ein Design fertigzustellen. Manche arbeiten per Hand, manche am Computer. Erst werden die Muster schwarz-weiß gezeichnet, später die Farben ausgewählt. Jede Saison hat bestimmte Farbgruppen, aber Indigo ist immer dabei. Wenn sich die Druckfarben ungeplant überschneiden, entstehen ganz neue Farben. „Früher war das gang und gäbe“, sagt Zara Atelj. „Heute können wir das kaum mehr verkaufen. Schade, aber die Kunden verlangen Perfektion vom Original.“ Doch es gibt eine geplante Unregelmäßigkeit, die von der chinesischen Konkurrenz nicht nachgemacht werden kann. „Das Bubbling bekommen die nicht hin“, sagt Zara Atelj. Die Färbung erinnert an blubbernde Blasen und entsteht durch das gebrochene Wachs beim Weiterfärben.

Visco ist ein sehr vorsichtiges Unternehmen. Es dauert Monate, bis wir die Zusage bekommen, überhaupt Designer und Produktion kennenzulernen. Die Angst vor Kopisten und Kritikern ist groß. Manche argumentieren, Visco



Das Design von 1952 bekam von den Händlerinnen den Namen „Die glückliche Familie“. Das Huhn in der Mitte symbolisiert die starke Mutter, die von Kindern umgeben ist. Der Mann, als Hahnenkopf, steht eher am Rand. Ein familienfreundliches Motiv.



Missionare schlugen das Muster von 1920 als Beitrag zur Alphabetisierung vor. Man zeigt, dass man lesen, schreiben, rechnen kann.



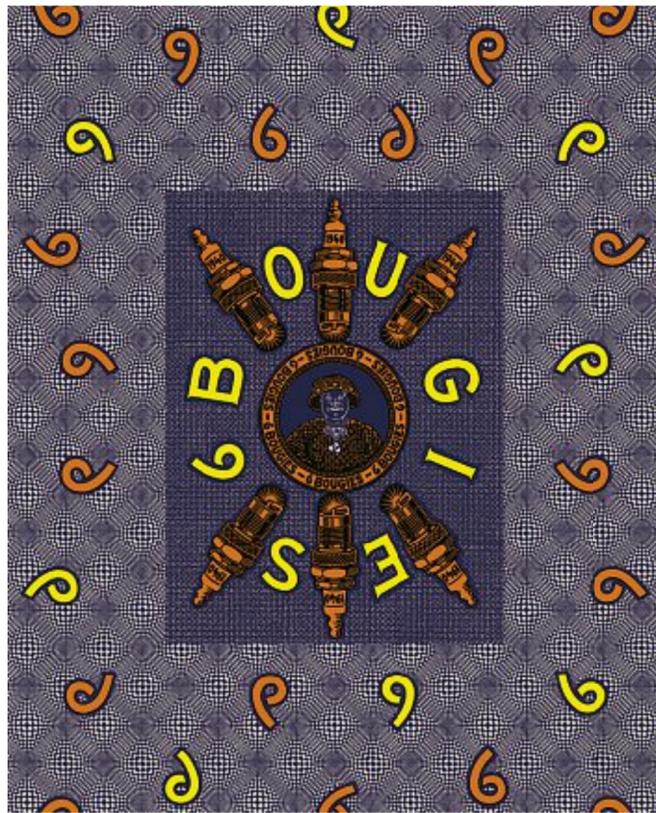
PREMIUM SONNENSCHIRME

Wir bieten stilvolle Lösungen für jedes Wetter. Entdecken Sie unsere Produktvielfalt auf www.knirps.com

Pendelschirm 340

Ausgezeichnet mit A'Design Award. Erhältlich in 4 Farben.





Im Mai 1940 bestellte ein portugiesischer Händler dieses Muster. Die Zündkerzen zeigen, dass sich der Träger ein Auto leisten kann. Beliebte Deutung: Eine Frau kann es mit sechs Männern aufnehmen.



Einer der jüngsten erfolgreichen Entwürfe ist „Le Sac de Michelle Obama“ (2008). Er bezieht sich auf die ehemalige amerikanische First Lady, die bei einem Staatsbesuch in Ghana diese Handtasche trug.

habe sein Geschäft auf der Kolonialisierung aufgebaut. Die Kundinnen in Afrika wiederum sehen das nicht so eng. Ohnehin haben sie die Marke auf paradoxe Weise vereinnahmt. Visco mag aus Holland kommen – aber ist längst Teil ihrer Kultur.

In den Niederlanden werden die Designs zunächst auf einen Metallzylinder graviert. 1600 dieser Zylinder besitzt das Unternehmen, sie werden ständig wiederverwertet. Aus Angst vor Ideenklau gibt man keinen Arbeitsschritt aus der Hand. „Natürlich gäbe es Gravierbetriebe, aber dann geben wir auch Designs weg, die wir vielleicht erst im nächsten Jahr auf den Markt bringen möchten. Es ist immer ein Risiko dabei“, sagt Jos van de Laar, der seit 35 Jahren bei Visco arbeitet. Designs, die sich gut verkaufen, werden gern kopiert. Visco muss sich dann stets etwas Neues einfallen lassen. Und Vorsicht ist geboten: Die Konkurrenz hat ihre Augen auch in den Niederlanden.

Die Graviermaschine beschichtet den Zylinder an einigen Stellen mit einer Schutzschicht, der Rest wird weggeätzt. Dort kommt anschließend das Wachs hinein. In der Wachsdruckerei riecht es nach – Wachs. „Wir drucken mit synthetischem Wachs“, sagt van de Laar, „denn natürliches Wachs ist nicht konstant.“ Synthetisches Wachs ist fast transparent, hier ist es schwarz, denn es wird immer wieder verwendet. In der Wachsdruckerei kommen Stoff und Zylinder zusammen. Angeliefert werden fertig gewebte Tücher. Nach dem Waschen und Trocknen werden sie zu Rollen von je 8000 bis 9000 Yards aufgerollt. In mehreren Durchgängen wird jedes Tuch beidseitig an den gleichen Stellen mit Wachs bedruckt, mit einer Abweichung von höchstens 0,05 Millimetern.

Die Maschinen haben einige Jahrzehnte hinter sich. „Wir haben viel versucht, um unsere Prozesse zu automatisieren, aber man bekommt nicht das gleiche Resultat“, sagt Jos van de Laar. Alle Maschinen seien Eigenentwicklungen, die gebe es nirgends sonst auf der Welt. Und auch die Farben werden selbst angemischt. Die Großkunden in Westafrika können sich auch eigene Farbwünsche zu bestehenden Mustern bestellen. Wo das Wachs auf der Baumwolle aufliegt, kann keine Farbe durchdringen. Manchmal bricht das Wachs, und es gelangt Farbe auf die weißen Stellen. „Es ist eben ein natürliches Produkt“, sagt van de Laar. „Für mich ist das das Schönste, denn das kann man nicht kopieren. Aber nicht jeder Kunde denkt so.“

AFRICOUTURE

Die Farbe heißt Java, der Druck heißt Batik. Knapp zwei Drittel der Stoffe werden als Grundlage mit Indigo bedruckt. Das Blau zu drucken ist aufwendiger als andere Farbtöne. Sieben, acht, neun Mal muss der Stoff in Farbe baden, bis er stark genug gefärbt ist und auch der großen Wäsche standhält. Je nach Muster wird das Wachs anschließend ganz oder nur teilweise entfernt. Dann kommen weitere Farben hinzu. Nachdem die Basisfarben aufgetragen sind, kommen die Druckfarben mit Schablonen auf den Stoff, anschließend werden die Tücher gewaschen, imprägniert und kontrolliert. Vor einer Lichtwand raschen die Stoffe vorbei. Die Kontrolleure starren auf die Muster, halten das Band an, markieren Fehler. Dann setzt sich das Muster wieder in Bewegung, die Yards bewegen



Kommen gut an: Visco-Stoffe in Westafrika

sich weiter. Die Kontrolleure arbeiten zwei Stunden am Stück, dann machen sie Pause. „Respekt vor denen, die das können“, sagt van de Laar.

Visco schickt keine Rollen, sondern fertig geschnittene Stoffpakete von vier, sechs und zwölf Yards zu den Kunden. Die verkaufen die Stoffe meist auf den Märkten weiter. Auf Paletten sind die Stoffballen schon mit ihren Endzielen versehen: Lagos, Abidjan, Cotonou, Lomé, Laos. „Erst kommt das Geld, dann liefern wir“, sagt van de Laar. Die Stoffe werden in Jute eingeschlagen. Ein früherer Direktor wollte es aus Kostengründen mit Plastik versuchen. „Da haben unsere Kunden gesagt: Das ist nicht Visco, das ist eine Kopie. Das haben wir dann zurückgenommen.“

Die Konkurrenz ist schärfer geworden. Produzenten aus China bieten billige Ware an – herkömmlich bedruckt, ohne Wachs. Visco-Stoffe kosten bis zu neun Euro pro Meter, chinesische nur ein Drittel, und nach einigen Wäschen ist die Farbe verblasst. In den Neunzigern wäre es um Visco fast geschehen gewesen. Erst als ein britischer Investor das Unternehmen kaufte, gelang die Wende. Mit neuen Märkten (Senegal, Mali), mehr Marketing und eigenen Kleidern. Den Onlinemarkt kann man vergessen: Es scheitert an der Logistik. Heute setzt Visco etwa 225 Millionen Euro im Jahr um, 90 Prozent davon in Afrika. Jos van de Laar war oft in Afrika unterwegs: „Wenn man das Produkt dort mit eigenen Augen sieht, mit der Sonne, dem Licht – dann ist man richtig stolz darauf.“

In Cotonou ist die Sonne bereits untergegangen, als wir auf den Schneider warten. Der Flug geht in zwei Stunden, die Koffer sind gepackt. Wir rufen an. Er sei gleich da, versichert er. Am Tag zuvor waren wir zufällig durch die lange Straße gelaufen, in der die Schneider ihre Werkstätten haben: garagenähnliche Zimmer, zur Straße hin offen, in denen die Nähmaschinen rattern. Die Straße lag am anderen Ende der Stadt. Wir wissen nicht, ob unser Schneider dort näht. Aber er braucht lange. Das Taxi zum Flughafen parkt schon vor der Tür, der Fahrer verstaut die Koffer, wird langsam ungeduldig. Neben ihm hält ein Moped. Der Schneider ist außer Atem, drückt uns das Paket in die Hand. Wir bedanken uns, geben Trinkgeld, springen erleichtert ins Taxi. Auf der Fahrt schauen wir im schummrigen Licht des Wagens die Kleider an. Er hat sie mit einer unglaublichen Detailverliebtheit genäht. Nur die Visco-Tragetasche, die hat er behalten.

dein Stil. dein Caruzzo.



reddot award 2015

Caruzzo vorübergehend mit kostenlosem Hocker



Frans Schrofer hat den Drehsessel Caruzzo als Ehrenbezugung an das fachliche Können von Leolux entworfen. Sie können Ihre eigene Kombination von Farben und Bezügen aus dem grenzenlosen Leolux-Angebot auswählen. Damit kreieren wir Ihren persönlichen Caruzzo. Vom 1. März bis zum 31. Mai darf sich jeder neue Caruzzo-Eigentümer außerdem einen kostenlosen Hocker aussuchen.

Entdecken Sie CARUZZO bei Ihrem Leolux-Partner in Ihrer Nähe oder besuchen Sie das Leolux-Designcenter in 47800 Krefeld, Elbestraße 39. Mehr Infos, unsere Partner, oder das Jahrbuch mit der kompletten Kollektion finden Sie unter: www.leolux.de

leolux

AACHEN-EILEND Krüttgen - ASPERG Einrichtung Knapp - BAMBERG Duche Inneneinrichtung e.K. - BERGISCH GLADBACH Patt Einrichtungen GmbH - BERLIN Kuhlmeier, Oliver GmbH - BERLIN Kusian Einrichtungshaus GmbH - BERLIN Lakeside Interiors GmbH - BONN HBR Hesbo - BONN Mambo GK-Möbel-Handels-GmbH - BRAUNSCHWEIG Wohndesign A + R GmbH - BRAUNSCHWEIG Möbel Homann - BRUCKMÜHL Ergonovo City GmbH - CHEMNITZ Möbelgalerie Tuffner - DATTELN Meyer Möbel GmbH - DREIEICH Dietrich Möbel GmbH - DRESDEN ProSitzzen-Studio KS Handel und - ESSLINGEN Profi Einrichtungen - FRICKENHAUSEN single möbelforum GmbH - FRIEDBERG Segmüller GmbH & Co. KG - GARBSEN Hesse Möbel GmbH - GEORGMARIENHÜTTE Dransmann B. Jun. GmbH - GERA Polstermöbel Outlet - GÖTTINGEN Einrichtungshaus Möbel Günther - GROSS GERAU Möbel Heidenreich GmbH - HALTERN Möbel und Handwerks-Dröbber GmbH & Co. KG - HAMBURG Hüter - studio Scharbau - HAMBURG BERGEDORF Markus Einrichtungen - HEIDE Raumkonzepte R. Zichen - HEMMINGEN WESTERFELD Böhm Möbel GmbH - HERKHEIM Einrichtungshaus Weber GmbH & Co. KG - HORSYSAALE Sitta Einrichtungshaus - ILLINGEN Möbel Dörrenbacher - KILSFELD Jäger-Einrichtungshaus GmbH - KAARST Hagen Raum und Design GmbH - KASSEL Wohnfabrik Möbelvertriebs GmbH - KIEL Dela Möbel GmbH & CO. KG - KLEVE Rexing Einrichtungshaus - KÖLN Pfannes & Vitrlich GmbH - KÖLN Pfannes & Vitrlich GmbH - KÖLN-MARSBERG Trösser GmbH & Co. KG - KONSTANZ Einrichtungshaus Fretz - KORNWESTHEIM Die Einrichtung Kleemann KG - KREFELD Design International by Sascha Haag - KREFELD-HÜLS Raumausstattung Feldmann - KUNZELSAU-GAISBACH Schmezer GmbH Einrichtungshaus - LANGENFELD W & A Wohnen - LANGERWEHE Möbel Hertel GmbH & Co. KG - LASTRUP Kästner GmbH - LAUCHRINGEN Möbel Dick GmbH - LÜBECK Inform - Einrichtungen - MAULBURG Einrichten Schwelger - MÖNCHENGLADBACH Tellmann Einrichten & Gestalten - MÖNCHENGLADBACH-WICKRATH Frank Zimmermanns kreatives Wohnen - MÜLHEIM AN DER RUHR Parteneimer GmbH - MÜNSTER Elvir Cavkic Wohnen & Schlafen - NEUWIED Die Wohnfabrik - NÜRNBERG Eichhorn Wohnen - PARSODORF Segmüller GmbH & Co. KG - PFÖRZHEIM Dieter Horn, Intern. Wohnbedarf - POTSDAM Designetagen GmbH - PULHEIM Einrichtungshaus Segmüller - RIEBERG Knaup individuelles Wohnen - SINDELINGEN Holmeister Siedelungen - SOLLINGEN Dembny-Wohnen - SPEYER richard j. maurer wohndesign - STADTHAGEN Göbel "the living company" - STOCKACH Möbel Stumpff - SÜNDERN Haus der Wohnkultur - SYKE Wagner Wohnen GmbH - TONINGVORST Möbel Klauth GmbH - TRIER Möbel Schmitz GmbH - VIERSEN Möbel Kluth GmbH - WEIDEN Kaspar Einrichtung GmbH & Co. KG - WEITERSTADT Segmüller GmbH & Co. KG - WETZLAR Möbel Schmidt Natürlich Wohnen - Wiesbaden-Sonnenberg Möbelhaus Vogel - WIESLOCH Weckesser Wohnen GmbH - WORMS Westfalla Möbel Peock GmbH

SUPREME EXTREME

Zur Pariser Männermodeweche im Januar trugen die Models bei Louis Vuitton Taschen aus knallrotem Leder. Auf den kleinen Clutches und großen Taschen prangte nicht das typische LV-Monogramm, sondern in fetten weißen Buchstaben das Wort „Supreme“. Manch langjähriger Kunde der Pariser Luxusmarke wird sich gefragt haben, wofür der Name überhaupt steht. Trendjäger dagegen erkannten sogleich die Sensation.

Supreme steht in der Streetwear-Szene (also der von Skateboarding, Hip-Hop und sonstigen urbanen Einflüssen geprägten Straßenkleidung) seit mehr als 20 Jahren für New Yorker Sub- und Jugendkultur, provokante Guerrilla-Werbung mit oft nicht ganz jugendfreien Kampagnenmotiven, eine generelle Scheiß-drauf-Haltung und nur limitiert verfügbare Produkte.

Wie hat es diese Nischenmarke, die einst als Skateboard-Shop startete, auf den Laufsteg des milliarden-schweren Luxushauses geschafft? Oder sollte man lieber fragen: Wie hat Louis Vuitton sie dorthin bekommen?

Im Jahr 1994 eröffnete der Amerikaner James Jebbia den ersten Supreme-Laden in einem Bürogebäude an der Lafayette Street in Manhattan. Benannt nach einer zwielichtigen Skate-Gang der Stadt, verkaufte er dort Skateboards, Zubehör und entsprechende Kleidung, die damals fast ausschließlich von Marken der amerikanischen Westküste kam, dem Geburtsort des Skateboardings.

Jebbia selbst ist kein Skater, er interessiert sich vor allem für die Ästhetik, das Grafik- und Produktdesign. Schon bald kamen Skater in den Laden – getriebene Gestalten wie die Jugendlichen in Larry Clarks Film „Kids“, der damals in den Straßen New Yorks gedreht wurde. Supreme ist noch heute ein Szene-Treffpunkt. Die Verkäufer schließen auch mal ab, wenn ein Kunde vor der Tür steht, der ihnen nicht passt. Anfassen darf man die pedantisch gefalteten Shirts nicht – nur angucken.

Irgendwann entwickelte sich der Laden zur Marke. Zur Eröffnung hatte Jebbia mit einem Freund drei eigene Print-Shirts entworfen, unter anderem mit einem Bild von Robert De Niro aus „Taxi Driver“. Jebbia war nicht zufrieden mit den Designs und gab seinem Freund ein Buch der amerikanischen Konzeptkünstlerin Barbara Kruger als Inspiration. Der Freund legte nach ihrem Vorbild einen roten Balken mit weißem Schriftzug in Futura Bold über den Druck – und das Box-Logo war geboren.

Die Shirts wurden im Laden zum Bestseller, die eigene Kollektion um Sweatshirts, Kappen und weitere Produkte ergänzt. Das rote Logo wurde zum Erkennungszeichen und zum Low-Budget-Werbemittel. Schon bald zierten Supreme-Sticker ausgewählte Werbeplakate in der ganzen Stadt. Als sie 1994 auf den Kampagnenmotiven Calvin Kleins im Intimbereich einer halbnackten Kate Moss klebten, reagierte der Konzern mit einer Klage.

Auch von Louis Vuitton wurde Supreme einst auf Unterlassung verklagt. Ein im Jahr 2000 herausgebrachtes Skateboard-Design, vom LV-Monogramm mit stilisierten Blüten abgekupfert, musste Supreme nach zwei Wochen vom Markt nehmen. Doch solche Zwischenfälle steigerten die Begehrtheit der Marke nur noch weiter – die Monogram-Skatedecks werden heute für knapp 10.000 Dollar auf Ebay angeboten.

Wie bleibt man cool und verdient doch Geld? Die Frage aller Fragen in der Modebranche hat das New Yorker Streetwear-Label Supreme beantwortet. Aber wie lange geht die Strategie noch gut?

Von Maria Hunstig



Zusammengedacht: Louis Vuitton und Supreme

James Jebbia und sein Team hatten nie soziale, künstlerische oder kommerzielle Berührungsängste. In der Wahl ihrer Kooperationspartner scheinen sie nichts und niemanden auszuschließen. Über die Jahre hat Supreme Kampagnen mit Kermit dem Frosch, Mike Tyson oder Kate Moss fotografiert, Skateboard-Decks von Kunstgrößen wie Jeff Koons, Damien Hirst oder John Baldessari gestalten lassen, unzählige Produktlinien mit Massenmarken wie Vans, Nike, Levi's, The North Face oder Lacoste lanciert und absurde Produkte wie einen Supreme-Hammer, einen Braun-Taschenrechner oder ein Subway-Ticket für die New Yorker U-Bahn herausgebracht.

Gleichzeitig hat die Marke mit Skate-Superstars wie Mark Gonzales zusammengearbeitet, junge Künstler gefördert, innovative Skate-Videos veröffentlicht und sich somit Glaubwürdigkeit und die Anerkennung der Szene sichern können. Das Erfolgsprinzip hinter den Kooperationen lautet künstliche Verknappung. Angeblich, um überschüssige Warenbestände zu vermeiden, gibt es die Produkte aus den Marken- und Künstler-Kooperationen immer nur in limitierten Stückzahlen – ohne dass die genauen Nummern oder Erscheinungsdaten groß verkündet würden. Auch der Vertrieb ist limitiert: Die gesamte Kollektion ist heute fast ausschließlich in den mittlerweile zehn eigenen Läden der Marke zu erstehen. Auch das trägt zum Gefühl des Clubs mit Erkennungszeichen bei: Wer hierzulande ein Shirt mit dem Logo trägt, war mindestens in Japan, wo mittlerweile sechs Supreme-Läden betrieben werden, in London, Paris, New York oder Los Angeles.

Oder er hat sich in die Tiefen des Internets begeben. Dort hat der Hype um Supreme längst seine eigene Dynamik entwickelt. In der eigens für den Handel und zum Austausch über Supreme-Produkte gegründeten Facebook-Gruppe „Supreme Talk UK/EU“ etwa kommunizieren knapp 100.000 Mitglieder im Minutentakt über ihre Lieblingsmarke und anstehende Produktlancierungen. Wer beitreten will, muss zunächst von der Community gebilligt werden. Vom Sticker bis zum Backstein mit eingraviertem Box-Logo (ja, auch den verkaufte Supreme im vergangenen Jahr) lässt sich hier alles zu Geld machen.

Limitierte Verfügbarkeit, unendliche Begehrtheit – tatsächlich ist diese Marke ein einziges Marketing-Kunstwerk. Und darin dem reichen Großonkel Louis Vuitton gar nicht mal so unähnlich. Die Faszination der beiden Marken füreinander nährt sich aber auch daraus, dass beide genau das haben, was der andere ursprünglich nicht hatte. Auf der einen Seite: Tradition, Handwerkskunst, Qualität, Luxus. Auf der anderen das, was man mit Geld nicht kaufen kann: Coolness, Glaubwürdigkeit, Street Credibility. Luxushäuser brauchen das: Gerade erst hat Jil Sander mit Luke Meier einen langjährigen Supreme-Designer als neuen Co-Kreativchef angeheuert.

Wenn die Kollektion „Supreme x Louis Vuitton“ im Sommer in den Handel kommt, dürfte der lederbezogene Skateboard-Koffer für Tausende Euro allerdings eher beim Bankier als beim Straßen-Skater landen. Jebbia müsste sich also um die Gunst seiner einstigen Stammkundschaft doch vielleicht langsam Gedanken machen.

Die Autorin ist Redakteurin bei „Sportswear International“.

FOTO: DPA



Scholtissek

KONTRASTREICHE RAUMKUNST

Massivholz-Performance - auf das Leben zugeschnitten - ob unsere Vielfalt an Massivholztischen mit eleganter Auszugstechnik kombiniert mit bequemen, lederbezogenen Sesseln; unsere unikaten Baumkantentische mit Edelstahlwangen oder unsere filigranen und funktionalen Korpusmöbel - ein deutlicher Materialkontrast und die Präsentation der natürlichen Holzmaserung machen unsere Passion aus.

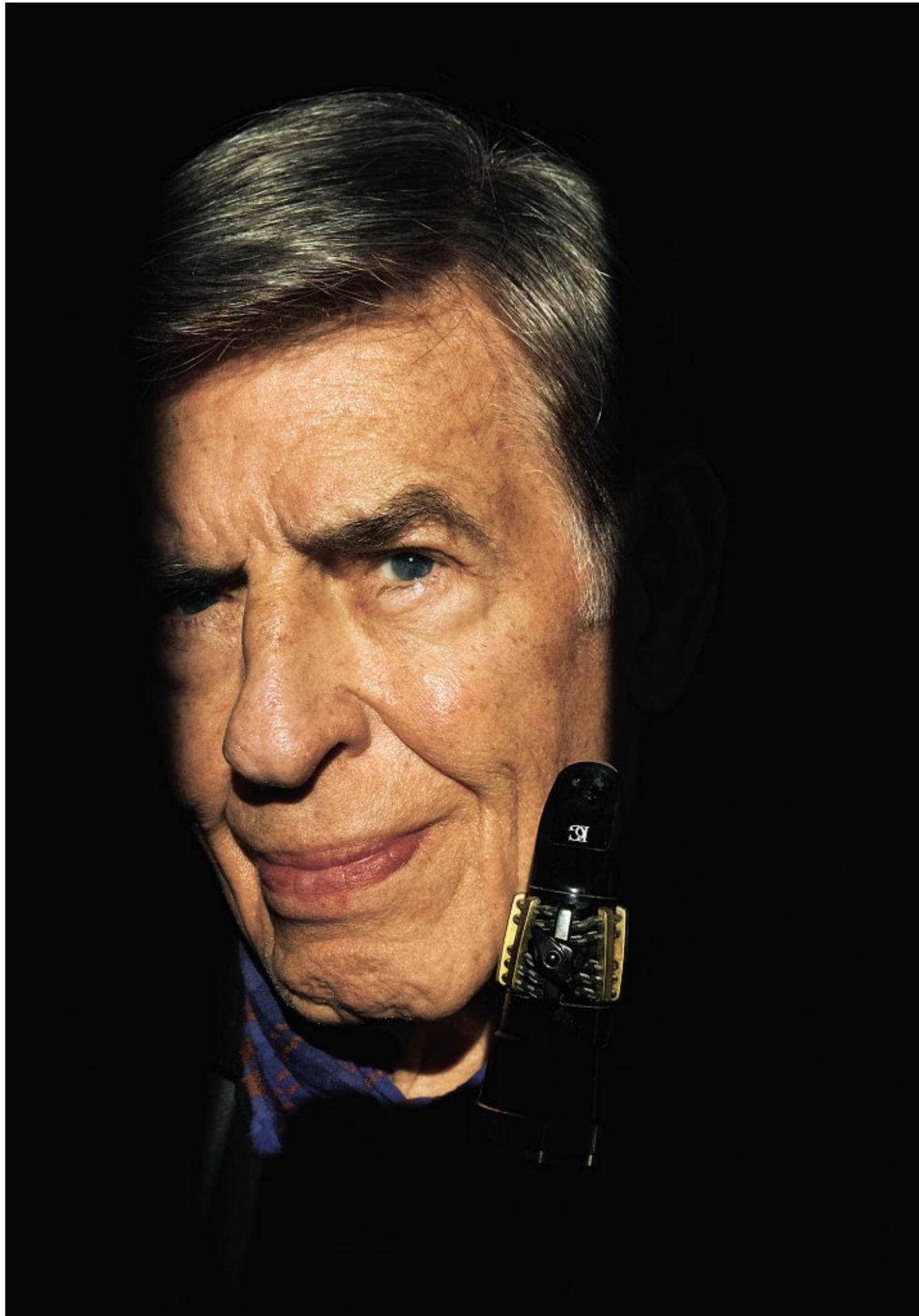


Foto Daniel Pilar

Herr Kühn, was haben Sie gefühlt, als Sie zum ersten Mal in Ihrem Leben, kurz nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs, Jazz gehört haben?

Ich war sofort fasziniert. Das ist durch eine junge Dame gekommen, die später als erste deutsche Jazzmusikerin nach Amerika ging: Jutta Hipp. Sie war eine Leipziger Kunststudentin und kam 1947 überraschend in das Lokal, in dem ich spielte. Sie sah aus wie später Nina Hagen: rote Haare bis zum Po, knallrotes Käppi, schrill geschminkt. Sie war eine Sensation. Dann sagte sie: Klingt ganz gut, was du machst. Aber ich würde dir gern einen richtig guten Klarinetten vorspielen. Ich wurde in das Haus ihrer Eltern eingeladen. Dort spielte sie mir eine amerikanische V-Disk von Benny Goodman vor. Das war dann der erste wirklich einschneidende Schritt für meine weitere Karriere.

Was bekamen Sie zu hören, was hat es in Ihnen ausgelöst?

Ich bekam nicht nur vollendetes Klarinettenspiel zu hören, sondern auch einen biegsamen, besonders flexiblen, wunderbaren Ton. Die Nummer hieß „Hallelujah“ und ging in einem rasanten Tempo. Leider musste ich die Platte zurückgeben. Ich habe später 50 Jahre gebraucht, bis ich sie wiedergefunden habe. Vor wenigen Jahren erst wurden diese V-Disks, die für amerikanische Soldaten aufgenommen wurden, auf CD gepresst. Als ich die Nummer wiederbekam, habe ich mich gefreut wie ein Baby. Sie hat genau den gleichen Eindruck hinterlassen wie damals vor 70 Jahren. So gut wie auf dieser Platte hat Benny Goodman selten gespielt. Und ich hatte Gelegenheit, ihn fast zwei Jahre lang täglich zu erleben.

Wieso hatten Sie die Klarinette als Instrument gewählt?

Ich musste morgens um acht in der Schule sein, im Radio lief davor immer Morgenmusik von Albert Vossen und seinen Solisten. Bis heute weiß ich nicht, wer der an der Klarinette war. Aber ich dachte: Das ist ein tolles Instrument. Ich hatte viele Wünsche, die mein Vater alle erfüllt hat. Die Hawaii-Gitarre hat nur einen Tag überstanden, dann habe ich sie in die Ecke gestellt. Saxofon, Trompete – alles habe ich bekommen. Nicht weil ich so verwöhnt war, sondern weil er so gutmütig war.

Bald nach Ihrer Geburt 1929 wurde die politische Lage schwierig, auch Sie haben darunter gelitten. Wie haben Sie wahrgenommen, dass sich die Spannungen verschärfen?

Die Zeit war geprägt von einer Angst, die immer größer wurde. Man sah Leute verschwinden, das Zigarrengeschäft meiner Mutter wurde in der Reichspogromnacht zerstört. Meine Mutter war Jüdin, sie hatte noch drei Schwestern. Die älteste kam über das Ghetto Lodz als Versuchskaninchen nach Kulmhof, wo man die Tötung durch Vergasen im abgeriegelten Lastwagen zum ersten Mal ausprobierte. Dort kam sie um. Ein Freund nach dem anderen musste gehen. Zum Schluss wollte man forcieren, dass die sogenannten Misch-Ehen geschieden wurden. Das hat mein Vater nicht gemacht. Die Strafe war, dass er aus der Reichstheaterkammer flog und bei der Organisation Todt Schwerstarbeit im Arbeitslager leisten musste. Meine Mutter hatte enormes Glück zu überleben.

„Die erste Liebe blieb bis heute“

Der Jazz-Musiker Rolf Kühn über seine Kindheit im Nationalsozialismus, den Reiz der Klarinette, seinen Aufbruch nach New York und eine unvergessliche Begegnung mit seiner Nachbarin Billie Holiday

Wie wurden Sie musikalisch unterrichtet?

Als sogenannter Halbjude durfte ich nicht aufs Konservatorium. Meine Mutter fand Privatlehrer, die das heimlich machten. Mein Lehrer war Soloklarinetist im Leipziger Gewandhausorchester. Auch der Klavierlehrer, der mich Musikgeschichte, Arrangieren, Dirigieren und Chorsätze-Schreiben lehrte, hat das heimlich gemacht.

Hat die Heimlichkeit Ihre Leidenschaft befördert?

Ich glaube nicht. Sie war da, von Anfang an, obwohl ich zunächst ein ziemlich fauler Schüler war. Ich dachte, das geht von alleine, irgendwann lernst du das. Aber dann wurde es ernst, und ich fing an, richtig zu üben, wie ich es bis heute tue. Sechs bis acht Stunden am Tag waren da keine Seltenheit. Heute sind es nur noch zwei oder drei. Das genügt.

Sie haben dann mit Musikern Geld verdient. Wie funktionierte das?

Durch Beerdigungen. Ich habe auf vier oder fünf Beerdigungen am Tag gespielt. Meine Mutter hatte mir Handschuhe gemacht, vorne abgeschnitten. Ich spielte Harmonium, da musste man Pedale treten, um überhaupt einen Ton heraus-

zubekommen. Aber es gab 2,50 Mark pro Beerdigung. Wenn man noch den Sarg raustrug, gab es drei Mark. Mal fünf, war das gar nicht schlecht.

Wie ging es weiter?

Ich habe in der Opernballettschule Klavier gespielt und begegnete dort Mary Wigman, der Grande Dame des modernen Tanzes. Sie kam alle 14 Tage in die Schule, um einen Kursus für Improvisation zu geben. Ich war damals 16 und fragte sie, ob sie Noten mitgebracht habe. Sie sagte: „Junger Mann, bei mir gibt es keine Noten. Heute improvisieren wir eine Hexe. Setzen Sie sich ans Klavier, mal sehen, was Ihnen einfällt.“ War das furchtbar! Zum Glück hatte ich davor den „Freischütz“ gehört, da gibt es die Wolfsschlucht im zweiten Akt, mit unheimlicher Musik von Carl Maria von Weber. Ich habe versucht, mich an die Akkorde zu erinnern. Das hat ihr gefallen, und sie hat mich immer wieder bestellt.

Sie waren bald in Leipzig als Musiker etabliert. Warum sind Sie weggegangen?

Ich hatte die Gelegenheit, drei Jahre als Saxofonist in der Big Band von Kurt Henkels für den Mitteldeutschen Rundfunk zu arbeiten. Eine wichtige Zeit. Damals

machte ich meine ersten Aufnahmen bei Amiga, dem Label, das die gesamte DDR-Zeit über bestand.

Aber Jazz in der DDR war schwierig und bürokratisch. Die Führung wollte vorschreiben, was für Musik gespielt wird.

Sie legten großen Wert auf einen hohen Anteil eigener Musik im Radio. Erst waren es 60 Prozent DDR-Musik zu 40 Prozent westdeutsche Schlager und ab und zu eine amerikanische Nummer. Dann wurden es 70 zu 30, und es wurde mir zu bunt. Da nahm ich für drei Monate ein Engagement in Timmendorfer Strand an und ging mit der Band via Hamburg, wo wir in der „Er & Sie Bar“ am Neuen Wall spielten, weiter nach West-Berlin. Dort spielten wir im „Femina“ an der Nürnberger Straße. Eines Abends kam das gesamte Rias-Team aus der Abteilung Musik. Die engagierten mich am selben Abend. Das reichte dann für sechs Jahre.

Wie reifte der Wunsch, die deutsche Enge für die Weite der Vereinigten Staaten zu verlassen?

Ich hatte das Gefühl, am Ende der Möglichkeiten angekommen zu sein. Es gab damals etliche große Talente im Jazz wie Albert Mangelsdorff, Joki Freund oder Hans Koller. Aber das Ende der Fahnenstange war erreicht. Wenn man vorn und hinten brennt in diesem Beruf, möchte man ins Ursprungsland. Meine Kollegen haben mich für wahnsinnig erklärt. Ich hatte einen tollen Job und auf vielen Platten mitgemacht. Aber ich wollte es einfach, und ich habe es keine Sekunde bereut. Man lernt so viel dazu. Ich habe in New York noch viel größere Talente kennengelernt. Ich halte das für meine wichtigste Zeit.

Dort wurde eine Person für Sie wichtig, die heute fast nur noch als Schlagersängerin bekannt ist, aber eine begnadete Jazzsängerin war: Caterina Valente.

Wir hatten uns vorher in Berlin kennengelernt, noch vor ihrem großen Erfolg. Ich war mit ihr und ihrem Bruder gut befreundet. Sie kam sechs Monate nach mir nach New York. Ich hatte gerade meine Gewerkschaftskarte erhalten, wir trafen uns in einem Café Central Park South. Sie sagte, nächste Woche gehe ihr Engagement im Hotel Pierre auf der Fifth Avenue los. Plötzlich sagte sie, das könnten wir doch zusammen machen. Das war der allererste Job und ein großartiger Start. Die „New York Times“ schrieb darüber. Das bedeutete eine Menge.

Sie kamen aus Deutschland und fügten der amerikanischen Musik etwas Eigenes hinzu. Wie haben die Amerikaner reagiert?

Durch den Pianisten und Komponisten Friedrich Gulda, den ich aus Deutschland kannte, hatte ich den Produzenten John Hammond kennengelernt. Er stellte mir eine Band zusammen, wie man sich das in seinen Träumen vorstellt. Er hatte Benny Goodman und Billie Holiday entdeckt und gefördert und später Künstler wie Bob Dylan, Aretha Franklin und Bruce Springsteen. Nach meinem Vorspiel mit Gulda am Klavier sagte er: „I like what I hear.“ Durch ihn bekam ich sogar ein Engagement in Harlem. Das war eigentlich ein Billigladen, ein Zuhälterladen, alles in Schwarz, sogar die Berberteppiche. Der Pianist und ich waren die einzigen Weißen. Ein Glück, dass wir in der Rhythmusgruppe den Drummer Pete LaRoca und Jimmy Garrison, den



„Er war ein Herr“: der große Benny Goodman und der junge Rolf Kühn 1959 in New York

Coltrane-Bassisten, hatten. Sonst wären wir am ersten Abend im hohen Bogen geflogen. Wir sollten 14 Tage spielen und blieben vier Wochen, die mochten uns. Die Nutten machten manchmal fünf Minuten Pause dort. Was für ein Laden!

1956 war Jazz noch Leitkultur für junge Leute, was später die Popmusik wurde. Was haben Sie dort vorgefunden?

Die große Ära des Jazz auf der 52nd Street, als in einem Club Lester Young aufrat, im nächsten Billie Holiday und wieder einen weiter Oscar Peterson, die war schon vorbei. Aber immerhin gab es noch das alte „Birdland“, in dem sich konzentriert alles abspielte. Ich hatte das Glück, durch John Hammond mit Clubbetreiber Morris Levy bekannt zu sein und dort öfter zu spielen.

Aber es war eine neue Ära mit kommenden Stars wie John Coltrane und Miles Davis. Natürlich. Es gab damals noch einige Clubs im Village wie das „Café Bohemia“. Eines Abends trat Art Blakey mit seinen Jazz Messengers auf. Der alte Blakey war ein Energiebolzen, großartig. An einem Abend kam ein dünnes Männchen rein und wollte alle Musiker anwerben für einen neuen Club. Das war das „Village Vanguard“, das bis heute besteht. Der Club war wahnsinnig beengt. Sie haben später die Montags-Jam-Sessions erfunden, mit der Mel Lewis/Thad Jones Big Band. Die Atmosphäre war toll, weil es kein Podium und keinen Zuschauererraum gab, es gehörte alles zusammen. Barbra Streisand, die bekannt für ihr Lampenfieber ist, sagte: „Hier habe ich keine Bühnenangst, weil es keine Bühne gibt.“ So etwas gab es in Deutschland nicht, nicht einmal in Frankfurt.

Ende der sechziger Jahre hat Jazz seine Leitfunktion gegen den Rock eingebüßt. Hat er sich zu wenig erneuert?

Einen Mangel an Erneuerung hatten wir nicht. Ornette Coleman warf alles über den Haufen und wollte keine harmonischen Grundlagen mehr. Da liefen alle New Yorker Musiker hin. Ich wusste zunächst nicht, was ich damit anfangen sollte. Viele Jahre später hatte ich eine interessante Begegnung mit ihm. Mein Bruder hat viel mit ihm gemacht, und nach einem Konzert in Leipzig traf ich ihn. Er habe so viel von meinem Bruder über mich gehört, wir sollten unbedingt miteinander spielen. Er fragte, wann ich das nächste Mal in New York sei. Vier Wochen später besuchte ich ihn in Harlem, von außen eine Bruchbude, von innen hochmodern. Er legte mir ein paar Noten vor und sagte: „Das gehen wir mal durch.“ Ich spielte die Noten, aber er spielte es ganz anders als notiert. Die Noten waren nur ein Rahmen. Ich bat ihn, es noch ein paar Mal vorzuspielen. Wir haben bestimmt 90 Takes gemacht. Ich habe keinen Unterschied gehört, aber er sagte immer: „Es wird immer besser, wir machen gleich noch einen.“

Sie lernten Billie Holiday zwei Jahre vor ihrem frühen Tod kennen. Wie sind Sie ihr begegnet?

Wir wohnten zufällig im gleichen Haus, 26 West 87th Street, am Central Park. Zuvor hatte ich ein einzelnes Zimmer gegenüber und bezahlte 12,50 Dollar in der Woche. Ich lernte eine Kanadierin kennen, die im Haus Billie Holidays wohnte, und zog bei ihr ein. Wir haben einige Sachen zusammen fürs Fernsehen

„Die erste Liebe blieb bis heute“

gemacht. Sie war schon völlig hinüber von Drogen und Alkohol. Eines Morgens kam ich um sieben Uhr nach Hause und hatte meine Hausschlüssel vergessen. Meine einzige Möglichkeit war, bei ihr zu klingeln. Sie sah völlig fertig aus und stürmte wie eine bösertige Hexe auf mich los. Sie hat mir alle schlimmen Worte an den Kopf geschmissen, die man so kennt. Aber sie hat mich hineingelassen. Wenige Tage später hatten wir eine gemeinsame Session fürs Fernsehen, und sie entschuldigte sich.

Die wichtigste Figur Ihrer New Yorker Zeit war Benny Goodman. Wie kam es zu dieser Begegnung?

Es war eigenartig, ihn kennenzulernen und zu hören. Er war ein Herr, sehr distanziert, ohne unfreundlich zu sein. Er schrie nie oder wurde laut. Wenn er vor der Band stand und eine Nummer anzählte, sprach er so leise, dass die Band aufpassen musste, den Einsatz nicht zu verpassen. Zwei Fehler genügte, um gefeuert zu werden.

Sie haben ihn auf seinem eigenen Instrument von Ihren Fähigkeiten überzeugt. Wie ist Ihnen das gelungen?

Das kam durch seinen früheren Bandboy, einen jüdischen Mann mit dem Spitznamen Popsie. Er stellte die Noten hin und machte alle Reisen mit. Goodman mochte ihn. Irgendwann sagte Popsie zu ihm, er habe Familie und wolle nicht mehr so viel unterwegs sein. Goodman fragte ihn, was er denn machen wolle. Er sagte: „Ich würde gern fotografieren.“ Goodman zahlte ihm die Einrichtung, und Popsie wurde zum bekanntesten Musiker-Fotografen New Yorks. Er kam dann zu einem meiner Konzerte und fragte: „Hat dich der Benny schon mal gehört?“ Ich sagte: „Nee, glaube ich nicht.“ „Aber der sollte dich mal hören, soll ich mal versuchen, das zu arrangieren?“ Ich dachte, das sei Gequatsche. Drei Tage später bekam ich einen Anruf aus Goodmans Büro, ob ich für seine neue Big Band vorspielen wollte. Der erste Titel war „Goody Goody“. Er packte seine Klarinette aus und spielte



„Ich habe Narrenfreiheit“: Rolf Kühn übt auch mit 87 Jahren jeden Tag mehrere Stunden.

sein Solo. Beim dritten Durchlauf zeigte er auf mich. Das ging immer per Handzeichen, es bedeutete: Jetzt bist du dran. Ich sah aus dem Augenwinkel, dass er freundlich lächelte. Und das reichte für zwei Jahre.

1962 gingen Sie zurück. Warum?

Ich musste mich entscheiden, ob ich im „Rat Race“ mein Leben verbringen will, und dachte, vielleicht könnte ich mit den Erfahrungen aus den fast sechs Jahren in Europa mehr anfangen. Ich kam zurück und hatte mehr Möglichkeiten. Ich konnte europaweit viel machen und mir die Musiker aussuchen. Es war die richtige Entscheidung.

Sie haben auch für den Film komponiert, klassische Musik ausprobiert. Wieso haben Sie den Fokus geweitet?

Ich hatte Aufträge von den zwölf Cellisten der Berliner Philharmoniker als Arrangeur. Ich leitete die Einspielungen, das war die pure Freude. Auch mit Sabine Meyer zu arbeiten, für die ich ein kleines Concerto geschrieben habe, war ein großes Vergnügen. Das geht bis hin zu meinem aktuellen Album „Spotlights“, auf dem ich mit so unterschiedlichen Gästen wie dem brasilianischen Mandolinvirtuosen Hamilton de Holanda, der kroatischen Cellistin Asja Valcic, meinem Bruder Joachim am Piano und dem phantastischen Oboisten Albrecht Meyer spielen. Für mich war immer wichtig, gute Musik zu machen. Selbst Volksmusik kann faszinierend sein, wenn sie brillant gemacht ist. Ich wollte mich ausprobieren, indem ich ein Dirigierstudium bei Charles Mackerras aufnahm. Auch die 13 Jahre als musikalischer Leiter am Theater des Westens haben mir viel Spaß gemacht. Aber die erste Liebe blieb bis heute.

Über die Jahrzehnte haben Sie eine enge Beziehung zu Ihrem Bruder Joachim aufgebaut, der 14 Jahre jünger ist als Sie. Wie viel hatten Sie auch in der New Yorker Zeit von den Zuständen im „anderen Deutschland“ mitbekommen?

Sehr viel. Er und meine Eltern lebten damals in Leipzig. Ich fuhr so oft wie möglich zu ihnen. Joachim hatte ein modernes Trio, von dem ich sehr beeindruckt war. Das spielte schon in wesentlich freierer Form. Es klang nicht so pur wie Coleman, es gab Themen, aber dazwischen konnte man frei improvisieren. Später hörte uns George Wein auf dem Jazzfest Berlin an einem magischen Abend vor 8000 Leuten und lud uns zum legendären

Newport-Festival ein. Nach dem Newport-Auftritt kam der Plattenproduzent Bob Thiele hinter die Bühne und machte uns das Angebot, eine LP für das Jazzlabel Impulse! aufzunehmen. Wir gingen ins Studio in New York – und die Platte gilt bis heute als Klassiker.

Wie war Ihr Bruder aus der DDR herausgekommen?

Es war wieder Friedrich Gulda. Er spielte für unser Leben eine wichtige Rolle. Ich wusste, dass er einen Jugendwettbewerb für Jazz in Wien veranstaltete, und bat ihn, offiziell über das Kultusministerium meinen Bruder einzuladen. Joachim stieg in den Zug, verließ die DDR auf Nimmerwiedersehen im Schlafwagen und belegte bei dem Wettbewerb sogar noch den zweiten Platz.

Nicht nur der Jazz hat an Bedeutung verloren, auch Ihr Instrument, die Klarinette, wird nur selten im modernen Jazz gespielt. Warum haben Sie an ihm festgehalten?

Es hat mich gereizt, mit diesem Instrument den Anschluss zu finden an die talentierten Saxofonisten, die vom Instrument her die größeren Soundmöglichkeiten haben. Ich fand es spannend, das Instrument, das anscheinend von der Bildfläche verschwunden war, weiter zu entwickeln. Früher war die Klarinette das populäre Instrument überhaupt, neben Goodman hat sie Stars wie Woody Herman oder Artie Shaw berühmt gemacht.

Als Sie sich den freieren Formen öffneten, waren Sie Anfang 30. Heute ist Ihr Schlagzeuger 55 Jahre jünger. Welche Impulse gibt Ihnen die jüngste Generation von Jazzmusikern?

In den letzten acht Jahren sind die Mitglieder der Rolf Kühn Unit zu Persönlichkeiten gereift. Sie haben etwas, das wir damals nicht hatten. Amerika war das große Vorbild, wir imitierten die amerikanische Musik. Dieses Gefühl ist bei ihnen überhaupt nicht vorhanden. Würde ich sie mit nach New York nehmen, und wir würden in der Carnegie Hall auftreten, sie würden genauso hemmungslos spielen wie in einem kleinen Jazzclub. Die haben keine Hemmschwelle und sind selbstbewusst.

Weil es so viel eigene europäische Tradition gibt?

Ja. Die Zeit der Imitation ist Gott sei Dank lange vorbei. Das sind die schwersten Schritte, von den Vorbildern wegzukommen und seinen eigenen Ton und Stil zu finden. Play your own thing!

Jeden Tag drei Stunden Klarinette. Warum ist man nie perfekt?

Die Pfortner im alten Rias-Gebäude wundern sich auch. Es kann regnen oder schneien – irgendwann tauche ich immer hier auf. Ich habe hier Narrenfreiheit, habe nur ein einziges Mal mit der Hausverwaltung gesprochen. Sie lassen mich Tag und Nacht rein, und alles, was ich zu Hause nicht machen kann, mache ich hier.

Gibt es ein Ritual?

Ich nehme mir öfter eine kleine Flasche Rosé mit und kann so lange bleiben, wie ich will und wie ich brauche, um das gelernt zu haben, was ich mir für diesen Tag vorgenommen habe. Und dann gehe ich glücklich nach Hause.

Die Fragen stellte Philipp Krohn.

DIE MULTIROOM-KOLLEKTION

Unsere Kollektion von drahtlosen Lautsprechern lässt sich mühelos zu einem Multiroom-Soundsystem verbinden, mit dem Sie in verschiedenen Räumen unterschiedliche Musik oder den gleichen Musiktitel in allen Räumen genießen können. Erhältlich ab 599 Euro.



JETZT GRATIS TESTEN

Erleben Sie für einen begrenzten Zeitraum einen unserer drahtlosen Lautsprecher aus der Multiroom-Kollektion bei Ihnen zu Hause.*

Erfahren Sie mehr in einem Fachgeschäft in Ihrer Nähe: bang-olufsen.com/de/find-store



MULTIROOM-KOLLEKTION

BANG & OLUFSEN

LIKE NO ONE ELSE



Krumm legen für die Sardinen: Fischer holen vor der portugiesischen Halbinsel Peniche das Netz ein.

SCHWERE SEE

Weniger Fisch, tiefere Preise, mehr Konkurrenz: Die härtesten Fischer Portugals haben ihr Revier vor Peniche – der Hauptstadt der Wellenreiter.

Von Helge Sobik

Sie sitzen mal wieder an Land fest: auf viel zu kleinen Hockern, die Knie fast unterm Kinn, auf dem Pflaster neben ihrer Halle am Hafen von Peniche an der portugiesischen Atlantikküste. Inmitten riesiger Fischernetze, die dort ausgebreitet sind. Sie schweigen, flechten, flicken, schauen sich jede einzelne Masche an und sind erstaunlich fingerfertig, mit großen Händen und filigranen Werkzeugen. Allesamt kräftige Kerle, viele 60 Jahre und älter. In Karohemd, Jacke und Jeans, mit Drei-, Fünf- und Sieben-Tage-Bärten. Sie wirken etwas deplatziert hier, wie unfreiwillig festgehalten. Und ein bisschen ist es auch so: Es herrscht viel zu viel Wind, um rauszufahren. Wieder einmal. Wie so oft in dieser Gegend.

Nicht mal die Sardinenmänner von Peniche, die harrsottener unter den Atlantikfischern, trauen sich jetzt auf den Ozean hinaus – die Kerle, deren Mägen alles abkönnen, die bei Durchschnittsstürmen einfach weitermachen, als wäre alles ganz normal, wenn anderswo längst nichts mehr geht, die Kutter doppelt und dreifach am Kai vertäut sind. Aber jetzt hat es auch die Sardinenmänner von Peniche, 100 Kilometer nördlich von Lissabon, erwischt. Nicht mal die großen Fangschiffe fahren noch raus.

Die meisten von ihnen sind von Kindesbeinen an mit Booten auf dem Meer unterwegs. Sie sind mit den gewaltigen Wogen aufgewachsen, die heute Wellenreiter aus aller Welt anlocken. Peniche ist „Wave Capital of the World“, „Welthauptstadt der Wellen“. In den Läden der Innenstadt kann man T-Shirts und Rucksäcke mit dem Slogan kaufen. Und es ist mehr als ein Werbespruch.

Die Dünung entsteht nicht allein durch die Stürme. Auch die Strömungen tragen dazu bei und die Beschaffenheit des Meeresbodens. Jeder einzelne der Fischer von Peniche ist viel gewohnt. Die Sardinenmänner stellen sich mit ihren Kuttern den riesigen Sardinenschwärmen in den Weg, die von April bis September hier durchkommen, westlich der vorgelagerten Berlengas-Inseln, wo das Wasser besonders kalt ist und tief. Der Fisch von dort schmeckt am besten. Und dort sind die Wellen am schlimmsten. Ein einziges Wogen auch bei Windstille, ein unaufhörliches Auf und Ab. Dagegen ist jede Jahrmarkt-Schiffsschaukel ein schlechter Aprilscherz.

Manchmal müssen die Sardinenmänner der rot-weiß getünchten „Aventureiro“ („Abenteurer“) die Netze nur ins Wasser fallen lassen, um sie wenig später mit leistungsstarken Seilwinden prallvoll wieder an Bord hieven zu können. Am besten gelingt das im Juni, dann sind die Sardinen groß und dick – und besonders lecker.

So ähnlich muss das immer gewesen sein. Schon im ersten Jahrhundert siedelten sich die Römer hier an. Sie fingen Fisch, verarbeiteten ihn, konservierten ihn in Salz und schafften ihn nach Rom. Heute sind die Glanzzeiten der Fischerei vorbei. „Der Fisch ist seltener geworden“, erzählt Jacinto Galego von der „Aventureiro“. „Und die Schwärme nehmen andere Wege, kommen unserer Küste nicht mehr so nah. Die Preise sind niedrig, die Konkurrenz draußen ist groß. Es war immer hart. Aber es ist noch härter geworden.“

Mit seinen riesigen Fingern knotet er das dunkelrote Netz. Die anderen Sardinenmänner hocken um ihn herum, fummeln mit einem kleinen Instrument in jeder Hand an den roten Kunstfasern des Netzes herum, prüfen jede Masche, wie seltsam maskuline Strickerinnen mit zu breiten Schultern. Ihre Knie pressen sie zusammen, um das Netz zu fixieren. Die härtesten Fischer Portugals hocken an Land wie Schulmädchen, denen man beigebracht hat, die Beine zusammenzuklemmen, damit ihnen keiner unter den Rock gucken kann.

Aber morgen, spätestens übermorgen, soll endlich alles besser werden. Der Sturm wird durchgezogen sein. Sagen die Meteorologen. Die Fischer lachen darüber. Sie kennen das Meer besser. „Die Wetterleute“, sagt einer, „haben ihre Instrumente und ihre Satelliten. Aber sie waren nie da draußen. Sie kennen das Meer nicht. Der Sturm wird bleiben. Noch mindestens vier, fünf Tage. Wie fast immer in dieser Jahreszeit.“

Auf dem Höhepunkt der Sardinenfischerei gab es in Peniche 60 Fischerboote wie die „Aventureiro“, heute sind es noch 15. Auf einigen fahren nur Rentner – weil sie nicht vom Ozean lassen können, sich an die Wellen gewöhnt haben, den Kick brauchen und das Geld natürlich.

Das meiste von dem, was sie mit ihren Fängen übers Jahr einnehmen, wird wieder investiert. Ein neues Netz kostet 80.000 Euro. Von den alten türmen sich einige am

Hafen, sie riechen nach Meer, Fisch, Salz und Sturm, gleich neben der Halle, vor der die Männer in der Sonne sitzen. Bei einem Netz, das sie auf der großen Freifläche ausgebreitet haben, sehen sie die Maschen durch. Einmal im Jahr tun sie das. Und wer mit mehreren Männern gründlich daran arbeitet, braucht volle zwei Monate dafür. Es sind Wochen, in denen kein Cent Umsatz hereinkommt. Es sind die Wochen ohne den Wellen-Kick, eine seltsam meditative Zeit.

„Eigentlich haben wir Angst vor der See“, sagt Gonçalo Completo, der früher wie sein Vater selbst Sardinenmann war und heute nur noch im Nebenberuf Fischer ist. „Wir haben diese Angst, weil wir sie respektieren. Wem die Furcht vor der See fehlt, der bringt sich in Gefahr. Zugleich lieben wir es, auf dem Ozean zu sein, ihn zu sehen und zu riechen. Aber wenn er wirklich zürnt, dann ist es klug, sich fernzuhalten.“ Und besser erst mal die Netze zu flicken. Auf sicherem Boden.

Gonçalo, kaum 30 Jahre alt, ist eine Ausnahme. Und er hatte eine Geschäftsidee, die ihn unabhängig von den Sardinenschwärmen machen sollte. Er fährt während der Sommermonate Boots-Taxi und bietet mit seinem Vater Ausflugsfahrten zu den Berlengas-Inseln an. Dort gibt es ein Restaurant, ein Hotel für wenige Übernachtungsgäste, einen einfachen Campingplatz. Die meisten, die dorthin wollen, sind Tagesbesucher. Wenn die Nachfrage zu gering ist, fährt er mit Gästen zum Hochseefischen hinaus. Fast rund ums Jahr gibt es Anfragen. Vier Boote hat die Familie inzwischen in Betrieb, das größte für mehr als 50 Passagiere, das kleinste für ein paar Kumpel auf Angelausflug. Jeder von ihnen braucht einen guten Magen. Oder einen außerordentlich ruhigen Sommertag.

„Erst haben die Surfer Peniche entdeckt“, sagt Gonçalo, beide Hände in den Hosentaschen seiner Jeans. „Jetzt kommen zumindest von Juni bis September auch die Strandurlauber – weil sich herumgesprochen hat, was für eine Hammer-Brandung wir hier haben. Und was für tolle Strände dazu.“ Gut, dass Seegang dabei nicht stört. Würde er fehlen, wäre es ja langweilig. Dann gäbe es später zu Hause weniger zu erzählen.

Manche der besten Wellenreiter haben sogar ihre eigenen Groupies dabei – zumindest dann, wenn hier Weltcup-



„Der Fisch ist seltener geworden“: Fischer Jacinto Galego



„Wir haben Angst vor der See“: Bootskapitän Gonçalo Completo



Trockenfisch statt Kühlregal: Ladenbesitzer Tacôa mit Frau

FOTOS: GUNNAR KNECHTELLA/AF, REUTERS, ANJA MENZEL ©



Netzwerker: Für das genaue Überprüfen der riesigen Netze brauchen die Fischer viel Fingerspitzengefühl.

Rennen ausgetragen werden. Sie werden von Fans belagert, von Frauen begehrt. Die Fischer müssen ohne Groupies auskommen. Sie machen ihren Job und genießen dafür den Respekt der Leute aus Peniche. Die Fremden haben meistens keine Augen für sie.

Lucindo Verissimo Tacôa war lange nicht mehr da draußen. Mit Fisch hat er noch immer zu tun, mit dem Geruch nach Salz und Meer, daran hat sich nichts geändert. Aber selbst fährt er nicht mehr zum Fischen: zu hart, zu viel Wellengang. Und zu alt ist er inzwischen auch. Er verkauft jetzt mit seiner Frau Luisa Marques Trockenfisch in seinem kleinen Laden gegenüber der alten Festung am Platz Campo da República. Jeden Morgen breitet er Wolfs-

barsche, Sardinen, Schollen und sogar Rochen auf einer Art Tapeziertisch in der Sonne aus – und hängt weitere Fische an Fäden auf, die er zwischen zwei Stangen spannt.

In kurzer Zeit trocknen Wind und Sonne alles aus und konservieren es. Wer einen Fisch kauft und ihn zubereiten will, muss ihn wiedererwecken: unter kaltem Wasser lange abspülen, eine Nacht in Wasser einlegen und danach wie Frischfisch verarbeiten. Jeder hat sein eigenes Rezept, und gerade den Älteren schmeckt Trockenfisch besser als der frische. Sie kennen es so. Als sie Kinder waren, gab es noch keine Supermärkte mit langen Kühltruhen.

Was die Sardinenmänner nach Feierabend tun? Wenn sie von der See oder vom Netzflicken kommen? Nichts

mehr. Die harten Kerle gehen früh schlafen, gucken vielleicht ein bisschen Fernsehen – Fußball am liebsten, Sporting oder Benfica Lissabon. Sie haben es sich so angewöhnt, weil sie normalerweise schon mitten in der Nacht raus müssen. Und bald danach mit dem Boot auslaufen.

Erst mal gehen viele von ihnen nach der Arbeit aber ins „A Sardinha“. Etwas essen. Fisch zum Beispiel. Noch immer. Nur mit Zitrone, ein paar Kartoffeln und einem Blatt Salat zur Dekoration. Und sie trinken dazu ein „Superbock“. So heißt das Bier hier.

Das Sturmtief übrigens ist geblieben, noch volle vier Tage und Nächte. Die Meteorologen lagen falsch. Wieder mal. Weil sie noch nie hinausgefahren sind.

IM STURM EROBERT!

Eintauchen in eine Welt voller Macht, Intrigen und heroischer Eroberungszüge.

**BASTEI
LÜBBE**
www.luebbe.de
BÜCHER DER SECHS

Nach »Das Haupt der Welt« der nächste Bestseller um Otto den Großen.

Auch als Hörbuch und E-Book erhältlich



Genug Erfahrung fürs Archiv: Billi Bierling, hier im Jahr 2009 vor dem Pumori im Everest-Gebiet, hat schon einige der höchsten Gipfel bestiegen.

Billi Bierling steckt der Tag in den Knochen. Es ist erst früher Abend, aber es liegen schon viele zehrende Stunden hinter ihr. Seit dem Morgen ist sie kreuz und quer durch Kathmandu unterwegs. Erst seit einer Woche ist die Neunundvierzigjährige wieder in Nepal, und jeder Tag war anstrengend. Bald brechen die Expeditionen zu den höchsten Bergen der Welt auf. Vorher will sie die Bergsteiger noch befragen. Wen sie in diesen April-Tagen nicht trifft, den hat sie vielleicht für immer aus den Augen verloren. Eine Lawine, ein Eisschlag, die Höhenkrankheit – Bergsteiger setzen sich vielen Risiken aus.

Billi Bierling, Schlapper-Shirt, Flip-Flops, Stecker in der Nase, unterstützt seit 2004 die Himalaja-Chronistin Elizabeth Hawley. Die Amerikanerin hat in den vergangenen sechs Jahrzehnten ein Archiv des Expeditionsgeschehens in Nepal aufgebaut. Ihre „Himalayan Database“ ist ein Geschichtsbuch des Bergsteigens. Sie enthält mehr als 9000 Expeditionen mit fast 70.000 Teilnehmern an 453 Gipfeln in Nepal – darunter die acht Achttausender, die in Nepal oder an der Grenze des Landes liegen, beliebte Gipfel wie die Ama Dablam (6814 Meter) und selten begangene wie der Putha Hiunchuli (7246 Meter).

Vergangenes Jahr erklärte die 93 Jahre alte Miss Hawley, sie werde keine Expeditionen mehr befragen. Die Verantwortung für die Fortführung ihres Lebenswerks legte sie in die Hände von Billi Bierling. Es war eine gute Wahl. Während Elizabeth Hawley nie auch nur versuchte, zum Basislager des Mount Everest (8848 Meter) aufzusteigen, hat die durchtrainierte Frau aus Garmisch als ambitionierte Bergsteigerin selbst fünf Achttausender bestiegen. Ihr erster war 2009 gleich der höchste. Sie war die erste Deutsche, die über die Südroute auf den Gipfel des Mount Everest und zurück gelangte. Und sie ist überhaupt erst die vierte deutsche Frau, die den höchsten Punkt der Welt erreicht hat.

PEAK DATA

Billi Bierling führt das wichtigste Archiv über das Bergsteigen im Himalaja.

Von Stephanie Geiger



Im Jahr 2010 stand sie als erste deutsche Bergsteigerin auf dem Gipfel des Manaslu (8163 Meter), 2011 erreichte sie den Lhotse (8516 Meter). Während sie bei ihren ersten drei Achtausender-Erfolgen jeweils mit Flaschensauerstoff unterwegs war, verzichtete sie im Herbst 2011 am Manaslu erstmals auf die Atemmaske – und erreichte wieder den Gipfel. Im Mai 2014 gelangte sie mit Flaschensauerstoff auf den Gipfel des Makalu (8485 Meter). Und im vergangenen Oktober war sie ohne Sauerstoffmaske am Cho Oyu (8201 Meter) erfolgreich. Noch mindestens zwei weitere Achttausender sollen hinzukommen. Wieso sie sich ausgerechnet sieben zum Ziel gesetzt hat? „Ich bin nur eine halb so gute Bergsteigerin wie die wirklich guten. Deshalb will ich nur die Hälfte der 14 Achtausender bestiegen.“

Die Aufgabe von Billi Bierling bei der „Himalayan Database“ ist verantwortungsvoll. Wer es dort zu einem Eintrag gebracht hat, hat sich für immer verewigt. Name, Geschlecht, Herkunft, Besteigung mit oder ohne Sauerstoff, Erfolg oder Misserfolg – all das ist hier aufgelistet. Die Datenbank hat Gewicht. Nur was dort erfasst wird, zählt in der Bergsteigerwelt. Harte Diskussionen bleiben deshalb nicht aus.

Als Billi Bierling an diesem Abend in den tiefen Polstermöbeln der Lobby des Hotels „Yak & Yeti“ versinkt, wo viele Expeditionen ihren Stützpunkt haben, steht ihr ein schwieriges Gespräch bevor. Mit Santiago Quintero, einem Bergsteiger aus Ecuador, will sie über seine bevorstehende Expedition an den Dhaulagiri (8167 Meter) sprechen. Der Ecuadorianer hat den Anspruch, an allen Achttausendern ohne künstliche Hilfsmittel unterwegs zu sein – vom Basislager auf den Gipfel und zurück. Für viele Höhenbergsteiger ist das eine Glaubensfrage. Deshalb will er noch einmal über den Mount Everest reden. 2013 stand Quintero auf dessen Gipfel, nach einem Aufstieg ohne

Flaschensauerstoff. Ziel erfüllt. Aber nur zur Hälfte. Denn beim Abstieg gab es gesundheitliche Probleme, die Quintero auf ein von seinem Hausarzt verschriebenes Medikament zurückführt.

Quintero musste Flaschensauerstoff nehmen. Das ist in der Datenbank vermerkt, und daran werde nicht gerüttelt, erklärt ihm Billi Bierling. Quintero wird polemisch: Dann wäre es offenbar besser gewesen, er wäre am Mount Everest beim Abstieg gestorben, ruft er, denn dann wäre vermerkt worden, dass er ohne Flaschensauerstoff aufstieg.

Doch so sind die Regeln. Es geht genau zu bei der „Himalayan Database“. Eine vollständige Statistik ist sie aber nicht. „Wenn wir 90 Prozent der Expeditionen erfassen, ist das viel. Mittlerweile glaube ich, dass es sogar noch weniger sind“, sagt Billi Bierling. Denn erstens werden Grenzberge wie der Everest und der Cho Oyu entweder von beiden Seiten oder nur von Tibet aus bestiegen, und Bierling und ihr Team haben nur Zugang zu den Expeditionen, die über Nepal anreisen. Zweitens gibt es Bergsteiger, die noch nie von der „Himalayan Database“ gehört haben und sich erst gar nicht bemühen, erfasst zu werden. Und schließlich sitzen selbst erfahrene Höhenbergsteiger immer wieder dem Irrglauben auf, das Team um Billi Bierling wüsste selbstverständlich, was sie planen, und käme schon auf sie zu.

Auch wenn die Datenbank nicht vollständig ist: Sie gibt doch einen wichtigen Einblick in die Entwicklungen des Bergsteigens im Himalaja. Ein Trend: Immer mehr Menschen wollen auf die höchsten Berge der Welt. Im Herbst 1978 hatte Liz Hawley nur 26 Expeditionen zu beobachten. Zwischen dem 28. März und dem 13. April 2017 interviewte Billi Bierling mit Hilfe des Deutschen Tobias Pantel, der ihr im Frühjahr 2017 seine Hilfe angeboten hat, 140 Expeditionen. Zwei weitere Kollegen befragen ebenfalls für die Database Expeditionen. Was auch auffällt: Der Anteil der Bergsteiger, die mit Flaschensauerstoff unterwegs sind, wächst weiter.

Wenn die Bergsteiger von ihren verwegenen Plänen erzählen, ist es Billi Bierling nicht immer ganz wohl. Wie etwa bei dem Italiener Simone Moro und der Südtirolerin Tamara Lunger, die an den Kangchendzönga (8586 Meter) reisen. Sie wollen auf einer neuen Route aufsteigen, um dann mehrere Tage lang in der Todeszone den Grat mit vier Achttausender-Gipfeln (Yalung Kang, Kangchendzönga, Kangchendzönga Zentral, Kangchendzönga Süd) zu überschreiten.

Wenn Billi Bierling so etwas hört, ist sie dann eine distanzierte Chronistin oder eine risikobewusste Bergsteigerin? „Normalerweise hab' ich Vertrauen, dass es gut läuft“, sagt sie. „Hat ja auch keinen Sinn, sich Sorgen zu machen.“

FOTOS: ALEX TREBRAW; BILLI BIERLING



#FEELAUSTRIA

die wir leben Musik Harmonie

 Österreich
ankommen und aufleben

Ihre persönliche Urlaubsberatung
gebührenfrei unter 00800 400 20000

austria.info

Die natürliche Konkurrenz zwischen Köln und Düsseldorf hat auch zur Folge, dass an der Kunst in dieser Stadt nicht gespart werden darf. Das NRW-Forum ist dafür ein gutes Beispiel: Die Ausstellungen waren unter Petra Wenzel und Werner Lippert legendär. Dann stieg das Land NRW 2013 als Finanzier aus. Heute blüht die Kunst wieder. Um das Finanzielle kümmert sich jetzt die Stadt Düsseldorf.



Grüße aus



Die Landeshauptstadt von Nordrhein-Westfalen ist gar nicht so blondiert wie ihr Ruf.

Von Jennifer Wiebking



Die „Bar Olio“ ist eigentlich ein Restaurant, nimmt aber trotzdem keine Reservierungen an. Den unfertigen Charme, der sich auch in diesem Straßenschild an der Hauswand zeigt, hat man in Düsseldorf selten genug. Also kommen mittags wie abends, sommers wie winters, mehr Gäste, als es Tische gibt.

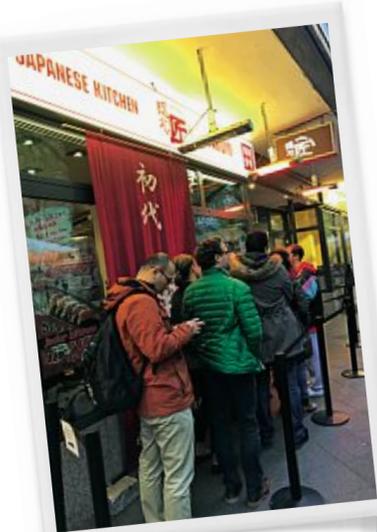
Gut, „Lauras Deli“ am Carlsplatz ist kein Café, das man mal eben in der alten Jogginghose aufsuchen kann. Aber dass die Gäste hier Wert aufs Styling legen, ist nur symptomatisch für das Niveau an diesem Ort. Von der Quinoa Bowl bis zum kalt-gepressten Karottensaft ist die Qualität ausgezeichnet, und die Kellner sind bester Stimmung. Es lohnt sich also, das neue Paar Schuhe auszuführen.



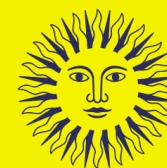
Das Chrystall am Fürstenplatz ist ein Segen für gestresste *working moms*. Hinten im Laden gibt es Kinderbekleidung. In der Mitte hängt alles für sie. Und vorne bis hinaus auf die Straße werden Latte Macchiato und Weißweinschorle von früh bis spät serviert. Noch Stress?



Die Oberkasseler Brücke ist für angehende Immobiliencycoons ein schöner *case*. Eine Gruppe Industrieller hatte Ende des 19. Jahrhunderts in Oberkassel, das durch den Rhein von Düsseldorf getrennt war, Grundstücke für 30 Pfennig pro Quadratmeter gekauft, baute dann eine Brücke und bekam anschließend 30 Mark für den Quadratmeter. Günstiger ist es hier seitdem nicht geworden.

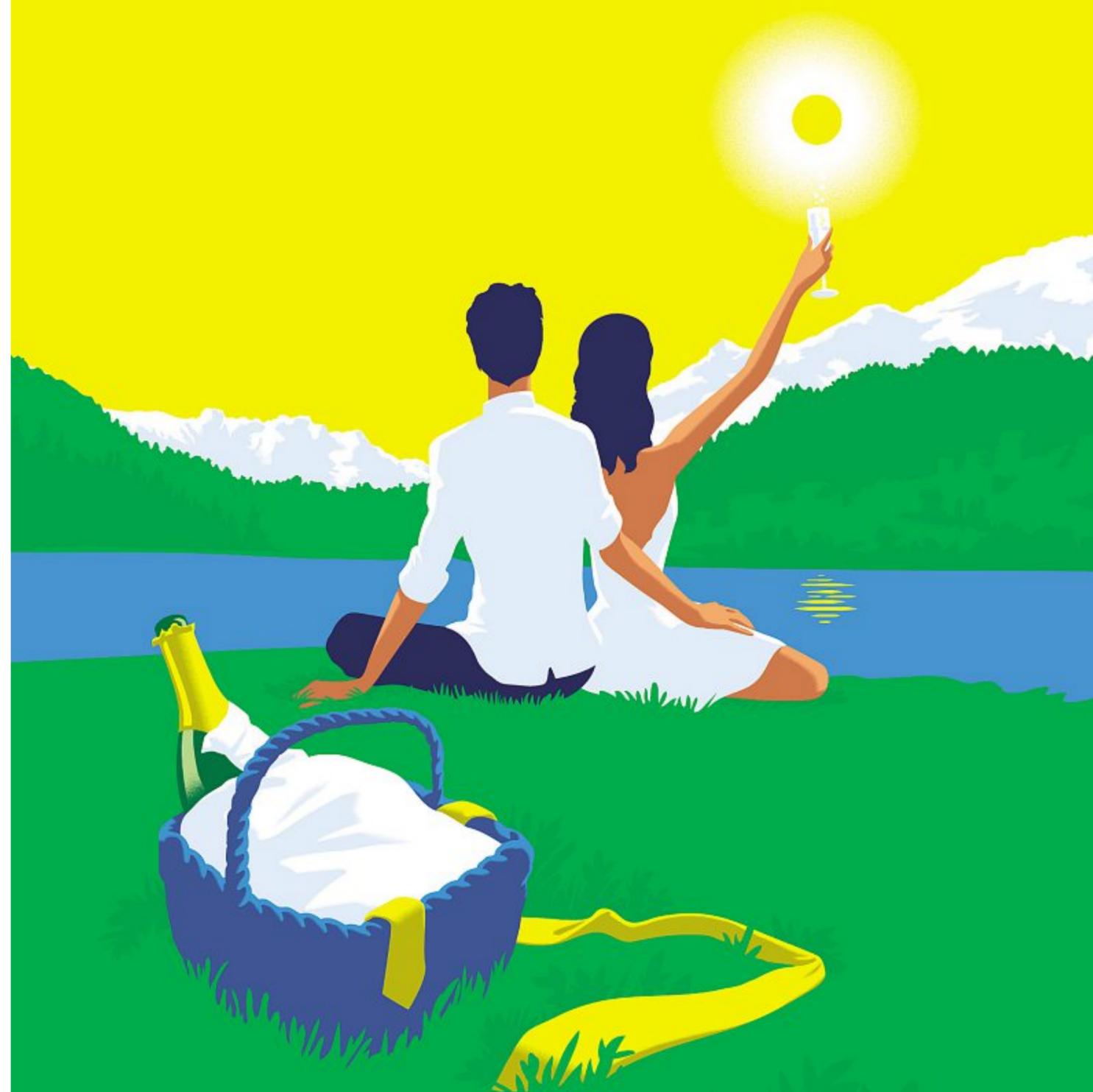


Nach London und Paris folgt wirklich Düsseldorf, jedenfalls wenn es um die Größe der japanischen Gemeinde geht. Manche ziehen ihre Kinder hier groß, andere sind nur für wenige Jahre auf ein Projekt entsandt. Aber gut zu Abend essen wollen alle mal. Bei „Takumi“ schmeckt die Ramen-Suppe so wie in der Heimat. Kein Wunder, dass sich vor dem Restaurant stets eine kleine Warteschlange bildet. Und dass da ebenso viele Deutsche anstehen.



St. Moritz®

TOP OF THE WORLD





TABU

Das bedingungslose Verbot stammt aus Polynesien. Kein Wunder, dass die soziale Norm auf der Osterinsel überall zeichenhaft zu sehen ist.

Von Christoph Moeskes

Stop! Halt! Bis hierhin und nicht weiter! Betreten verboten! Anfassen ebenso. Denken Sie nicht mal daran. Denken Sie nicht mal daran, daran zu denken. Das ist keine rote Linie, die man immer weiter nach hinten schieben kann. Das hier ist wirklich tabu. Oder, wie es in der Sprache der Rapanui, der polynesischen Ureinwohner der Osterinsel, heißt: tapu. Was natürlich dasselbe bedeutet.

Jahrhundertlang meißelten die Rapanui ihre Ahnherren und Oberhäupter aus dem Vulkangestein: weise Männer, die mit starem Blick über das Leben wachten. Niemand weiß, wie sie die Steinkolosse bewegten. Die Moai wurden im Laufe der Zeit immer gewaltiger, der höchste ragt zehn Meter in den Himmel. Es gibt sogar noch größere, doch die schafften es nicht mehr aus dem Steinbruch.

So gewichtige Wesen stellte man nicht einfach in der Gegend ab. Man postierte sie auf steinernen Plattformen, sogenannten Ahu, an der Küste. Wirklich tabu waren die Moai in dem Moment noch nicht. Erst wenn die Steinmetze ihnen die Augen aus weißem Korallenkalk einsetzten, begannen sie nach Überzeugung der Rapanui zu leben und konnten in gebührendem Abstand verehrt werden.

Heute tanzt und singt niemand mehr vor den gestrengen Steinherren mit den Riesengesichtern. Die Kultplätze waren schon vor der Ankunft der Europäer aufgegeben worden, die Figuren umgestürzt. Archäologen restaurierten

die Ensembles; Japan schickte sogar mal einen Schwerlastkran dafür. Mittlerweile ist eine Handvoll Ahu wieder so ähnlich aufgebaut, wie sie ursprünglich aussahen. Allerdings fehlt den rund 900 Moai das Korallenweiß der Augen, was ihre Bannkraft doch erheblich schmälert.

Aber Halt! Stop! Tabu sind die Moai trotzdem. Kleine Schilder im satten Grün warnen vor dem Weitergehen. Gemahnt wird auf Englisch, Rapanui und Spanisch, denn seit 1888 gehört die Osterinsel zu Chile. Wo Worte nicht reichen, tun es die Zeichen. Richtungspfeil und Hand: durchgestrichen. Durchgestrichen auch das Piktogramm-Männchen, das erstmals für die Olympischen Spiele 1972 verwendet wurde, nun aber auf einem umgestürzten Moai herumtrampelt. Was wohl Archäologen denken, wenn sie diese Zeichen in ein paar hundert Jahren entdecken? Dass Moai-Trampeln einst eine olympische Disziplin war?

Wer die Tabuzone nicht beachtet, dem könnte es so ergehen wie dem Besucher, der 2008 einen Moai am Strand von Anakena berührte. Dabei brach ein Ohr läppchen ab. Der Mann wurde zu 17.000 Dollar Strafe und drei Wochen Arrest verurteilt. Die Zeit musste er aber nicht im kleinen Insel-Gefängnis absitzen. Die Osterinsel lebt vom Tourismus, und so wurde der Mann nur dazu verdonnert, drei Wochen lang nicht sein Hotel zu verlassen. Man will schließlich niemanden vergraulen.



FOTOS CHRISTOPH MOESKES

Frankfurter Allgemeine Quarterly

FRÜHJAHR 2017 €10 AUSGABE 02

Quarterly

1
FAQ
Häufig gestellte Fragen

Ist unsere Demokratie noch zu retten?
Wieso wollen alle blaue Papageien?
Kann man an Männlichkeit sterben?
Droht ein zufälliger Atomkrieg?
Müssen jetzt alle „richtige Mode“ tragen?

2
DAS THEMA
Geist
Auf dem Weg zum Superhirn
Bewusstsein
Drogen für jeden und jede Lage
Körper
Auf dem Weg zur Unsterblichkeit?
Schönheit
Weg mit dem Scalpell

3
MATERIALIEN
Geld und Liebe
Wenn die Frau mehr verdient als ihr Mann
Geist und Garderobe
Anne Beres, weiß, was anzieht
Chans und Widerstand
Dave Eggers über den Trampistman
Helden des Alltags
Sven Regener preist den König der Straßen

4
WAS KOMMT
Fashion vs. Food
Das Essen und die Mode der Zukunft
Designer
Warum immer wieder Offenbach?
Medellin
Die innovative Stadt der Welt

DER NEUE MENSCH
Körper und Geist werden hochgezüchtet und ausgerüstet. Wohin führt das: Zu Emanzipation – oder totaler Kontrolle?

Neu ab 14.6. am Kiosk

INSPIRATIONEN UND DENKANSTÖSSE FÜR DIE WELT VON MORGEN.

Entdecken Sie ein einzigartiges Magazin. Für Mode, Design und Stil. Für Kultur, Wirtschaft und Politik. Mit Geschichten, Reportagen und Analysen renommierter Autoren. Mit exklusiven Beiträgen kluger Denker. Mit Fotostrecken und Bildern wegweisender Künstler. Mit Eleganz und Leidenschaft. Freuen Sie sich viermal im Jahr auf über 200 Seiten ausgiebigen Lesegenuss. fazquarterly.de

Irgendwann sind die Wände voll, die Büros voll und die Wohnungen guter Freunde auch. Was dann? Kunst ist doch dafür gemacht, dass sie gezeigt wird.“ Steffen Hildebrand stand vor ein paar Jahren vor einem Luxusproblem, aber einem durchaus ernsthaften. Seine private Kunstsammlung hatte die eigenen Hängemöglichkeiten erschöpft. Also schaffte er sich ein eigenes Museum an. Das klingt so einfach.

Und es sieht auch so einfach aus an diesem Frühlings-tag in Leipzig, durch Zufall genau zwei Jahre nach Eröffnung der G2 Kunsthalle. Das ist der Name des Museums, das Steffen Hildebrand 2015 gegründet hat, „G2“ als Abkürzung für die Adresse Gottschedstraße 2. Das neue Haus sollte keinesfalls Hildebrands eigenen Namen tragen; anfangs wollte er sogar jeden Hinweis darauf vermeiden, wer hinter dem Projekt stand. Anka Ziefer, die aus Rom von der Bibliotheca Hertziana nach Leipzig gewechselt wurde, wurde Direktorin der Kunsthalle, überzeugte ihn dann davon, dass das zu viel der Zurückhaltung gewesen wäre: Zu einer Museumssammlung gehört auch deren Geschichte. Also trug zumindest die Eröffnungsausstellung vom Frühjahr 2015 den Titel „Sammlung Hildebrand“.

In den zwei Jahren seither hat sich die Kunsthalle als feste Größe im Leipziger Kulturleben etabliert. Das hat vor allem mit dem zu tun, was Anka Ziefer hier zeigt. Längst sind es nicht mehr nur Werke aus der Sammlung Hildebrand, ganz im Sinne des Erfinders: „Man muss unterscheiden zwischen meiner Sammlung und G2. Anka Ziefer kann alles zeigen, was ich an Kunst besitze, sie muss es aber nicht.“ Diese Programmautonomie hat die Direktorin genutzt, um in Sonderausstellungen junge Künstler wie Katrin Heichel, Sebastian Burger, Stefan Guggisberg, Stefan Behlau oder Dennis Loesch vorzustellen. „Ob ich von denen schon vorher Arbeiten gekauft hatte?“ Hildebrand lacht. „Zweimal ja, bei den anderen aber erst danach. G2 ist auch eine wunderbare Möglichkeit für mich, das Werk neuer Künstler kennenzulernen.“

Und Künstler finden hier eine Präsentationsmöglichkeit wie wenige sonst. Die hohen Räume haben durch geschickt eingezogene Zwischenwände eine wunderbare Galeriedramaturgie mit Blickachsen quer durch den ganzen Rundgang. Doch es gibt auch optisch abgeschlossene Säle für Sonderpräsentationen neben der Dauerausstellung, die wiederum angesichts von Hildebrands Beständen auch im ständigen Wechsel begriffen ist. Doch die Besucher haben einige besonders markante Werke so sehr ins Herz geschlossen, dass Anka Ziefer sie nicht mehr missen möchte. Auch wenn das dem Kunsthallegedanken entgegensteht. Aber Hildebrand ist auch dafür offen.

Dass die G2 in Leipzig große Resonanz findet, obwohl es mit dem Mittwochnachmittag nur einen einzigen Öffnungstag gibt, an dem man ohne Anmeldung kommen

G2

Ein privater Sammler hat Leipzig eine Kunsthalle geschenkt. Er profitiert von der Stadt, nimmt aber kein Geld von ihr.

Von Andreas Platthaus

kann (dafür wird man aber von Donnerstag bis Montag durch das Haus geführt, und es gibt unentgeltliche Angebote für Schulklassen), hat auch mit der Lage des Hauses zu tun. Die Kunsthalle ist eigentlich ein Kunstgeschoss: der dritte Stock eines von außen abweisend wirkenden Gebäudes schräg gegenüber der Thomaskirche, also des Ortes, den jeder Leipzig-Tourist ansteuert.

Dass an dieser prominenten Stelle, Ecke Martin-Luther-Ring zur Gottschedstraße, ein solch bunkerartiges Gebilde in Betonplattenbautechnik errichtet wurde, das dem geschwungenen Verlauf des Rings zwar durch mehrfach zurücktretende Verwinkelung der Fassade Rechnung trägt, aber außer hohen Fensterbändern an den Schmalseiten dieser Winkel keinen Einblick gestattet, liegt an einem Gegenüber etwas weiter die Straße hinauf: der früheren Leipziger Stasi-Zentrale.

Die Nähe zu ihr war entscheidend für den Bau des Gebäudes, in dem sich heute die Kunsthalle befindet, denn es ist ein Rechenzentrum aus den letzten Tagen der DDR, das aber durch den Zusammenbruch des Staates nie die ihm zugedachte Funktion ausgeübt hat. Die Räume darin waren ausgerichtet auf jene Großrechenanlagen, die man in den achtziger Jahren noch zur Datenerfassung und -bearbeitung benötigte. Die entsprechend gewaltigen Ausmaße kommen nun dem neuen musealen Zweck zugute.

Wobei es des geschulten Auges eines Immobilienhändlers wie Steffen Hildebrand bedurfte, sich hier Kunst vorzustellen. Nach der Wende war das Haus als Bürogebäude genutzt und entsprechend unterteilt worden: Zwischenwände und abgehängte Decken machten die großzügige Raumwirkung zunichte. Bis 2015 war der Komplex vor allem durch seine quietschrosa gestrichene Betonaußenhaut und einen der beliebtesten Leipziger Nachtclubs im Untergeschoss bekannt. Der ist immer noch da, während der Außenanstrich auf elegantes Grauweiß zurückgeführt wurde, wodurch der Betonbrutalismus ein gewisses Raffinement beweist. Und hoch oben im dritten Stock ließ Hildebrand genau gegenüber der Thomaskirche eine kleine gläserne Bastion in die Fassade einbauen, sehr zur Freude des ursprünglichen Architekten, der genau solch eine Anbindung an die Stadt ursprünglich vorgesehen, aber zu DDR-Zeiten nicht genehmigt bekommen hatte.

Nun sitzen wir zu dritt in dieser gläsernen Eckschneise, und über uns hängt ein mit Spiegeln, Metallplatten und Angelschnüren konzipiertes Gebilde aus sieben teilweise offenen Polyedern, die durch die Spiegel ein ständig wechselndes Blicklabyrinth inszenieren, in dem man sich als Betrachter allerdings kaum jemals selbst reflektiert sieht. Es stammt von dem argentinischen Künstler Tomás Saraceno und trägt den einigermaßen nichtssagenden Titel „M82/M+I“, doch man könnte sich stundenlang darin verlieren, zumal sein optischer Effekt die spektakuläre Öffnung des Gebäudes zur Stadt hin relativiert, denn man ist hin und her gerissen zwischen dem Ausblick zur Thomaskirche und dem Sog des Spiegelkunststücks. An dieser Stelle der G2 entfaltet sich deren ganze Dialektik von Raum und Kunst. Und dann ist da als drittes Faszinosum noch Steffen Hildebrand in strahlend blauem Anzug und roten Socken, der von seiner Sammelleidenschaft erzählt.

Saracenos Arbeit stammt aus dem Jahr 2014 und ist deshalb einerseits typisch für Hildebrands Interesse; er sammelt ausschließlich zeitgenössische Kunst, kein einziges Werk in der G2 Kunsthalle ist älter als unser Jahrtausend. Andererseits aber war der Kauf des Saracenischen Vexierspiels Ausdruck einer Entwicklung, die die Sammlung erst in den letzten Jahren genommen hat: nämlich über Leipzig hinaus. Begonnen hatte Steffen Hildebrand als Sammler mit dem Fokus auf diese Stadt.

Das klingt wieder so einfach angesichts des internationalen Erfolgs der Neuen Leipziger Schule um ihr Zentralgestirn Neo Rauch. Zwei Bilder von ihm, „Das Treffen“ und „Fremde“, sind denn auch Teil der derzeitigen Präsentation in der G2, aber beide stammen aus jüngerer Zeit, 2013 und 2016. Hildebrands Interesse an Leipziger Kunst geht jedoch zurück bis ins Jahr 1988, als sich der damals Zwanzigjährige von seinen Eltern sein erstes Bild schenken ließ. Es stammte von einem Maler, von dem Hildebrand bei Bekannten in seiner Heimatstadt Frankfurt andere Arbeiten gesehen hatte: Jost Giese. Dass es sich um einen

In der gläsernen Lounge der G2 Kunsthalle: Installation „M82/M+I“ von Tomás Saraceno

ART IS *calling*



(Preise inkl. MwSt., Rahmung | Änderungen und Irrtümer vorbehalten. Avenso GmbH, Ernst-Reuter-Platz 2, 10587 Berlin)

LUCIA GIACANI | TRUNK ARCHIVE

KILLING TIME III | 70 X 54 CM | 769 €

ECHTER FOTO-ABZUG UNTER ACRYLGLAS IM BRAUNEN MANUFATURRAHMEN
LIMITIERT & HANDSIGNIERT

JETZT ALLE NEUEN
WERKE UND KÜNSTLER
ENTDECKEN



THE
LIBERATION
OF ART

ONLINESHOP UND ALLE
GALERIEN WELTWEIT

LUMAS.DE



Künstler aus Leipzig handelte, also von jenseits der Mauer, war ihm nicht bekannt. Und die sächsische Stadt hatte er ohnehin noch nie gesehen.

Das änderte sich 1990, als Hildebrand im Rahmen eines studentischen Projekts nach Leipzig kam, um hier eine Computeranlage zu installieren – eine witzige Fügung, dass er selbst daran beteiligt war, jene moderne Technik nach Leipzig zu bringen, die dafür sorgen sollte, dass sein jetziges Museumsgebäude nie mehr dessen eigentlichen Zweck erfüllte. Er verliebte sich in die Stadt: „Sie ist trotz ihrer Größe kompakt, das kulturelle Angebot riesig, ihre grüne Lunge nur ein paar Minuten vom Zentrum entfernt, und die Menschen sind aufgeschlossen.“ Hildebrand sieht in Leipzig „das europäische Leitbild einer Stadt“. Mittlerweile entwickle sich auch die nötige Wirtschaftskraft. Und mit ihr das Interesse an Kunst.

Daran hat er selbst jeweils seinen Anteil, denn seit den neunziger Jahren ist er als Immobilienhändler in Leipzig tätig. „Zunächst habe ich den ersten Wohnsitz in Frankfurt noch beibehalten. Aber bald habe ich mich ganz für Leipzig entschieden.“ Damals begann auch seine Sammlung zu entstehen, denn in Leipzig stieß Hildebrand auf eine höchst aktive Kunstszene, die sich um die Lehrer und Absolventen der Hochschule für Grafik und Buchkunst (HGB) gebildet hatte. Er kam in Kontakt zu vielen jüngeren Künstlern und kaufte deren Arbeiten, anfangs für die eigene Wohnung, dann immer mehr aus Leidenschaft: „Wenn man sich keine Gedanken mehr macht, ob und wo ein Werk hängen kann, dann ist man beim Sammeln angekommen.“ Aber dann entsteht eben auch das Sammlerproblem. Wobei man meinen könnte, dass Hildebrand sich selbst genug Beschränkungen auferlegt hätte. Die Künstler, die in den achtziger Jahren die Leipziger Malerei



Steffen Hildebrand (Foto unten) hat eine große Sammlung aufgebaut. Oben von links: Werke von Jeanette Mundt, Thomas Ruff, Benjamin Dittrich, Andreas Mühe, Stefan Guggisberg und Daniel Steegmann Mangrané. Mitte: Paule Hammers Gemälde „Geträumte Weltkarte“.

auch im Westen bekanntgemacht hatten – Tübke, Mattheuer, Heisig, Gille, Rink –, bewundert er zwar, kauft sie aber nicht. „Das war wie in meinem neugegründeten Unternehmen: Ältere als mich selbst einzustellen war am Anfang schwierig.“ Und in Leipzig gab es so viele junge Künstler, dass Hildebrand sich ein Jahrzehnt lang ganz auf diese Szene konzentrierte, auf Namen wie Matthias Weischer, Christoph Ruckhäberle, Rosa Loy, Jochen Plogsties, David Schnell oder Tilo Baumgärtel. Gelegentlich ging er fremd, etwa im Falle von Daniel Richters großformatigem Gemälde „Fun de Siècle“. Oder bei der Skulptur „Tanzendes Paar“ von Stephan Balkenhol. Doch der Leipzig-Fokus blieb ein Jahrzehnt lang bestehen.

Dann weitete sich Hildebrands Blick, und das hatte auch damit zu tun, dass die Leipziger Künstler immer bekannter wurden und nun auf den Kunstmessen rund um die Welt vertreten waren. Ein Besuch auf der Art Basel ließ den Sammler vor etwa zehn Jahren auf so viele für ihn neue Künstler und Positionen treffen, dass er seine Leidenschaft erweiterte. In der Ausstellung dieses Frühjahrs mit jüngsten Neuerwerbungen finden sich Künstler aus ganz Europa, Asien, Nord- und Südamerika. Und mit dem 1957 geborenen Raymond Pettibon und der fünfundsiebzigjährigen Judith Bernstein zwei Amerikaner, die beweisen, dass sich Hildebrand nunmehr auch für Künstler interessiert, die deutlich älter sind als er. Judith Bernstein, so erzählt er, habe er auf einer Messe in Miami persönlich kennengelernt – was Anka Ziefer zu einem überraschten Ausruf provoziert, denn das hatte Hildebrand ihr bislang gar nicht erzählt. Da Bernsteins hochpolitisches und drastisches Bild „Fucked by Numbers“ ein Lieblingswerk der G2-Direktorin unter den Neuerwerbungen ist, hatte sie schon überlegt, dass sie mehr von ihr in der Kunsthalle zeigen wollte. Nun erweist sich, dass der Kontakt zur Künstlerin leicht sein wird. Aber das Intermezzo zeigt auch, dass Hildebrand und Ziefer tatsächlich ganz unabhängig voneinander ihre Interessen für Kunst entwickeln.

Wobei natürlich alle Ausstellungsprojekte in der G2 mit dem Sammler besprochen werden. Schließlich finanziert Hildebrand nicht nur die Kunst, die den Grundstock dessen bildet, was hier gezeigt wird, sondern auch das Museum selbst. Auf Hilfe oder gar ein ihm von der Stadt zur Verfügung gestelltes Grundstück oder Gebäude hat er nie spekuliert: „Ich wollte der Gesellschaft etwas zurückgeben und gleichzeitig nicht einfach die Verantwortung dafür auf die öffentliche Hand abwälzen.“ Dass die G2 in unmittelbarer Nachbarschaft zur Kunsthalle der Sparkasse Leipzig angesiedelt ist, nur fünf Fußminuten vom städtischen Museum der Bildenden Künste entfernt und vielleicht zehn von der halb öffentlich, halb privat finanzierten Galerie für Zeitgenössische Kunst, sieht Hildebrand als wechselseitige Bereicherung; er ist auch Beirat des Fördervereins fürs Museum der Bildenden Künste. Eingebettet ins reiche Kulturangebot der Stadt soll seine eigene Kunsthalle sein, nicht isoliert. Und zugleich privates Engagement für Kunst in der Stadt weiter stärken.

Deshalb hat die G2 auch gerade ihren ersten Kunstpreis ausgeschrieben: für Meisterschüler der HGB. Er wird erstmals im Oktober und danach jedes Jahr verliehen werden, ist mit 10.000 Euro und einer einjährigen Ateliernutzung im Gebäude der Kunsthalle dotiert. „Wir wollen jungen Künstlern den Start nach dem Studium erleichtern“, erläutert Anka Ziefer. „Und den Bezug zur Stadt Leipzig“, ergänzt Steffen Hildebrand. Je tiefer die Kunsthalle in der Stadt verwurzelt sei, desto besser. Deshalb wird auch der optische Auftritt über Website, Kataloge und Plakate von Kay Bachmann, einem HGB-Absolventen, gestaltet, und die fotografische Dokumentation der G2 besorgen zwei junge Leipziger Fotografen von der Hochschule.

Hat Steffen Hildebrand ein Lieblingsbild in seiner Sammlung? Nein. Er hat aber auch noch nie eines wieder verkauft. Heute kann er es sich erlauben, Werke, für die er vor 20 Jahren noch nicht das nötige Geld hatte, auf Auktionen nachzukaufen. Und was wird aus seiner sehr persönlichen Sammlung einmal werden? Hildebrand hat eine siebenundzwanzigjährige Tochter, die seine Begeisterung für Kunst teilt. Die Zukunft der G2 scheint gesichert. ◀

Simply modern.



LAMY aion
Design: Jasper Morrison
Made in Germany.

#notjustapen

Erhältlich ab Juli im ausgewählten Fachhandel.
lamy.com/aion

LAMY
Design. Made in Germany.

Die kompakten Goldnuggets von Golpira hängen jetzt an umso dünneren bunten Schnüren.



CLEAN EATING

Der Botaniker James Wong sagt in seinem neuen Buch „How To Eat Better“ (Verlag Mitchell Beazley, bislang nur auf Englisch erhältlich), wie es ist. Hier wird keine Gruppe von Lebensmitteln ausgeschlossen, weil sie vielleicht nicht „clean“ sein könnte. Tipps für die beste Zubereitung des Trend-Krauts Grünkohl hat Wong aber natürlich trotzdem.



Für das Genre Pop-Lyrik könnte es dank Figuren wie Kate Tempest gerade nicht besser laufen. Rupi Kaur und Luke Wright tragen das Übrige dazu bei.



Mutabi könnte japanisch sein, ist aber fiktiv. Passt zu der Zeit, in der man ihn brauchen kann: als Duft zum Einschlafen. Muss es auch geben.

G70

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



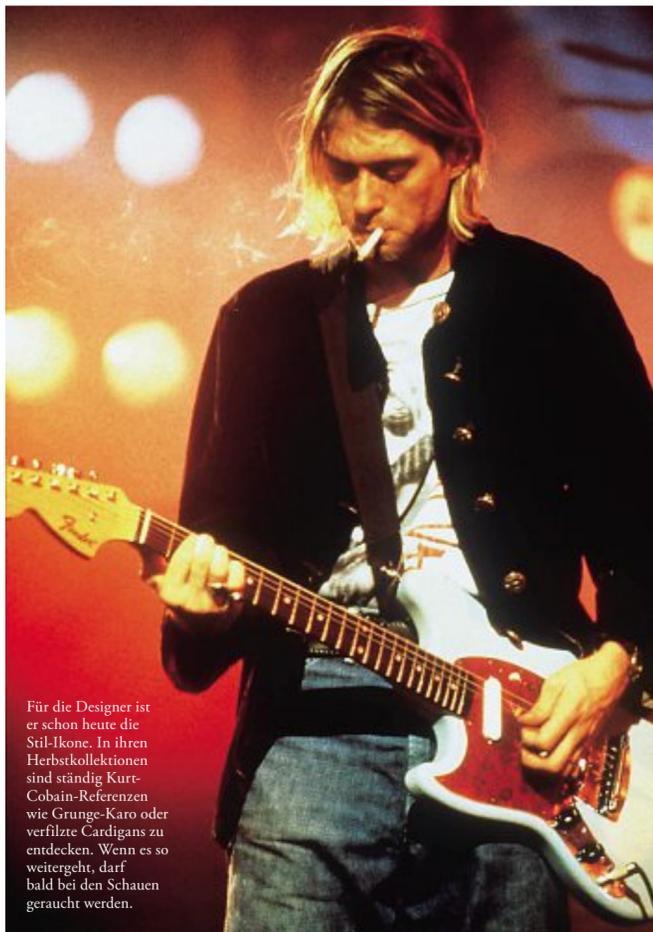
Mit den Kopfhörern auf den Ohren Fahrrad zu fahren: keine gute Idee. Eine bessere: mit dem Monkey Radio am Lenker loszuradeln.

LONDON IN ZWEI STADTTEILEN

Für Charles Dickens mag der damals arme Londoner Stadtteil Camden keine unwichtige Rolle gespielt haben, zum Beispiel in der „Weihnachtsgeschichte“. Seine Kollegen blieben zu der Zeit lieber bei den altbewährten Gegenden, von denen sie wussten, dass ihre Leser damit etwas anfangen konnten. Das haben Forscher der Universität Stanford herausgefunden. Sie nahmen sich dafür 5000 Romane aus dem 18. und 19. Jahrhundert vor. Obwohl die Stadt seit Mitte des 18. Jahrhunderts erheblich wuchs, ist vor allem von zwei Vierteln die Rede: vom West End und von der City.



Die Stühle von Arcalo sind eine Institution vor jedem Lissabonner Kiosk. Trotzdem spricht nichts dagegen, sich ein paar davon auch auf den eigenen Balkon zu stellen.



Für die Designer ist er schon heute die Stil-Ikone. In ihren Herbstkollektionen sind ständig Kurt-Cobain-Referenzen wie Grunge-Karo oder verfilzte Cardigans zu entdecken. Wenn es so weitergeht, darf bald bei den Schauen geraucht werden.

Das T-Shirt-Start-up Wijld meint es ernst: Die Teile sind nicht aus Baumwolle, sondern gleich aus Holz.



Diese Wasserdüse von Garden Glory hebt sich deutlich von dem Klischee ab, nach dem hübsche Gartengeräte ausnahmslos pinkfarben sein müssen. Davon ist das Leo-Muster wirklich ganz weit entfernt.



Büroleuchten haben mit Staubsaugern erst mal nichts gemeinsam, aber das hat ein Fön ja auch nicht. Dyson will sich da nicht beschränken.



Der Pomadeshop ist im Netz angetreten, um Männer glücklich zu machen. Doch, doch, das geht auch mit Beauty-Produkten.

Gewinner des TIPA-Awards

„Das beste Fotolabor der Welt“

Ausgezeichnet von den Chefredakteuren 28 internationaler Fotografie-Magazine

IHR FOTO IM GALERIE-RAHMEN
ab **59,90 €**

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

Stephanie Kloss, bei LUMAS.DE

Bringen Sie Ihre Erinnerungen an die Wand. In Galerie-Qualität von WhiteWall.

Ihre Fotografie unter Acryl, gerahmt, als Großabzug. Made in Germany, vom gox Testsieger. Hochladen und Wunschformat festlegen – sogar von Ihrem Smartphone.

WhiteWall.de
Stores in Berlin / Düsseldorf / Hamburg / Köln / München





Ein Hoch auf die thailändische Küche: Dalad Kambhu (Mitte) mit ihrem Team im Restaurant „Kin Dee“

MY THAI

Von wegen Bratnudeln und Buddha-Statuen: Dalad Kambhu führt im Berliner Restaurant „Kin Dee“ vor, wie moderne thailändische Küche aussehen kann.

Von Celina Plag

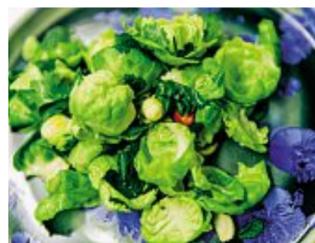
ines sollte man in diesem neuen Restaurant vermeiden. „Fragt mich bloß nicht nach Stäbchen“, sagt Küchenchefin Dalad Kambhu und lacht. Sie meint es aber ziemlich ernst. Die Köchin ist in Thailand aufgewachsen, hat ein Jahrzehnt in New York studiert und dort erste Erfahrungen in der Gastronomie gesammelt. Seit einem Jahr lebt sie nun in der Hauptstadt, das „Kin Dee“ ist ihr erstes Restaurant. Dort kocht sie den Geschmack ihrer Kindheit nach, thailändische Hausmannskost – alles, was in den Familien wirklich auf den Tisch kommt, aber zeitgenössisch verfeinert.

„Und das ist eben nicht das Klischeegericht Pad Thai“, sagt Dalad Kambhu. Sie muss selbst aufgeklärten Berliner Foodies begrifflich machen, dass moderne thailändische Küche wenig zu tun hat mit dem Orient-Fimmel um Buddha-Statuen, Bratnudeln und fernöstliche Flötenmusik. Zum Essen braucht man nicht mal Stäbchen. Vielmehr paart Kambhu im „Kin Dee“ traditionelle Essenzen mit frischen Ideen – ein Menü zur kulinarischen Erziehung.

Grundlektion: „Die Substanz der thailändischen Küche sind die Pasten.“ Sie hätten eine ähnliche Bedeutung wie Käse für die Franzosen. So gibt es zahlreiche Variationen, von rotem oder grünem Curry über Massaman bis zu Chilis. Im „Kin Dee“ werden sie alle aus thailändischen Zutaten hergestellt, die hellen Räume sind erfüllt von Duft, darunter frische Noten von Zitronengras, Kaffir-Limette, Wild-Ingwer, dazu würziger Koriander und Kurkuma. Manchmal weht auch ein Hauch scharfes Chili aus der Küche, das im Rachen kratzt. Pasten sind die Basis der Speisen, die im „Kin Dee“ als mehrgängiges *sharing menu* serviert werden, zum Tei-

len mit Freunden oder Familie. Wer lieber für sich isst, bestellt à la carte – und schielt neidisch auf die Teller der Anderen. Das Menü besteht aus Sautiertem, Eingelegetem und Frittiertem; einem Curry, einer Suppe und etwas zum Dippen.

Auf der Karte steht ein Curry aus Bio-Huhn, dessen Fleisch so zart ist, dass es sich in der süßlichen Schärfe der leichten Kokos-Chili-Soße fast schon auflöst. Eine Schüssel mit gewürztem Hackfleisch, das mit frischem Salat in ein Blatt aus dünnem Reispapier zu einer Art Wrap gerollt wird. Kurz geschwenktes Gemüse mit ordentlich



Thailändische Küche mit lokalen Zutaten: Der grüne Salat mit Rosenkohl schmeckt nach sommerlichen Thaikräutern.



Die Pasten sind die Essenz: Bei diesem Lachs-Ceviche steht die Frische von Limettensaft und Zitronengras im Vordergrund.

Knoblauch. Oder ein ganzer Fisch aus nachhaltiger Fischerei, mit knusprig frittiertem Haut und saftigem hellem Fleisch. Wer Schwierigkeiten beim Filetieren hat, darf gern die Finger benutzen. Auch Vegetarier sind hier nicht verloren: Das vegane Eis zum Dessert, etwa Banane oder Schokolade, macht fast so glücklich wie ein sonniger Badetag auf Koh Samui.

Im „Kin Dee“ werden möglichst regionale Zutaten verwendet. „Warum sollen wir etwas vom anderen Ende der Welt einfliegen lassen“, fragt Kambhu, „wenn es hier leckere Alternativen gibt?“ In einen frischen Salat gibt sie statt Papaya eingelegeten Kohlrabi aus Brandenburg, Mangos ersetzt sie durch süße Äpfel, asiatische Süßkartoffeln durch Steckrüben. Wie gut das schmeckt, bewies Kambhu schon im vergangenen Jahr, als sie mit dem thailändischen Künstler Rirkrit Tiravanija zwei Wochen lang ein Pop-up-Restaurant betrieb. Beim „Kin Dee“ arbeiten die beiden wieder zusammen. Mitbesitzer Tiravanija steuert kulinarische Ideen bei und ist dafür verantwortlich, dass es an den Wänden genauso künstlerisch zugeht wie auf dem Teller.

Mit an Bord sind Moritz Estermann, Stephan Landwehr und Boris Radczun, die sich mit Restaurants wie dem „Grill Royal“, dem „Petit Royal“ und dem „Döttir“ ein kleines kulinarisches Imperium aufgebaut haben. Als sie hörten, dass die Macher des thailändischen Restaurants „Edd’s“ ihren Laden in der Lützowstraße abgeben wollten und keine würdigen Nachfolger fanden, schlugen sie zu. In Dalad Kambhu haben sie die passende Neubesetzung für das thailändische Erbe gefunden. „Kin Dee“ heißt übrigens „gut essen“. Na dann.

FOTOS: ROBERT FIEGER

Zu Gast bei HUF HAUS

Das Gefühl, willkommen zu sein, fängt bei einem gastlichen Haus schon bei der Architektur an. Die offene Fachwerkachitektur von HUF HAUS heißt Sie willkommen, begeistert Sie in ihrer Ästhetik und Vielfalt.

Sie sind herzlich eingeladen, die faszinierende Welt von HUF HAUS näher kennenzulernen! Besuchen Sie unser HUF Dorf in Hartenfels mit fünf exklusiven Musterhäusern, geöffnet täglich von 10 bis 17 Uhr. www.huf-haus.com

HUF HAUS
Das Original · Seit 1912

Mai Days

Endlich ist Spargelhochsaison, endlich ist Schluss mit überbeheiztem Folienspargel und dem unsinnigen Beheizen der Felder. Also nichts wie raus auf die Wochenmärkte und zu den Verkaufsbuden! Gekochter weißer Spargel mit Kartoffeln und Butter ist kaum zu übertreffen. Wir haben trotzdem zwei Vorschläge für Varianten – die Saison endet schließlich erst am Johannistag.

Von Claus Eckert



Sommerlicher Spargelsalat mit Erdbeeren (für 4–6 Personen)

500 g weißer Spargel
250 g Erdbeeren
2–3 Kräuterteiglinge
100 g Salat, Babyspinat und/oder Blüten
2 gekochte Eier
50 g geschälte grüne Pistazien
1 große Avocado
Schnittlauch
Zitronensaft

Für die Vinaigrette:

4 EL Rapsöl
4–6 EL Himbeeressig
1–2 Schalotten, ganz fein gewürfelt
Salz und weißer Pfeffer (frisch gemörsert)
Den Spargel gut abspülen, schälen, die unteren Enden abschneiden und in etwa 1 l Wasser mit 2 TL Salz und 2 TL Zucker und 20 g Butter aufrecht stehend nicht zu weich kochen. Den Sud mit etwas Wasser auffüllen, darin die Schalen und Spargelenden eine gute halbe Stunde auskochen, abkühlen lassen und ausdrücken. Den Spargelfond aufheben und weiterverwenden,

zum Beispiel für das nächste Rezept. Den abgekühlten Spargel in 4–5 cm lange Stücke schneiden. Die Erdbeeren putzen und je nach Größe halbieren oder vierteln. Die Pilze der Länge nach in 2–3 mm dicke Scheiben schneiden und in etwas Butterschmalz anbräunen, mit Krepp abtupfen und mit Salz und Pfeffer bestäuben. Die Avocado schälen, halbieren und in 5 mm breite Spalten schneiden, sofort mit Zitronensaft beträufeln, damit sie nicht braun werden. Die Pistazien in einer trockenen Pfanne rösten. Den Salat putzen und in kleine Stücke zupfen. Alle Zutaten in einer großen Schüssel vorsichtig vermengen. Den Salat auf einer Platte anrichten, gegebenenfalls mit Blüten verzieren und mit einem Esslöffel die Vinaigrette gleichmäßig und eher sparsam über dem Salat verteilen. Mit Schnittlauchröllchen garnieren. Die Mengenangaben kann man je nach Geschmack und Angebot variieren. Dieser Salat schmeckt vorzüglich als Vorspeise oder auch als Beilage zu Grilltem.

Gratinierte Polenta mit grünem Spargel und Gorgonzola (ergibt 6 Portionen)

Den Spargelfond des vorigen Rezepts oder der Spargelgerichte der vergangenen Tage kann man nicht nur als Basis zur Spargelcremesuppe verwenden:

1,2 l Spargelfond
(Ersatzweise oder ergänzend leicht gesalzene Wasser, Geflügel- oder Gemüsebrühe, je nach Geschmack.)
300 g Polenta
250 g grüner Spargel, geschält und in Stücke geschnitten
40 g Butter oder Olivenöl, je nach Geschmack
200 g Gorgonzola
Pfeffer

Die Flüssigkeit aufkochen lassen und die Polenta langsam unter ständigem Rühren einrieseln lassen. Die Flamme kleiner stellen und die Masse unter Zugabe der Butter oder des Öls nach Angabe des Herstellers fertigkochen und etwas ziehen lassen, bis sie eine cremige Konsistenz hat. Die Hälfte des Gorgonzolas würfeln und unter Rühren in

der Polenta schmelzen lassen. Die Polentamasse in eine gefettete Auflaufform gießen. Die Spargelstücke 6–8 Minuten in Butterschmalz braten, bis sie etwas angebräunt sind, und dann auf der Polenta verteilen. Darüber die andere Hälfte des Gorgonzolas krümeln und etwas pfeffern. Das Gericht bei 160 Grad 20 Minuten lang in den Ofen geben. Dabei darf die obere Schicht gerne Farbe annehmen. Gegebenenfalls unter Verwendung des Backofengrills gratinieren. Die Polenta in der Form in rechteckige Stücke schneiden und servieren. Die Schnitten sind ein schöner Snack zum Wein oder auch eine Beilage zum Grillen. Man kann die Polenta auch in eine Kastenform gießen und den Käse dazwischen schichten. Nach dem Abkühlen gestürzt, lässt sich die Polenta gut in Scheiben schneiden, die sich dann in der Pfanne in Butterschmalz goldbraun brutzeln lassen. Die Scheiben lassen sich mit etwas Übung auch hervorragend grillen; dann sollte man aber auf die Käseschicht verzichten, sie tropft sonst in den Grill.



FOTOS: CLAUSECKERT



DER SONNTAGSAUSFLUG,
DER SIE ÜBERALL HINBRINGT.

IHR KOPF KANN WAS ERLEBEN.

Frankfurter Allgemeine
SONNTAGSZEITUNG



Groß im Bild: Das Samsung Galaxy S8 Plus lässt viel Raum für das Infinity-Display.

REINE FORMSACHE

Das Design ist scheinbar alles. Wer bei Samsung nach dem neuen Galaxy S8 Plus sucht, findet fast nur über das Design zum neuen Oberklasse-Smartphone der Koreaner. Das große Display und der schmale seitliche Rand, die glatte Oberfläche und der fließende Übergang von der Anzeige zum Gehäuse werden herausgestellt. Man glaubt fast, die Quadratur des Kreises sei geschafft, wenn Samsung davon spricht, dass man einen größeren Bildschirm erhalte, ohne die Nachteile eines größeren Smartphones in Kauf nehmen zu müssen.

Löst man sich von den Formulierungen des Produktmarketings, ist der runde Seitenrand nichts Neues. Die Kante der Anzeige ist gebogen, so scheint das Display um die Ecke zu fließen. Aber einen Edge- oder Curved-Screen hatten auch schon ältere Samsung-Modelle sowie Smartphones von LG und anderen Herstellern. Samsung redet jetzt von einem Infinity-Display und hat wie gehabt einige interessante Funktionen in eine Art Seitenbildschirm gepackt, den man mit einem Fingerstreich vom rechten Rand nach innen startet. BlackBerry hatte mit seinem Modell Priv eine ähnliche Funktionalität.

Der französische Designer Philippe Starck, der von der Architektur bis zum Produktdesign fast überall seine Spuren hinterlassen hat, hatte die Design-Idee der rahmenlosen Anzeige im Herbst vergangenen Jahres auf die Spitze getrieben. Er entwarf das Mi-Mix-Smartphone für den Hersteller Xiaomi. Jenseits der Anzeige gibt es auch bei diesem chinesischen Modell kaum Rand. Das Gerät verblüfft auf den ersten Blick, denn 91 Prozent der Vorderseite sind Display – bei einem iPhone 7 Plus von Apple sind es gerade mal 68 Prozent, das ältere Samsung Galaxy S7 Edge brachte es

Wie schlank darf ein Smartphone sein? Das Samsung Galaxy S8 Plus provoziert mit originellem Format.

Von Michael Spehr



In die Länge gezogen: Das ungewöhnliche Format des Samsung Galaxy S8 Plus wird von manchen Apps nicht unterstützt.

schon auf 76 Prozent. Nun sind es beim Galaxy S8 Plus 88 Prozent, und damit nähert sich Samsung dem frontfüllenden Display von Xiaomi an. Während das Mi Mix aber ein Exot bleibt, der sich allein mit seinem rahmenlosen Display profiliert, geht man mit dem neuen Samsung keine oder kaum Kompromisse ein, wie die ersten Tests zeigen.

Ein berechtigter Anlass zur Kritik ergibt sich aber auch aus dem Design. Genauer: aus dem ungewöhnlichen Seitenverhältnis, welches das Galaxy S8 Plus gestreckt und langgezogen erscheinen lässt. Während die meisten Smartphone-Anzeigen auf das vom Fernsehgerät bekannte 16:9-Format setzen, ist es hier 18,5:9. Hat man mehr Platz auf der Anzeige, wie Samsung meint? Nicht ganz. Viele Apps, wie die von Netflix, unterstützen das ungewöhnliche Format nicht. Es bleiben Trauerränder. In der YouTube-App kann man das Bild auf die volle Breite ziehen, muss aber nach der Streck-Strapaze auf den oberen und unteren Bildrand verzichten. Die virtuelle Tastenleiste am unteren Bildschirmrand fordert auch ihren Tribut. Weil das Gerät auf eine physische Home-Taste verzichtet, wird diese virtuell dargestellt und schneidet abermals ein paar Pixel ab.

Das mag gewiss nicht jedem auffallen. Denn dass da etwas fehlt, ist angesichts einer Pixeldichte, bei der das menschliche Auge einzelne Pünktchen nicht mehr unterscheiden kann, nicht ohne weiteres zu entdecken. So ist es kein Wunder, dass Samsung sogar die Bildschirmauflösung ab Werk nicht auf den höchsten Wert von 2960 x 1440 Pixel einstellt, sondern es bei 2220 x 1080 Pixel belässt. Wer sein Gerät auf das Maximum umstellen will, suche in den Einstellungen das Menü Anzeige und dort die Bildschirmauflösung.



SIEH MAL AN

LICHTBLICKE
Das Automobildesign wird sich deutlich verändern, wenn die Elektromobilität wirklich Einzug hält. Um das Jahr 2020 soll es so weit sein. Dann wollen fast alle Hersteller alltagstaugliche Fahrzeuge auf den Markt bringen und das Feld nicht mehr allein den bisherigen Vorreitern Nissan Leaf, Renault Zoé oder BMW i3 überlassen. Wohin die gestalterische Reise geht, zeigt jetzt mit Studien seiner Marken Audi (Foto oben), Skoda (unten) und VW (ganz unten) der Volkswagen-Konzern, dessen elektrifizierte Offensive um das Jahr 2019 starten und bis 2025 richtig Fahrt aufnehmen soll. Vor allem fällt auf, wie stark Licht als Gestaltungsmerkmal in den Vordergrund drängt. Weil die Autos keinen Kühlergrill mehr brauchen und möglichst geringen Luftwiderstand bieten sollen, sind die Fronten geschlossen. Sie optisch aufzulockern kommt LED-Lichtleitern zu, die unterschiedliche Charaktere ausbilden sollen. Hinzu kommen schmalere Scheinwerfer, die entweder mit LED oder mit Laser leuchten. Das bedeutet: besseres Licht aus kleineren Lichtquellen und neue Möglichkeiten im Design. Auch an den Flanken und am Heck werden großflächig Lichtleisten eingesetzt, wie besonders der Skoda Vision E zeigt. Was dabei etwas aus den Augen gerät: Spannende Proportionen herauszuarbeiten ist trotz des gewonnenen Spielraums schwierig. Es mangelt noch an Reiz und Präzision, wie die Modelle von VW und Skoda zeigen. Der Audi wirkt da schon deutlich stringenter und harmonischer. Allen dreien ist gemein, dass sie elektrisch mindestens 400 Kilometer Normreichweite schaffen sollen. Und dass auf den Preisschildern bislang Summen stehen, die um 45.000 Euro beginnen. Das dürfte für den großen Durchbruch noch zu viel sein. (hap.)



FOTOS FRANK ROTH, AP, GETTY, HERSTELLER ©



SEPARATES THE MEN FROM THE BOYS

HIN UND WEG

Und jetzt, wenn es wieder wärmer ist und die Kleider kürzer werden, fallen sie wieder auf: die Rose auf dem Schulterblatt, Delphine am Knöchel, ein Tribal am Oberarm. Tattoos, mit denen man eine lebenslange Beziehung eingeht, werden wieder sichtbar. Es sind viele: Jeder achte Deutsche hat laut Allensbach-Institut ein Tattoo, bei jungen Leuten von 16 bis 29 Jahren sind es sogar 24 Prozent. Tattoos sind mitten in der Gesellschaft angekommen.

Doch immer öfter sind Tätowierte mit ihrem Tattoo nicht mehr zufrieden. Es passt dann einfach nicht mehr zu den Lebensumständen: Während der Banklehre ist ein sichtbares Tattoo am Hals nicht angebracht; der Name der Freundin auf dem Oberarm ist nicht mehr aktuell; man findet den Stern am Handgelenk mittlerweile albern und das Arschgeweih peinlich.

„Rund zehn Prozent der Tätowierten sind unzufrieden mit ihrem Tattoo“, sagt Matthias Bonczkowitz, Hautarzt aus Kelkheim und Mitglied der Deutschen Dermatologischen Lasergesellschaft. Und weil es immer mehr Tätowierte gibt, wollen auch immer mehr ihr Tattoo loswerden. Manche kommen im Frühjahr, wenn die Temperaturen wieder steigen. Aber die meisten lassen sich im Herbst versorgen, denn die behandelten Stellen müssen vor Licht geschützt werden, das geht in der dunklen Jahreszeit besser.

Lange ließ man unerwünschte Tattoos operativ heraus schneiden, mit Milchsäure behandeln oder die Haut abschleifen. „Das ist nicht mehr zu empfehlen, da Narben zurückbleiben.“ Heute nutzt man die Lasertechnik“, sagt der Hautarzt. Dabei gibt es allerdings große Qualitätsunterschiede. Denn auch einige Tattoo-Studios haben den Trend entdeckt und arbeiten häufig mit einfachen Lasern und ohne Know-how.

Die modernste Methode ist heute die Pikosekundenlaser-Technologie. Diese Laser sind seit etwa zwei Jahren auf dem Markt. Auch in der Praxis von Bonczkowitz steht ein solches Gerät. „In Millionstelsekunden wird der Farbstoff in der Haut zu Staub verkleinert. Dabei wird durch den kurzen Impuls das Gewebe geschont, und Nebenwirkungen sind geringer“, sagt der Hautarzt. Als Nebenwirkungen können Rötungen, Schwellungen oder Bläschen auftreten. Selten gebe es allergische Reaktionen.

„Fresszellen nehmen die Farbteilchen auf und transportieren sie weiter. Ausgeschieden wird von den Substanzen kaum etwas. Die Farbe verbleibt im Körper, meist lagert sie sich in den Lymphknoten ab“, sagt Peter Elsner, Mitglied des Präsidiums der Deutschen Dermatologischen Gesellschaft und Direktor der Klinik

Im Frühjahr kommt wieder alles zum Vorschein, und viele Tätowierte wollen ihre Tattoos loswerden. Mit Lasertechnik geht das leicht. Aber die gesundheitlichen Risiken sind noch nicht richtig erforscht.

Von Kerstin Mitternacht



Der Amerikaner Bryon Widner war lange Mitglied der rechten Bewegung „White Power“. Als er 2006 Vater wurde, zeigte er ein anderes Gesicht – nach 25 schmerzhaften Laserbehandlungen in 16 Monaten.

für Hautkrankheiten am Universitätsklinikum Jena.

Die Kosten pro Sitzung liegen zwischen 100 und 250 Euro, je nach Tattoo-Größe. Wie viele Sitzungen benötigt werden, hängt von der Größe und der verwendeten Farbe ab. Im Durchschnitt seien es acht Behandlungen, sagt Bonczkowitz. Zwischen den Sitzungen braucht der Körper etwa vier Wochen Pause, damit die behandelte Stelle wieder abheilen kann. Während des Laserns wird die Stelle mit Luft gekühlt.

Auf Vorher-Nachher-Bildern erscheinen die Ergebnisse des Pikosekundenlasers verblüffend: Die Haut sieht aus, als hätte nie ein Bild sie geschmückt. Das Ergebnis hängt allerdings von vielen Faktoren ab, zum Beispiel von den Farben. Kompliziert zu entfernen seien Gelb, Grün und Mischfarben. Auch tief gestochene Tattoos verschwinden nicht so leicht, sagt Bonczkowitz. Gut zu entfernen sind ganz frisch gestochene und sehr alte Tattoos, bei denen die Farbe schon verblasst ist.

„Niemand kann zu 100 Prozent garantieren, dass die Haut wieder wie vorher aussieht“, sagt Elsner. Auch müsse man bedenken, dass es sich bei der Tattoo-Entfernung um eine rein ästhetische Behandlung handele. Die Kosten werden von Krankenkassen nicht übernommen.

Immer wieder diskutiert wird über die Giftstoffe, die durch das Zerstören der Farben möglicherweise freigesetzt werden. Aber es ist unklar, ob Farbpigmente krebserregend sein können. „Für Pikosekundenlaser gibt es noch keine abgeschlossenen Studien“, so Bonczkowitz. „Ich sage meinen Patienten, für einige Farben sei belegt, dass durchs Lasern toxische Spaltprodukte entstehen.“

Auch Elsner sagt, dass es noch keine Daten gebe, die etwa ein erhöhtes Krebsrisiko anzeigten. „Aber aufgrund der verwendeten Tattoo-Farben, die oft schon Schwermetalle wie Quecksilber enthalten, und der Spaltprodukte, die durch das Lasern entstehen, ist ein Krebsrisiko auch nicht auszuschließen.“

Das Bundesinstitut für Risikobewertung hat festgestellt, dass beim Entfernen von blauer Tattoo-Farbe giftige Spaltprodukte entstehen, dazu gehören Benzol und Blausäure. Das mögliche Risiko variiert je nach Größe der Tätowierung, Pigmentkonzentration, Körperstelle, Bestrahlungsdosis sowie der verwendeten Wellenlänge des Lasers.

Auch wenn es leichter wird, Tattoos zu entfernen – ganz ungefährlich ist es nicht und auch nicht immer erfolgreich. Bevor man also aus dem nächsten Urlaub eine Palme als Souvenir für 150 Euro mitbringt, sollte man sich überlegen, ob die Pflanze bei uns heimisch wird. Oder ob man das Zehnfache für ihre Entfernung zu zahlen bereit ist.

FOTOS: AP

NATIONAL GEOGRAPHIC

ADVENTURE TRIP

JETZT MITMACHEN!

IHRE CHANCE AUF EIN UNVERGESSLICHES ABENTEUER



Exklusive Abenteuerreise: Wir laden Sie ein!

Diese Tour können Sie in keinem Reisebüro kaufen: Im September 2017 laden wir Sie auf ein Abenteuer ein, das Sie nicht vergessen werden. Zusammen mit dem Chefredakteur von NATIONAL GEOGRAPHIC, unter Führung der Globetrotter Akademie und ausgestattet mit Outdoorbekleidung von Fjällräven sowie mit Ferngläsern von SWAROVSKI OPTIK, erleben Sie und sieben weitere Teilnehmer die Inselwelt des südlichen Oslofjords. Sie wandern und paddeln durch unberührte Natur und erleben hautnah, was es heißt, richtig draußen zu sein. Freuen Sie sich auf fünf Tage jenseits des Alltags, machen Sie jetzt mit!

BEWERBEN SIE SICH FÜR DIE REISE IHRES LEBENS

In Kooperation mit:



REGISTRIEREN SIE SICH BIS ZUM 20.6.2017
WWW.NATIONALGEOGRAPHIC.DE/ADVENTURETRIP

NATIONAL GEOGRAPHIC

I WEITER VORAN

„WER HUNGER HAT, MAG ALLES“



Am 11. August wird sie, kaum zu glauben, 60 Jahre alt. **Inès de la Fressange**, die Französin schlechthin, wuchs als Tochter eines Wertpapierhändlers und einer argentinischen Mutter in der Nähe von Paris auf. In den Achtzigern war sie die Muse von Karl Lagerfeld bei Chanel. „Inès“, wie sie in Frankreich nur genannt wird, hat eine eigene Modelinie, arbeitet als Markenbotschafterin für Roger Vivier und schreibt Bücher über Mode. Ihr neuer Ratgeber ist gerade im Knesebeck-Verlag erschienen: „Was ziehe ich heute an?“ Fragezeichen sind eigentlich nicht so ihr Ding. Der verwitweten Mutter zweier Töchter sind Ausrufezeichen lieber.

Was essen Sie zum Frühstück?

Nichts. Ich trinke einen Tee mit Zitrone, danach einen frisch gepressten Orangen- oder Karottensaft. Zuallererst bekommt ohnehin der Hund etwas zu fressen.

Wo kaufen Sie Ihre Kleidung ein?

Ich mag zum Beispiel die Teenager-Marke Soeur, gehe gern in den Vintage-Laden Kiliwatch und kaufe auch viel bei Uniqlo. Außerdem gehe ich zu Isabel Marant oder Prada. Aber ich mag große Marken nicht so gern: Im „total look“ sehe ich sofort zehn Jahre älter aus.

Hebt es Ihre Stimmung, wenn Sie einkaufen?

Ich bin eine Frau! Wir haben da ein bestimmtes Chromosom! Wir glauben noch daran, dass sich mit einer neuen Handtasche das ganze Leben ändert.

Was ist das älteste Kleidungsstück in Ihrem Schrank?

Ich bewahre nicht viel auf. Aber ich habe eine Samtjacke, gut geschnitten, alle Knöpfe unterschiedlich, vielleicht zehn Jahre alt, die liebe ich. Alte Sachen gebe ich Freundinnen. Und meine Töchter gehen an meinen Schrank, ohne zu fragen. Gerade erst hatte ich einen schönen neuen Kaschmirpullover – und zack, weg war er.

Was war Ihre größte Modesünde?

Die begehe ich jeden Tag. Schauen Sie mich an! Und meine Haare! Aber wer konventionell ist, ist langweilig. Was ich nie tragen würde: alles mit Plastik, also Croqs oder Kleider mit durchsichtigen Plastikträgern.

Tragen Sie zu Hause Jogginghosen?

Ja, aber sie müssen gut geschnitten sein.

Haben Sie Stil-Vorbilder?

Viele! Françoise Sagan, Françoise Hardy. Also offenbar alle, die mit Vornamen Françoise heißen.

Haben Sie jemals ein Kleidungs- oder Möbelstück selbst gemacht?

Ich habe mal einen riesigen Pullover gestrickt, untragbar. Oder eine Samtjacke mit langen Ärmeln, die zugleich Handschuhe waren – ich war in den Achtzigern schon so weit wie japanische Designer. Und einen Tisch in meinem Landhaus habe ich zumindest selbst entworfen.

Besitzen Sie ein komplettes Service?

Wie bourgeois! Nein. Alle meine Teller sind unterschiedlich, meist vom Flohmarkt. Ich habe sogar Campingteller aus Metall. Das Porzellan, das ich geerbt habe, habe ich verkauft. Dann fühlt man sich viel besser.

Mit welchem selbst zubereiteten Essen konnten Sie schon Freunde beeindrucken?

Ich esse gern – aber Kochen ist ja so langweilig! Früher habe ich meine Kinder ganz lange warten lassen, habe dann alles zusammengemischt, was noch da war, und sie sagten: „Mami ist eine tolle Köchin.“ Das ist eben der Trick: Wer richtig Hunger hat, mag alles.

Welche Zeitungen und Magazine lesen Sie?

Mein Freund bringt „L'Express“, „Le Point“, „Nouvel Obs“, „Le Monde“, „Psychologies“ mit nach Hause. Kaum Modemagazine: Ich bin kein *fashion victim*.

Welche Websites und Blogs lesen Sie?

Viele. Und ich bin selbst auf Instagram und Twitter.

Wann haben Sie zuletzt handschriftlich einen Brief verfasst?

Jeden Tag. Ich bekomme viele Geschenke und schicke zum Dank kleine Karten zurück.

Welches Buch hat Sie am meisten beeindruckt?

Als Steve Jobs starb, hatte er schon seine Trauerfeier organisiert. Alle Gäste bekamen die „Autobiography of a Yogi“ von Paramahansa Yogananda geschenkt. Das ist ein gutes Buch. Und die Bücher des Dalai Lama.

Ihre Lieblingsvornamen?

Was für eine schöne Frage! Nine, so heißt meine Tochter. Nino war eine Heilige, die Georgien missionierte. 1994 gab es noch keine Nine in Frankreich. Heute gibt es viele. Den Trend habe ich also angeschoben.

Ihr Lieblingsfilm?

Früher habe ich immer „Die Duellisten“ gesagt, von Ridley Scott, aber den habe ich seit 40 Jahren nicht mehr gesehen, deshalb sollte ich es auch nicht mehr sagen.

Fühlen Sie sich mit oder ohne Auto freier?

Mit. Heute sind den Jugendlichen Autos oft egal. In meiner Generation war es klar, dass man mit 18 Jahren ein Auto brauchte, erst recht als Frau.

Tragen Sie eine Uhr?

Ja, immer, eine Männeruhr von Jaeger-LeCoultre.

Tragen Sie Schmuck?

Ja, aber wie bei der Uhr: schlicht und einfach.

Haben Sie einen Lieblingsduft?

Mitsouko von Guerlain. Ich mag die neuen Parfums nicht, weil sie so stark sind. Wollen Männer wirklich eine Frau mit viel Lippenstift und viel Parfum küssen?

Was ist Ihr größtes Talent?

Ideen zu haben. Und mich für Dinge zu begeistern.

Was ist Ihre größte Schwäche?

Ich rede zu viel. Merken Sie das nicht?

Womit kann man Ihnen eine Freude machen?

Da rede ich jetzt mal lieber nicht über Sex – sonst denken die Leser noch, ich wäre eine Französin. Nein, ich freue mich immer sehr, wenn Termine abgesagt werden.

Was ist Ihr bestes Smalltalk-Thema?

Darin bin ich schlecht. Ich wusste zum Beispiel als eine der Ersten, dass Carla Bruni und Nicolas Sarkozy zusammen sind. Aber ich vergaß, es weiterzuerzählen. Viele denken, ich sei diskret – und erzählen mir alles.

Sind Sie abergläubisch?

Ich klopfе drei Mal auf Holz, dass ich es nicht bin.

Wo haben Sie Ihren schönsten Urlaub verbracht?

In meinem Haus im Süden, mit Familie und Freunden.

Wo verbringen Sie Ihren nächsten Urlaub?

Ich würde gerne mal nach Indien. Aber niemand will mit.

Was trinken Sie zum Abendessen?

Wasser.

Aufgezeichnet von Alfons Kaiser.

NOMOS
GLASHÜTTE
neomatik



Schöner baden gehen, jeden Tag: mit der neuen NOMOS-Serie Aqua. Zwei Grundmodelle in zwei Größen und vier Farben. Uhren fürs bewegte Leben – elegant genug für die Oper, doch mit Lizenz zum Tauchen. Ahoi neomatik und die anderen Aqua-Modelle gibt es ab Mai im besten Fachhandel. Mehr: nomos-glashuette.com, nomos-store.com



LOUIS VUITTON



MASTERS

A collaboration with Jeff Koons

