

Frankfurter Allgemeine

magazin

FEBRUAR 2023
MODE SPEZIAL





CHANEL



DOLCE & GABBANA

DOLCEGABBANA.COM



GUCCI



EINE WELT VOLLER MAGIE

Im frisch gefallenen Schnee kommt ein schimmerndes OMEGA Wunder zum Vorschein: Die De Ville Prestige in Edelstahl steht im Zentrum unserer festlichen Traumwelt, in der eine große Vergangenheit und mechanische Präzision gleichermaßen zum Leben erweckt werden. Selbst in diesen frostklirrenden Augenblicken ist eine Dynamik zu spüren, die OMEGAs unermüdliches Streben nach Exzellenz zelebriert. Dieses Co-Axial Master Chronometer Modell mit seinem kiefergrünen Zifferblatt und dem passenden Lederband ist die perfekte Wahl für einen magischen Winter voller Schönheit und Fantasie.

Ω
OMEGA



MAXMARA.COM

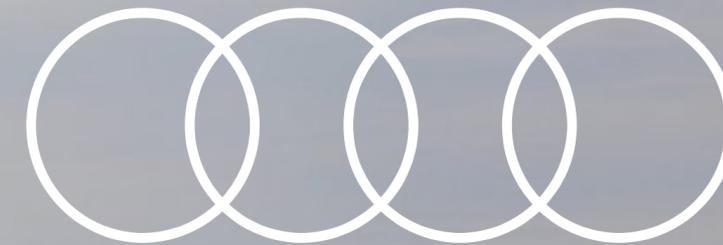


MaxMara

Eröffnet bis zu 600 km neue Momente.

Entdecken Sie die neuen, rein elektrischen Audi Q8 e-tron Modelle*
mit einer Reichweite von bis zu 600 km** (WLTP).

Future is an attitude



Mehr auf [audi.de/e-tron](https://www.audi.de/e-tron)

*Stromverbrauch (kombiniert) in kWh/100 km: 24,4-19,5; CO₂-Emissionen (kombiniert) in g/km: 0. Angaben zu Stromverbrauch und CO₂-Emissionen bei Spannbreiten in Abhängigkeit von der gewählten Ausstattung des Fahrzeugs. Für das Fahrzeug liegen nur Verbrauchs- und Emissionswerte nach WLTP und nicht nach NEFZ vor.

**Je nach Derivat haben die Audi Q8 e-tron Modelle eine Reichweite zwischen ca. 410 und 600 km (WLTP).

www.audi.de/DAT-Hinweis

PRADA



PRADA.COM

Foto: Claus Eckert

Editorial



Mit Veilchen, Smarties und Goldblättchen: Claus Eckert hat zum Magazin-Jubiläum eine Geburtstagstorte gebacken. Das Rezept ist auf Seite 79 zu sehen.

Ein Geburtstag aus Zufall

War das die Schlange? Ich kam in meinen New Yorker Lieblings-Starbucks, 1889 Broadway, auf Höhe des Lincoln Centers, und wollte mich anstellen. „Is this the line?“ Wahrscheinlich war es die th-Schwäche oder einfach nur mein deutscher Tonfall, jedenfalls drehte sich die junge Frau vor mir um: „Are you German?“ Schöne Geschichten könnten anders beginnen als mit schlechter Aussprache oder einem gruseligen Akzent. Aber what shall's! Man muss dem Zufall schließlich eine Chance geben. So kam ich also, es muss 2012 gewesen sein, mit Larissa Hofmann – auf Deutsch – ins Gespräch. Sie kam aus Freystadt in der Oberpfalz, war gerade 20 Jahre alt, aber als Model schon etabliert, und wohnte teilweise in New York. Ich erzählte ihr von unseren Magazin-Plänen, wir fuhrten gemeinsam nach Downtown zu einer Modenschau und verabredeten vage, dass sie mal für uns arbeiten müsse. Das hat sie in den folgenden Jahren sogar mehrmals gemacht, in ihrer zweiten Heimat Paris – auf den Seiten, auf denen wir aus Anlass unseres Zehn-Jahres-Jubiläums mit schönen und schrägen Making-of-Geschichten zurückschauen (Seite 58), sind die Ergebnisse zu sehen. Inzwischen hat sich Larissa Hofmann auch als Fotografin einen Namen gemacht,

und auch wir haben uns weiterentwickelt: Bei künftigen Shootings vergessen wir bestimmt nicht mehr die Schuhe! Ich komme auf diese Geschichte, weil ein Magazin nicht zehn Jahre alt wird, wenn man es am Reißbrett plant und wie einen Businessplan abarbeitet. Der Zufall muss helfen; der glückliche Moment; die seltsame Idee; der Text, den die meisten Leser nicht verstehen, der aber einigen wenigen die Welt bedeutet; das Foto, das uns erst abschreckt, dann irritiert, dann fasziniert, dann begeistert. Je länger ich über solche Zufälle nachdenke, desto mehr kommen mir in den Sinn: Markus Jans, den ich in der Schlange zur Dior-Schau kennenlernte, hat unglaubliche Fotos für uns gemacht, und Helmut Fricke, der Street-Style-Fotografie für Kinderkram hielt, hat einfach mal damit begonnen und seitdem nicht mehr aufgehört. So manche Geschichte haben wir hier bei der F.A.Z. per „elevator pitch“ abgemacht. Impuls im Erdgeschoss: „Ich habe da eine Idee.“ Antwort im ersten Stock: „Mach mal!“ Und jetzt schauen Sie auf unser Cover und unsere Strecke (Seite 42) mit Toni Garrn: Wehen die Haare da nicht arg zufällig durchs Bild? Sitzt das T-Shirt richtig? Und sind ihre Fotos für dieses Jubiläumshft nicht gerade wegen solcher Fragen wunderbar? *Alfons Kaiser*

Verantwortlicher Redakteur:

Dr. Alfons Kaiser
Redaktionelle Mitarbeit:
 Julia Anton, Holger Appel, Susanne Braun, Johanna Christner, Dr. Marco Dettweiler, Johanna Dürrholz, Markus Ebner, Claus Eckert, Sebastian Eder, Aylin Güler, Caroline O. Jebens, Jasmin Jouhar, Ben Kuhlmann, Jürgen Müller, Anna-Lena Niemann, Sarah Obertreis, Katharina Pfannkuch, Daniel Pilar, Franziska Prell, Jovana Reisinger, Cordula Beyer, Boris Schmidt, Peter-Philipp Schmitt, Simon Schwartz, Dr. Michael Spehr, Sabine Spieler, Bernd Steinle, Julia Stelzner, Karin Truscheit, Wolfgang Tunze, Dr. Lukas Weber, Jennifer Wiebking, Maria Wiesner, Walter Wille, Johannes Winterhagen, Bettina Wohlfarth

Bildredaktion:
 Henner Flohr

Art-Direction:
 Holger Windfuhr, Tobias Stier (Stv.)

E-Mail-Redaktion:

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

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

Sollten Sie Artikel dieses Magazins nachdrucken, in Ihr Internet-Angebot oder in Ihr Intranet übernehmen wollen, können Sie die erforderlichen Rechte bei der F.A.Z. GmbH erwerben unter www.faz-rechte.de. Auskunft erhalten Sie unter nutzungsrechte@faz.de oder telefonisch unter (069) 75 91-29 01.

Redaktion und Verlag:
 (zugleich ladungsfähige Anschrift für die im Impressum genannten Verantwortlichen und Vertretungsberechtigten)
 Frankfurter Allgemeine Zeitung GmbH
 Pariser Straße 1
 60486 Frankfurt am Main

Geschäftsführung:
 Thomas Lindner (Vorsitzender)
 Dr. Volker Breid

Anzeigen:

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

Hersteller:
 Andreas Gierrh

Druck:
 Mohndruck Mohn Druck GmbH
 Carl-Bertelsmann-Straße 161M
 33311 Gütersloh

Mitarbeiter

Februar 2023



A-K-R-I-S
100 years

www.akris.com

SABINE SPIELER und **JÜRGEN MÜLLER** sind seit mehr als 20 Jahren beruflich und privat ein Paar. Kennengelernt haben sie sich – wie es in jeder zweiten Beziehung geschieht – bei der Arbeit. Beide waren Redakteure beim Branchenblatt „Textilwirtschaft“ in Frankfurt, sie im Mode-, er im Wirtschaftsressort. Mittlerweile in München, arbeitet sie heute als freie Autorin und Consultant. Er hat Suits gegründet, eine Personalberatung für Führungskräfte, und betreibt die B2B-Website professionals.de. Die beiden sind nicht immer einer Meinung, haben sich aber auf zehn Zukunftsthemen (Seite 70) geeinigt. Klar ist: Das Modebusiness hat eine Zukunft, es wird nur alles anders.



ALFONS KAISER hatte keine größeren Schwierigkeiten, dieses Jubiläumshft zusammenzustellen, dank all der Kollegen und dank einer redegewandten Interviewpartnerin namens Toni Garrn (Seite 42). Die wirkliche Herausforderung für den verantwortlichen Redakteur dieses Magazins ergab sich erst beim F.A.Z.-Modeempfang im Januar (siehe auch Seite 72). Da wurde nach seiner Ansprache eine Torte zum zehnten Magazin-Geburtstag hereingefahren. Die mehrstöckige Kreation war so butterweich, dass ihm trotz scharfem Messer kein vernünftiger Schnitt gelingen wollte. Die Stücke schmeckten aber auch in zerfallenem Aggregatzustand.



JOVANA REISINGER, 1989 in München geboren, aber in einem Dorf in Oberösterreich aufgewachsen, hat in ihren Büchern Geschlechterstereotype untersucht, mit bösem Humor über weibliche Wut und mit Schonungslosigkeit über Traurigkeit und Lust geschrieben. In ihrem neuen essayistischen Roman „Enjoy Schatz“ (Korbinian Verlag, 2022) geht es um Klassismus, Sex, Liebe und das Leben als alleinstehende Frau. Die erste Folge ihrer neuen Single-Kolumne in der F.A.Z. finden Sie in diesem Hft (Seite 30). Sie erzählt darin von einem verlorenen Ring und einem verlorenen Mann – und warum sie jetzt, ein Jahr später, weiß: Dass sie verlassen wurde, ist das Beste, was ihr passieren konnte.



CORDULA REYER, die als Tochter des Burgschauspielers Walther Reyer in Wien aufwuchs, arbeitete seit den Achtzigerjahren international als Model und lebt heute als Autorin in Wien und Los Angeles. Ihre Freundin Tatjana Patitz, die 1966 in Hamburg geboren wurde, war als Supermodel mit dafür verantwortlich, dass sich das Frauenbild in der Modebranche zugunsten eigenwilliger Typen änderte. Aus Leidenschaft für die Natur setzte sich Patitz jahrzehntelang für ökologische Belange und Tierrechte ein. Am 11. Januar starb sie in Santa Barbara. Cordula Reyer – auf unserem Foto bei der Helmut-Lang-Schau im September 1998 zu sehen – erinnert sich für uns an ihre Freundin, mit der sie die ersten Schritte über die Bretter tat, die nicht die Welt bedeuten. (Seite 34)

Inhalt

Februar 2023



Fotos Philipp von Dittfurth, Frederike Helwig, Basismagaz, Unternehmen



38



74

// Nachhaltig ist in Mode, aber kann Mode nachhaltig sein? //

70



76



42

38 Zehn Jahre mit links

Marie-Christine Statz hat einen Traum verwirklicht: Sie baute ihr eigenes Modelabel in Paris auf.

Von Jennifer Wiebking
Fotos Philipp von Dittfurth

42 Berlin, Baby!

Toni Garn war 13, als sie in Hamburg entdeckt wurde. Heute ist sie das wichtigste deutsche Model.

Von Alfons Kaiser
Fotos Frederike Helwig

58 Making of

Falsche Treffpunkte, kuriose Reaktionen, unerwartete Folgen: Was in zehn Jahren Magazin alles passieren kann.

64 Ein Magazin, wie es im Buche steht

Viele Geschichten aus dem Magazin wurden später in Büchern weitererzählt.

Fotos Lucas Bäuml

68 Zehn Jahre – zehn Trends

Im vergangenen Mode-Jahrzehnt sind viele Looks gekommen und gegangen.

Von Jennifer Wiebking
Illustrationen Kera Till

70 Zehn Thesen zur Zukunft der Mode

Das nächste Mode-Jahrzehnt könnte uns einige Überraschungen bringen.

Von Jürgen Müller
und Sabine Spieler

72 Abends im Atrium

Beim F.A.Z.-Modeempfang im Januar in Berlin haben fast 400 Gäste mitgefeiert.

Fotos Jens Gyarmaty
und Julia Zimmermann

74 Unser Jahrzehnt

Wir blicken zurück auf zehn Jahre deutsche Design-Geschichte – in zehn ausgewählten Stücken.

Von Peter-Philipp Schmitt

76 Meister unserer Zeit

Dieser Mann hat schon viele berühmte Frauen tätowiert: ein Gespräch mit dem New Yorker Künstler **Bang Bang**.

Von Jennifer Wiebking

83 Jahre der Umdeutung

Emily Ratajkowski wirft die Frage auf: Wie „sexy“ darf eine Feministin eigentlich sein? Und beantwortet sie auch.

Von Katharina Pfannkuch

84 Unsere Besten

Das sind die Lieblingsgeräte unserer Technik- und Motor-Autoren aus den vergangenen zehn Jahren.

Illustrationen
Bernd Schifferdecker

21 Vor 10 Jahren 24 Vita Obscura 26 Prêt-à-Parler 66 Mood/Mut 79 Rezept 82 Grüße von den Zehnthöfen 86 Fragebogen

FLEXFORM

Gregory XL
modulares Sofasystem

Antonio Citterio Design
Made in Italy

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

Flagship Store Stuttgart
by behr
Paulinenstrasse 41
T +49 711 620 51 550
flexform@behr-einrichtung.de

Auch bei anderen
autorisierten Händlern.

Besuchen Sie die
www.flexform.it

Zum Titel

Toni Garn, fotografiert von Frederike Helwig in Berlin, trägt ein T-Shirt und einen Choker von Lutz Huelle.

Im Netz: www.faz.net/stil

Facebook: Frankfurter Allgemeine Stil

Instagram: @fazmagazin

Twitter: @fazmagazin

Die nächste Ausgabe des Magazins

liegt der Frankfurter Allgemeinen Zeitung
am 11. März bei.



A
AIGNER

GEORGIA MAY JAGGER



Aus der F.A.Z. vom 23. Februar 2013: Das Bild von Jessica Joffe kam als Hochformat auch auf das Cover des ersten neuen F.A.Z.-Magazins.

Foto Jork Weismann

Vor zehn Jahren

Als dieses Bild vor zehn Jahren auf dem Titel des neuen F.A.Z.-Magazins erschienen war, fragte ein Kollege doch wirklich: „Sie wissen schon, dass die Frau da auf dem Titel die Tochter des ‚Zeit‘-Herausgebers ist?“ Wie darauf antworten? Ungefähr so: „Ähem, ja! Könnte sogar sein, dass das der Witz an der ganzen Übung ist: ein kleiner Gruß aus Frankfurt nach Hamburg!“ Aber die beleidigte Antwort war nicht einmal zur Hälfte wahr. Denn natürlich hatten wir Jessica Joffe nicht deshalb gebucht, weil Josef Joffe ihr Vater ist und die Autorin Christine Brinck ihre Mutter. Sondern weil sie als stilbildende Deutsche in Amerika wunderbar zu unserer Idee passte, am Strand von Venice Beach die Modeentwürfe einer neuen Generation amerikanischer Designer vorzustellen.

Schließlich kennt sie viele der Modemacher selbst. Unter ihnen waren bei diesem ersten Shooting Joseph Altuzarra, Alexander Wang und Proenza Schouler, die besten Namen der jungen New Yorker Mode. Ihre Entwürfe standen für den Anspruch, dass in unserem Magazin, das 14 Jahre nach dem Ende seines Vorläufers ins Leben gerufen wurde, neue Gesichter, neue Namen, neue Mode vorgestellt werden sollten. Das Oberteil mit Spitzeneinsatz zum Beispiel, das Jessica Joffe auf diesem Foto trägt, hat der thailändisch-amerikanische Designer Thakoon Panichgul entworfen.

Das Bild hat auch deshalb symbolischen Wert, weil es in diesem Heft um den kleinen Anteil der Deutschen an der internationalen Modenszene gehen sollte. Daher war von Beginn an Karl Lagerfeld als Zeichner dabei. Wolfgang Joop und Jil Sander waren die besten Interviewpartner. Die Strecke in Venice produzierte und styte Markus Ebner, der mit seinem Independent-Magazin „Achtung“, das vor genau 20 Jahren gegründet wurde, ebenfalls deutschsprachige Talente fördert. Der Fotograf der Modestrecke ist Jork Weismann, ein Österreicher.

Und noch etwas war geradezu programmatisch: der spontane, leichte, ungestellte Gestus der Bilder. Lässt man die Fotos von damals noch einmal an sich vorüberziehen (siehe www.faz.net/magazin, ganz nach unten scrollen), dann wird man es schnell sehen: Jessica Joffe springt über den Strand, wirbelt durch die Luft, streckt das Gesicht in die Sonne wie eine Frau, die frei ist von allen Zwängen, die alles kann und nichts muss. Wenn die Leser also zuweilen den Eindruck haben, dass die Modestrecken im F.A.Z.-Magazin ungeschminkt und unretuschiert aussehen, dann ist genau das die Absicht: Mode nicht zum überkandidelten Luxusthema zu stilisieren, Models nicht zuzukleistern und in falsche Rollen zu pressen, sondern ihnen locker und leicht Möglichkeitsräume zu eröffnen.

Jessica Joffe verkörpert diesen Stil großartig. Schon wegen ihrer Weltläufigkeit – sie hat in Washington, München, New York und Los Angeles gelebt und zieht gerade wieder nach Europa zurück. Wegen ihrer Vielseitigkeit – sie hat als Model gearbeitet, als Autorin, Stylistin und Schauspielerin („A Most Wanted Man“). Und wegen ihres untrüglichen Stilgefühls, das sie auf der Straße und auf dem roten Teppich immer wieder in den Fokus von Street-Style-Fotografen rückt.

Ihr Sinn für Spontaneität war dann auch die richtige Einstellung für das „Guerrilla Shooting“ am Venice Beach, wie sie es selbst heute nennt: „Wir waren fertig, bevor wir überhaupt angefangen hatten.“ Ein paar nichtsahnende Touristen wunderten sich darüber, wie sich da eine junge Frau am Strand einfach so umzieht, in Amerika! So war der Ton gesetzt für alle weiteren Shootings mit Diane Kruger, Lena Meyer-Landrut, Claudia Michelsen, Alpha Dia, Mark Forster und all den anderen Stars und Models, die das Magazin in zehn Jahren bereichert haben. Und natürlich für die Modestrecke mit Toni Garrn in diesem Heft. *Alfons Kaiser*



Vita Obscura

Von Simon Schwartz

Karl Lagerfeld * 1933 – † 2019

I. Schon als kleines Kind träumte sich Karl Lagerfeld beim Zeichnen aus der für ihn so tristen holsteinischen Landschaft fort. Laut seinem Kindermädchen soll er bereits mit vier oder fünf Jahren genaue Porträts seiner Mutter gezeichnet haben.

II. Später entdeckte er auf dem Dachboden des Anwesens seiner Eltern in Bad Bramstedt alte Ausgaben der 1896 gegründeten Satirezeitschrift „Simplicissimus“. Er bewunderte die Zeichnungen von Olaf Gulbransson – der zu einem Urvater des deutschsprachigen Comics wurde.

III. Die hohe Kunst der Modezeichnung lernte Lagerfeld seit Mitte der Fünfzigerjahre in Paris bei Balmain und Pelou. Stets lagen Stift und Papier neben seinem Bett. Die Ideen für seine Entwürfe kamen ihm angeblich im Traum. Er nahm weder Alkohol noch Schlafmittel zu sich, damit ihm kein „elektronischer Flash“ entflinnen konnte. Vormittags setzte er dann seine Ideen im weißen Kittelhemd an vollgepackten Zeichentischen um. Umringt von vielen Papierkörben, produzierte er dort unzählige Zeichnungen – allein für Fendi mehr als 50.000 Stück. Die Verwirklichung seiner Entwürfe überließ er jedoch lieber den Schneiderinnen.

IV. Am Ende kehrte er zu den zeichnerischen Einflüssen aus Kindertagen zurück, indem er selbst Karikaturist wurde. Von 2013 bis zu seinem Tod 2019 zeichnete Lagerfeld monatlich „Karikaturen“ für das F.A.Z.-Magazin – pointiert, politisch und manchmal auch bösartig. Als Inspiration diente ein großer Stapel alter Ausgaben des „Simplicissimus“ auf seinem Zeichentisch. Als Honorar verlangte er nur ein F.A.Z.-Jahresabonnement.

„Bei mir ist Zeichnen wie Atmen, ich denke nicht weiter dran. Ich habe mein ganzes Leben nichts anderes gemacht.“

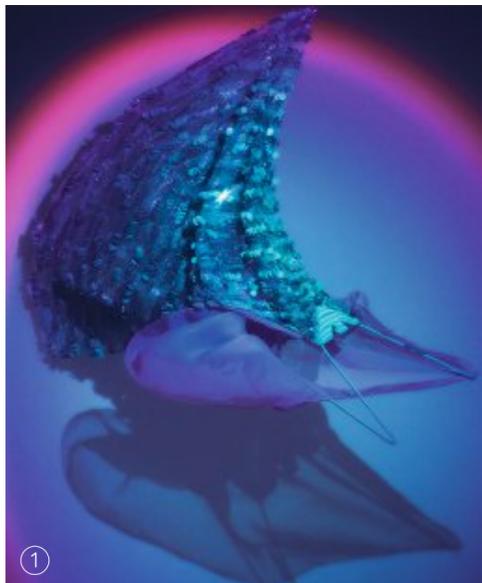
Der Autor dieses Comics zeichnet übrigens seit 2019 weiterhin in dem von Lagerfeld festgelegten Format von 22 x 32,5 Zentimetern. Denn wer würde schon eine kreative Entscheidung von Karl Lagerfeld in Frage stellen?

Publicis Etnous



Orange, die Farbe des Erstaunens

Prêt/à/Parler



glitzern und glänzen. Pailletten, Strass, Steine. Die Oberteile von heute sind auch Relikte aus einer Zeit, als man sich nullkommanull Gedanken um die Öko-Bilanz von Mode gemacht hat.

Davon abgesehen hat sich seit den Nullerjahren schon etwas getan am Design. Damals stand auch mal in Glitzerschrift „Candy – Shoes – Boys“ auf so einem Shirt. Heute wirkt das T-Shirt von Marc Cain (5) mit lauter Glitzerpailletten geradezu abgeklärt – einen Rock dazu gibt es auch. Damals war das Bandeau-Top oder auch das asymmetrische Top aus enganliegendem Stretch. Heute fertigt Marc O'Polo (3) es aus dicker Wolle – mit passender Glitzerhose dazu. Damals war das Logo häufig prominent platziert. Heute arbeitet Emporio Armani (1) es fast dezent zwischen die dicken Pailletten. Damals hingen unbrauchbare kleine Boleros zum Überziehen bereit. Heute hat Herno (4) eine Glitzer-Thermoweste. Damals waren Schulterpolster noch ein schlechter Achtzigerjahre-Scherz. Heute näht Boss (2) sie unter das Paillettenkleid, das so kurz ist, dass es als Top eigentlich top ist. (jwi.) Fotos Schmott Studios

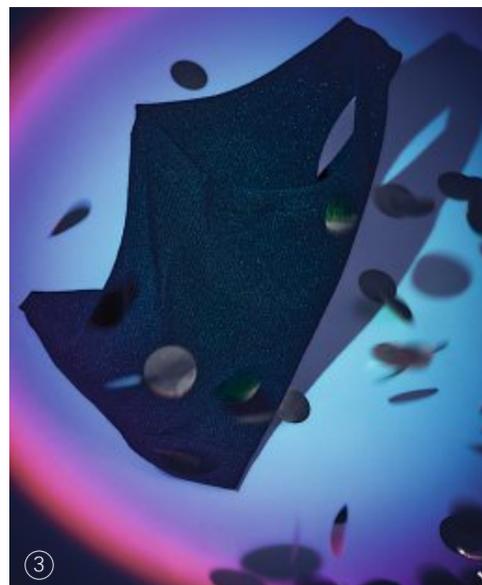
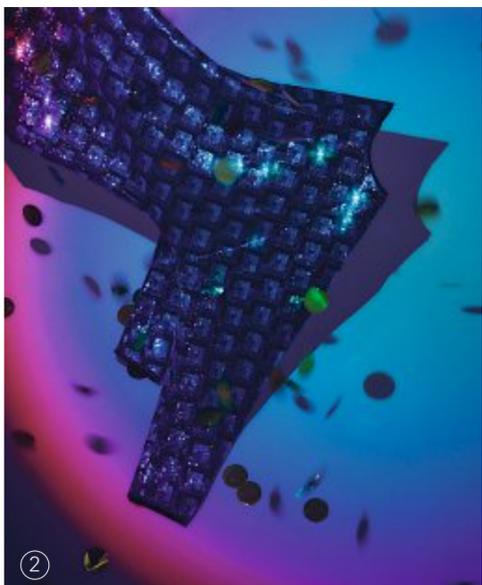
PARTYMODE

Die Stimmung ist Top

► Im angloamerikanischen Sprachraum ist eine schöne Bezeichnung für ein Kleidungsstück geläufig, die uns im Deutschen fehlt. Es geht um das *going out top*. Das Teil war in den frühen Nullerjahren ein großes Ding. Das *going out top* passte wunderbar zu Bootcut-Jeans und ließ, anders als Kleid und Rock, noch Platz für den Logo-Gürtel dazwischen. Lindsay Lohan, Paris Hilton, Nicole Ritchie, die Frauen der Zeit, setzten dem Ganzen dazu die Van-Dutch-Käppi auf. Jetzt sind die Nullerjahre zurück, also als Modetrend, besser bekannt unter dem Stichwort Y2K (*year two thousand*). Dazu ist die Stimmung nach Jahren des *staying-in* wieder ausgelassener. Nicht nur werden runde Geburtstage und Hochzeiten gefeiert, sie werden auch nachgeholt.

Für das *going out top* sind das günstige Bedingungen, so kann es auch auf den Seiten eines Geburtstags-Magazins landen. Noch besser: Alle sind eingeladen, es zu tragen. Das *going out top* kann den Bauchnabel entblößen oder mit Seidenärmeln versehen sein. Irgendeines, das in diese Kategorie passt, haben die allermeisten Frauen im Schrank, allerdings ist das dann häufig von 2019 oder früher.

Was das *going out top* ausmacht, ist schnell erzählt: Es muss auffallen, also



MARCCAIN

MARC-CAIN.COM

SNEAK AROUND (50):

Billie Eilish x Nike Air Force 1 Low

► Billie wer?

Eilish, Billie Eilish! Sieben Grammys und einen Oscar hat die 21 Jahre alte Sängerin schon gewonnen. Mit noch nicht einmal 18 Jahren war sie die jüngste Künstlerin, die in jeder der vier großen Grammy-Kategorien nominiert war: Album, Platte und Song des Jahres sowie beste neue Künstlerin. Ein Jahr später, 2020, entschied Eilish tatsächlich alle vier Kategorien für sich. Und: Sie ist auch in Sachen Sneaker gut unterwegs.

Was hat es mit der Kollaboration auf sich?

Billie Eilish und Nike beziehungsweise Jordan sind ein eingeschworenes Team. Die Singer-Songwriterin hat schon einen Air Jordan 1 KO, einen Air Jordan 15 und einen Air Force 1 High entworfen. Nach drei erfolgreichen Veröffentlichungen hat sie sich jetzt für ein Air-Force-1-Low-Modell entschieden. Eilish designt nur Silhouetten, die sie selbst gerne trägt. Und eines haben sie alle gemeinsam: Vegan sollen sie sein und umweltfreundlich dazu.

Wie sehen Billie Eilishs Air Force 1 aus?

Das Obermaterial ist mit einigen Besonderheiten und zusätzlichen geometrischen Elementen versehen. Darüber ziehen sich in Karomustern angeordnete Nähte. Das wirre Patchwork-Muster wurde angeblich aus dem Obermaterial des Air Force 1 High gemacht, den Eilish entworfen hat. Die Schuhe sind in zwei Colorways erhältlich, Beige und Olivgrün.

Wie nachhaltig ist das Design?

Billie Eilish ist in Fragen von Nachhaltigkeit und Umweltfreundlichkeit besonders engagiert. Die Sängerin soll sich seit Jahren vegan ernähren, setzt sich für den Klimaschutz und gegen die Verwendung von Pelz in der Mode ein und versucht, ihre Konzerte nachhaltiger zu gestalten. Zum Air Force 1 Low gab sie bekannt, es sei ihr wichtig gewesen, „bevorzugt



ökologische Materialien zu verwenden.“ So ergab sich ein Schuh aus 18 Prozent recyceltem Material. Das Obermaterial besteht aus synthetischem Nubuk, das ebenfalls aus Recyclingstoffen gefertigt wurde. Die Sohle soll aus Nike Grind zusammengesetzt sein. Darunter versteht die Marke ein Material, das aus eigenen Produktionsabfällen, unverkäuflichen Produkten und abgenutzten Turnschuhen besteht.

Nike und Greenwashing?

Zuletzt ist Nike aufgrund des Nike-Grind-Versprechens negativ aufgefallen. Eine Recherche von NDR, „Zeit“ und „Flip“ führte zu der Annahme, dass für das vermeintlich nachhaltige Grind-Material auch Newware geschreddert wurde. Die Recherchen betrafen eine Produktionshalle in Belgien. Nicht bekannt ist, ob das Vorgehen in allen Nike-Werken gleich ist. Rückschlüsse auf die Produktionsumstände der Billie-Eilish-Sneaker sind daher wohl nicht möglich. *Aylin Güler*



Mehr Farbe für die Stoffe: Im Atelier von extreme cashmere in Amsterdam wird viel kombiniert.

MODE

Dieses Kaschmir ist für alle

► Wenn man Saskia Dijkstra trifft, trägt sie meist einen Kaschmirpullover ihrer eigenen Marke, extreme cashmere. Und wenn man sieht, wie sie während des Gesprächs immer wieder über die flauschigen Ärmel streicht und die Fasern liebkost, will man erstens sofort so einen Pullover anprobieren und zweitens wissen, wie diese Liebe entstanden ist. Wir treffen sie an einem kalten Berliner Wintertag im Geschäft von Andreas Murkudis. Draußen trotzten Passanten dem Wind: ideales Wetter für ein Gespräch über eines der wärmsten Materialien, das die Natur zu bieten hat.

„Es gab nie einen Pullover, den ich mochte“, sagt Dijkstra. Seit 1997 arbeitet sie im Kaschmirgeschäft. Nach einem rasch abgebrochenen Jurastudium ging sie in die Modebranche. Lange lebte sie in Hongkong, pendelte zwischen den chinesischen Manufakturen und den Niederlanden im Vertrieb eines Kaschmirherstellers und warb große Designermarken wie Jil Sander oder Agnès B. als Kunden an. Doch in all der Zeit sagte ihr nie ein Pullover richtig zu. „Es gab immer Abstriche. Manche Kunden orderten loseres Garn, um den Preis senken zu können, denn beim Kaschmir geht die Qualität mit der Fadendicke einher.“ Manchmal waren auch die Färbungen nicht ihr Fall. Also beschloss sie eines Tages, selbst einen Pullover zu entwerfen, der weder Kompromisse bei der Qualität noch beim Design machte.

Den Prototyp nahm sie mit nach Hause und zeigte ihn der Familie. „Mein damaliger Freund war da, meine Mutter, mein Stiefsohn, und sie alle wollten diesen Pullover haben“, sagt Dijkstra. So kam sie auf das Konzept: Kaschmirkleidung für jedes Alter, jedes Geschlecht, jeden Körpertyp. Jedes Teil kommt in genau einer Größe daher. Aber nach welchem idealen Körpertyp designt man einen Pullover? Dijkstra lacht: „Wir denken beim Entwerfen nicht an den Körper, das ist genau andersherum. Wir machen schöne Pullover, und die Kunden suchen sich aus, was zu ihnen passt. Je nach Tagesform will man ja unterschiedliche Dinge tragen, mal hat man Lust auf etwas Körperbetontes, mal braucht man einen Oversize-Pullover, in den man sich einhüllen kann.“ Ab und zu kommt die Anregung aber doch direkt aus dem Umfeld. „Wir hatten festgestellt, dass uns eine große Größe fehlte, denn es gab in meinem Büro eine junge Frau, der keines unserer Modelle passte. Sechs Wochen später hatten wir auch für sie ein passendes Stück.“

Wechselnde Kollektionen lehnt die Designerin ab. „Wir ergänzen den Bestand lieber immer wieder um neue Modelle. Ich betrachte es als eine große Kollektion, die immer verfügbar ist.“ In den sieben Jahren seit der Gründung haben sich einige Stücke



angesammelt. Nur was sich als Fehlschlag erwies, wurde aussortiert. Die bestehenden Entwürfe werden gerne in neuen Farben ergänzt. Heute können die Kunden aus rund 300 Modellen auswählen. Die Stücke tragen kein Label, sondern jedes Stück hat am Bündchen je einen Faden der anderen Farben, in denen das Modell erhältlich ist.

Saskia Dijkstra führt ihr Label noch immer selbst. In ihrem Amsterdamer Studio hat sie ein kreatives Team um sich gesammelt, das sich vom Design über das Marketing bis hin zum Vertrieb um alles kümmert. Während der Fashion Week reisen sie gemeinsam nach Paris, um die neuen Ergänzungen ihrer Kollektion vorzustellen. Die Mitarbeiterinnen, die an diesem Tag mit im Murkudis-Geschäft sind, tragen alle extreme-cashmere-Teile und zeigen, wie sich der Gedanke der einheitlichen Größen umsetzen lässt: Was die eine als langen Rock trägt, hat die andere als trägerloses Kleid nach oben gezogen und mit einem leichten Baumwollshirt kombiniert. Eine andere hat einen weiten Oversize-Pullover mit einem Gürtel in der Taille gezähmt. Einer der Männer trägt eine Jogginghose aus Kaschmir, die während der Coronapandemie ins Sortiment aufgenommen wurde.

Dijkstra hat es geschafft, Kaschmir vom angestaubten Garn, das man vielleicht an amerikanischen Elite-Universitäten trug, zu einem lässigen und angenehmen Material für eine jüngere Zielgruppe zu machen. „Mir ist es wichtig, junge Menschen zu erreichen, denn diese Generation ist ganz anders großgeworden. Als ich aufwuchs, gab es noch kein Zara, keine Fast Fashion“, sagt Dijkstra. „Bei uns wurden die Sachen der älteren Geschwister durchgereicht. Die hielten das auch aus, denn meine Mutter achtete bei den Sachen auf Qualität. Und es ist nicht so, dass junge Menschen keine Qualität schätzen würden – sie müssen sie nur erst kennenlernen.“

Über die Qualität ihres Kaschmirs kann die 57 Jahre alte Designerin stundenlang reden. Denn damit begründet sie auch die Preise ihrer Stücke. Die günstigsten Pullover kosten im Onlineshop 275 Euro. „Wir verwenden ein spezielles Garn, das nur schwer zu bekommen ist, es stammt von meinen Zulieferern aus der Inneren Mongolei.“ Wenn die Kaschmirziegen im April und Mai in der Mongolei geschoren werden, wird die Wolle nach der Farbe – dunkel oder weiß – und nach der Länge aufgeteilt. „Je länger das Garn, desto höher die Qualität, desto dicker der Faden und desto schwerer am Ende auch der Pullover. Deshalb kaufen wir nur die weißen und längsten Wollfäden. Und die sind natürlich die teuersten.“ Dennoch seien die Preise angesichts der Qualität vernünftig. „Schließlich sollen die Pullover ein Leben lang halten.“ Deshalb enthält jedes Stück auch eine Pflegeanleitung – die Kleidung ist in der Maschine waschbar. Einen Kamm bekommt man auch, gegen die Pillingknötchen. *Maria Wiesner*

Foto: Aylin Güler/Unternehmen 21

annamariacammilli.com



ANNAMARIA
CAMILLI
FIRENZE

Pletzsch
JUWELIER SEIT 1897

Dortmund - Düsseldorf - Essen - Mülheim - Frankfurt - Sulzbach - Mannheim - Karlsruhe

www.pletzsch.de



DIE SINGLE-KOLUMNE (1)

Verlassen zu werden war das Beste, was mir passieren konnte

Von Jovana Reisinger

In den Tagen nach der Trennung muss ich den Ehering vom Finger genommen, in eine Schachtel gelegt und anschließend gut weggeräumt haben. Vielleicht eine Art Rettungsmechanismus. Oder aus purem Trotz. Es muss sich dabei um einen automatisierten, vordergründig pragmatischen Vorgang gehandelt haben. Denn weder kann ich mich daran erinnern, noch habe ich Zugriff auf Emotionen, wenn ich mich in diese Situation hineinversetzen möchte. Es ist daher wenig verwunderlich, dass ich vor kurzem aufwachte, pünktlich am ersten Jahrestag des Verlassenswerdens, und mich fragte, wo eigentlich der einst geliebte Ring geblieben ist. Ehe ich die nicht einmal zugehörige Schmuckschachtel in der letzten Ecke einer übervollen Kommodenschublade fand, öffnete und erleichtert auf die zugleich harmlos und verächtlich vor sich hin funkelnden Diamanten blickte, zerlegte ich die Wohnung, als wollte ich gegen Ungeziefer oder Dämonen kämpfen. Ungefähr so ist es auch, wenn ich andauernd mitfühlende Wird-schon-wieder-Blicke und hilfreich gemeinte Du-findest-schon-auch-noch-jemanden-Phrasen abwehre.

Die Erleichterung war gleichermaßen das Ende eines Schuldgefühls, denn, so war ich mir seit Stunden sicher, ich hatte den Ring in der Zeit des schlimmsten Liebeskummer irgendwo aus Wut oder Trauer verlegt, dann aus Abgrenzungswillen und Ermächtigungsfantasien absichtlich verloren und schließlich aufgrund der voranschreitenden Erholung und mit dem Erlangen eines neuen Selbstbewusstseins dessen Existenz schlichtweg vergessen. Oder, so fatal dumme Dinge geschehen schließlich, aus Versehen entsorgt, eingesaugt, verschrotten lassen. Ein faszinierendes Rätsel ohne Lösung wäre das gewesen. Frustrierend, nervenaufreibend. Aber letztlich auch eine gute Geschichte. So ähnlich wie es mit dem Mann gewesen war. Beide, Ring und Mann, und diese Erkenntnis sticht dann doch im Herz, sind in meinem Leben funktionslos geworden. Und das ist gut so.

Als der Mann ging, fühlte es sich freilich nicht so an. Als der Mann beschloss, mich in der gemeinsamen Wohnung zurückzulassen und ein neues, ganz eigenes Leben zu beginnen, also mit einer anderen Frau, ganz dem Heteromann-Klischee entsprechend, konnte ich mir nicht vorstellen, ein Jahr später den Ring zwar erfreut zu

betrachten, ihn aber gleichzeitig zu bewerten als das, was er eben ist: ein Relikt einer schönen, aber vergangenen Zeit. Den kann man jetzt noch eine Weile lang aufheben, ihn vielleicht wieder tragen, verscherbeln oder etwas anderes daraus erschaffen. Egal wie ich mit dem teuren Stück in Zukunft umgehen werde, der Zustand ist der gleiche geblieben. Der Mann ist weg. Ich bin allein.

Das bedeutet: Ich bin Single. Präziser: Ich bin eine finanziell unabhängige, in jeglicher Hinsicht ungebundene Frau in ihren Dreißigern. Ich lebe in einer Großstadt, date hin und wieder und genieße es, mein Leben mit mir selbst zu gestalten. Manche verwechseln, und das mag nun Drehbuchnarrativen und mantra-artig gebolzten heteronormativen Beziehungsstrukturen zugrunde liegen, das singuläre Leben mit unüberwindbarer Einsamkeit und hinreißender Verzweiflung. Mit kleinen Wohnungen, elendig intensiven Beziehungen zu Sofas und schlechten Tischen in Restaurants. Die letzten drei Punkte stimmen in meinem Fall. Aber wie immer geht es auch hier um die Perspektive. Die Wohnung ist klein, weil der Mietmarkt spinnt. Das Sofa liebe ich, weil ich darauf ungestört (vom Mann) lesen kann. Die schlechten Einzelpätze im Restaurant nerven tatsächlich. Die Gleichsetzung von Alleinsein und Einsamkeit ist ein gern gemachter Fehler insbesondere in der Betrachtung von weiblich gelesenen Personen im gebärfähigen Alter. Männer sind in der bisherigen Erzählung und auf dem Liebesmarkt als Junggesellen weitaus interessanter als Frauen – die sind nämlich defekt, oder warum sind die noch übrig? Die Geschlechter erleben, wie auch sonst, einen unterschiedlichen Marktwert.

Aber zurück zu mir. Gestern saß ich spätabends in einem Restaurant und belauschte unfreiwillig ein Gespräch älterer Damen am Nebentisch, die sich, herzlich lachend, über ihre längst erwachsenen Kinder amüsierten. Eine erzählte, vom zustimmenden Nicken der Anderen begleitet und angefeuert, dass ihr nun schon vierzigjähriger Sohn nicht heiraten wolle, weil sich so viele in seinem Umfeld wieder scheiden ließen. Sie selbst, und das beteuerte sie nicht ohne eine gewisse Form des Stolzes, sei schließlich die vergangenen 51 Jahre durch gute sowie schlechte Zeiten mit ihrem Mann gegangen. Die Jungen, so schloss sie ihren Vortrag,

beendeten Beziehungen und sogar Ehen, sobald es krisele – ohne wirklich an ihnen zu arbeiten. Während des Gesprächs blieb ich davon seltsam unberührt, doch jetzt amüsiert mich die plumpe Verkläuterung, und mich trifft die Überzeugung, dass es richtiger sein soll, eine Beziehung unbedingt zu er- oder auszuhalten, als zu gehen. Lässt sich das Scheitern zwischen dem Mann und mir mit mangelndem Durchhaltevermögen, Bindungsschwierigkeiten und Faulheit erklären? Aber Moment! Das Beziehungsende als Scheitern zu betrachten ist ja bereits ein fragwürdiger Reflex.

Wahrscheinlich hätte ich meinen Mann nie, oder zumindest nicht so bald verlassen. Er traf diese Entscheidung ohne mir einen wirklichen Handlungsspielraum zu gewähren – und doch war es das Beste, was mir, was uns hätte geschehen können. Die Frau, die ich heute ohne ihn bin, bin ich sehr viel lieber, als die, die ich an seiner Seite war. Dieser Lebensstil passt besser zu mir. Die damit einhergehenden Freiheiten befriedigen mich mehr, als ich gemeinsame Routinen vermisse. Selbst die Unsicherheiten kann ich genießen. Sie zwingen mich in eine Auseinandersetzung und eine Entwicklung. Natürlich fehlt er mir. Als Mensch, als Freund, jedoch nicht als Ehemann. Es fehlt niemand an meiner Seite. Ich glaube nicht an die „bessere Hälfte“, an den zu findenden Deckel. Ich bin nicht unvollständig. Das hier ist keine emanzipatorische Hymne auf das Singleleben. Es ist ein einfacher Widerspruch. Gegen die Idee, dass es diese eine Person gibt, mit der wir uns ganz fühlen sollen – und bis dahin mangelhaft.

Um diese Erkenntnis zu feiern, die mich schon weit vor dem Jubiläum ereilte, aber mich beim Anblick des Rings wie ein Schlag wieder traf, führte ich meine engsten Freundinnen zum Essen aus. Sie haben nicht nur die krisenintensive Zeit bis zur Beendigung der Ehe mitgemacht, sondern auch die fürchterlichen Monate danach. An dem Abend trug ich den Ring. Aus sentimental Gründen. Um zu überprüfen, ob es etwas mit mir macht. Wir sprachen kurz darüber. Aber es gab Wichtigeres. Liebeskummer, Sex, Mode, Ungerechtigkeiten, Jobs, Fokusverlagerung. Am nächsten Morgen legte ich ihn zurück in die letzte Ecke. In der Erinnerung und auf den Fotos strahlte die Diamanten besonders gut. Jetzt strahle ich.

Photo: Lily Karant



friendly hunting

VISIT OUR STORES:

DÜSSELDORF

FRANKFURT

MUNICH

WWW.FRIENDLY-HUNTING.COM



FOTOGRAFIE

„Gaz à tous les étages“

► Eigentlich müsste jeder, der mit offenen Augen durch Paris läuft, diese kleinen ovalen Klappen mit Schlüsselloch schon einmal gesehen haben. Sie sind unten, etwa in Wadenhöhe, an den Fassaden älterer Häuser angebracht. Aber meist läuft man daran vorbei wie an Regenrohren oder Gullideckeln. Auch ihre Funktion kennt heute fast niemand mehr.

Als sie Ende des 19. Jahrhunderts installiert wurden, bedeuteten diese gusseisernen Öffnungen, die zur neu gelegten Gasleitung der Gebäude führten, den Anschluss an Licht und Wärme: damals magische Worte, synonym für Moderne und Fortschritt. Zukunft sei etwas, schrieb William Somerset Maugham, das die meisten erst lieben, wenn es Vergangenheit geworden ist. In Zeiten inflationärer Gaspreise und der allmählichen Abkehr von fossilen Energien könnte man beim Anblick von Jub Mönsters Fotos der einstigen Pariser Gasanschlüsse nostalgisch werden. Etwa 50 Aufnahmen aus seiner Serie sind gerade in der „Maison Heinrich Heine“ in der Pariser Cité Universitaire zu sehen. Sie öffnen die Augen für ein kuriose Zeichen der Stadtgeschichte, das allmählich zu verschwinden droht.

Das erste Foto einer Gasanschlussklappe schoss der Bremer Künstler in den Achtzigerjahren. Seither sind etwa 2000 Bilder entstanden, denn schnell hatte er den Blick für sein ungewöhnliches Motiv und dessen Vielfalt im Gleichen geschärft. Immer sind es zufällige Schnappschüsse, die ihm beim Flanieren vor die Linse kommen. Sie werden weder ausgeleuchtet noch nachbearbeitet. Der Reiz dieser Fotos ist der enge Ausschnitt, der die Gasklappen gerade in ihrer Reihung wie eine Porträtgalerie erscheinen lässt. Trotz der Zweckgebundenheit und einer immer ähnlichen Form sind sie einzigartig, tragen mit abgebröckelten Farbresten die Spuren der Zeit oder wurden in ihrer Jahrhundert-Existenz fast bis zur Unkenntlichkeit übertüncht. Oft werden sie aber auch zum gestalterischen Element einer Fassade: liebevoll mit Mosaik umgeben, in aufgemalte Dekorationen eingebunden oder als Teil eines Graffiti. In den Fotos von Jub Mönster hat die urbane Inventaraufnahme eine ästhetische Qualität. Sie lassen an die minimalistischen seriellen Fotografien von Hilla und Bernd Becher denken.

Paris als „Ville Lumière“: Diese Bezeichnung geht angeblich schon auf die Zeit Ludwigs XIV. zurück, der seine Kapitale mit Öllaternen und Fackeln beleuchten ließ. Aber erst im Lauf des 19. Jahrhunderts wurde der Beinamen wirklich spruchreif, denn nach und nach wurden die nächtlichen Straßen durch gasbetriebene Laternen illuminiert. Um 1860, als Georges-Eugène Haussmann das alte Paris in eine moderne Metropole umwandelte, sollen schon 56.000 Gaslaternen gelehnt haben.

Die fortschrittliche Energie wurde von neuen Industrieanlagen in den nördlichen Vororten über ein immer dichter werdendes Verteilernetz bis in die Häuser geleitet, zunächst ins Erdgeschoss, wo plötzlich Läden, Betriebe und Restaurants mit Licht versorgt werden konnten. Etwas später führten vertikale Leitungen in die oberen Stockwerke: „Gaz à tous les étages“ stand nach der Jahrhundertwende auf blauen Schildern, die stolz an Hausfassaden prangten, denn mit Gas wurde nun auch geheizt und gekocht. Etwas tiefer, in Bodennähe und leicht zugänglich, waren diese wunderlichen gusseisernen Anschlussklappen angebracht. Den passenden Schlüssel verwahrte die Pariser Gasgesellschaft. Auch die Feuerwehr hatte Zugang, um im Notfall den Hahn zuzudrehen.

Jub Mönsters Fotos haben neben der künstlerischen auch eine zeithistorische Bedeutung. Deshalb hat er kürzlich eine umfassende Auswahl seiner Fotos dem Archiv der Bibliothèque historique de la Ville de Paris vermacht. Bettina Wohlfarth

Ausstellung in der „Fondation de l'Allemagne – Maison Heinrich Heine“, Paris, bis zum 12. März

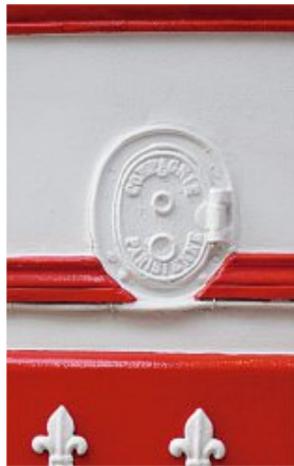
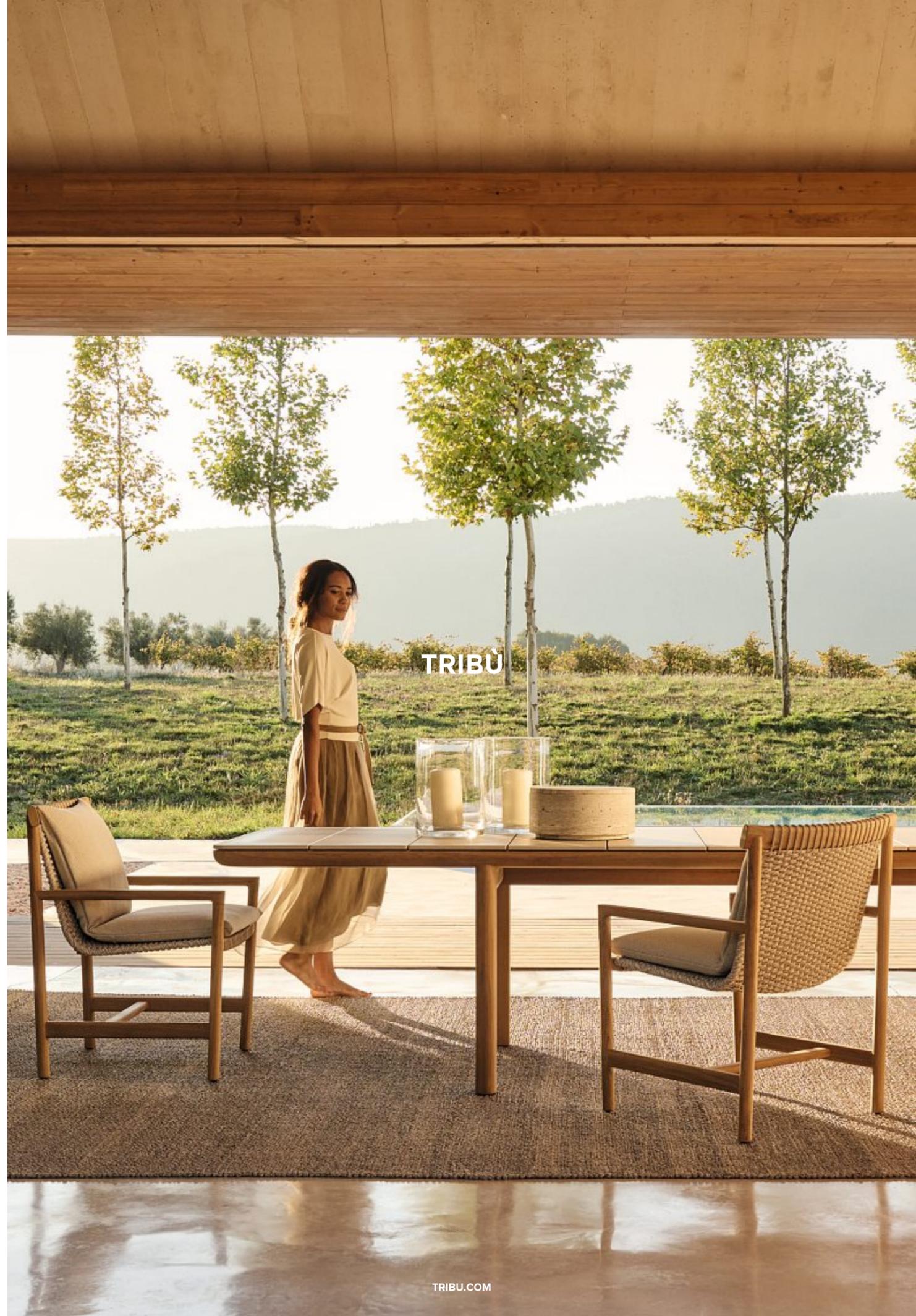


Foto: Jub Mönster



MODE

Meine Zeiten mit Tatjana Patitz

► Tatjana lernte ich im Herbst 1983 in Paris kennen. Wir hatten beide den Elite-Model-Wettbewerb „Look of the Year“ gewonnen. Unsere Modelagentur Elite, speziell unsere deutsche Bookerin Sabine, schickte uns gemeinsam auf Castingtermine, sogenannte „Go Sees“.

In der Branche galten Tatjana und ich als etwas zu üppig, zu feminin, zu kurvig, so dass man uns riet, schnellstmöglich abzunehmen. Noch dazu hatten wir beide, zum Leidwesen unserer Booker, die sich darum kümmerten, unsere Karrieren in Schwung zu bringen, dunkle und leicht verschollene Ringe unter den Augen.

Stundenlang irrten wir durch Paris, mit dem Stadtplan in der Hand und unseren Modelbüchern unter dem Arm, um uns mit unseren mehr oder weniger gelungenen Fotos bei so vielen Fotografen wie möglich vorzustellen. Tatjana trug helle Jeans, flache Stiefel, einen grauen Pullover und einen langen, schwarz-weiß melierten Mantel. Beide waren wir ungeschminkt, was damals auch als ungewöhnlich galt.

Gut verstanden haben wir uns auf Anhieb. Wir waren beide nicht gerade euphorisiert von der Idee, als Model zu arbeiten, aber immerhin ambitioniert genug, um mit dem, wozu wir uns entschlossen hatten, Erfolg haben zu wollen. Zwischen unseren gewöhnlich erfolgreichen Vorstellungsterminen setzten wir uns zu einem Mittagessen oder zu einem Café crème auf eine Bistro-Terrasse. Wir saßen an den kleinen runden Tischen, plauderten über unsere Familien und Liebschaften und lernten uns besser kennen.

Tatjana erzählte von ihren Eltern, von ihrem großen Bruder, von ihrer kleinen Schwester und von ihrer Kindheit und Jugend, in der sie, als Tochter eines Reisejournalisten, schon viel von der Welt gesehen hatte. Auch in Paris schien sie sich kaum fremd zu fühlen, im Gegensatz zu mir, die ich unter ganz furchtbarem Heimweh litt.

Damals war ich 21 Jahre alt, sie gerade einmal 18. Ihre – vermutlich nur scheinbare – Sorglosigkeit und die zur Schau gestellte Zuversicht beeindruckten mich



Nicht euphorisiert, aber ambitioniert: Cordula Reyer (links) und Tatjana Patitz nach einer Helmut-Lang-Schau in Paris 1997. Rechts: Patitz im Jahr 2010 in Hamburg.

sehr. Als genauso beeindruckend empfand ich ihre geradezu unwirklich hellblauen Augen. Immer wieder ertrappe ich mich dabei, dass ich, während sie sprach, die Konzentration verlor und wie davongetragen wurde von diesen Augen. Sie wirkten wie zwei hell leuchtende Planeten, die einen hinein ins Weltall zogen. Oder zumindest lösten sie solche Träumereien aus.

Während Tatjana in Paris blieb, gab ich meinem Heimweh nach und zog zurück nach Wien. Kurz darauf sah ich erstmals Bilder von ihr auf den Titelseiten der „Vogue“, später auch in Anzeigen von Calvin Klein. Einige der größten Fotografen der Welt wie Peter Lindbergh, Bruce Weber und Helmut Newton hatten ihre so

besondere seltene Schönheit erkannt und zelebrierten sie in ihren Bildern.

Später erzählten mir gemeinsame Freunde, sie sei nach Los Angeles gezogen. Grüße ließ sie mir immer wieder ausrichten. Bald nachdem ich dann selbst im Jahr 1989 nach Los Angeles übersiedelt war, rief ich sie an, wir trafen uns, und unsere Freundschaft vertiefte sich.

Inzwischen war sie ein Star geworden, entsprechend komplizierter wurden ihr Leben und das Leben um sie herum. Sie war ein scheuer Mensch, weswegen sie die Aufmerksamkeit, die sie nun von allen Seiten bekam, als Druck empfand, das machte sie unruhig. Immer wieder sagte sie Fotoshootings und Modenschauen ab, was ihr den Ruf einbrachte, schwierig zu sein.

Dabei wollte sie nur einen kleinen Teil Privatsphäre und Intimität bewahren, indem sie ihr Leben vorwiegend abseits des Modezirkus, in ihrem Haus im Malibu Canyon verbrachte. Es war ein Refugium, ein wahrer Garten Eden, üppig überwuchert mit Grün, voller Hunde und Katzen, mit einem Schwarm weißer Tauben, zwei Pferden und ihrem Kakadu namens Babaluu, der die meiste Zeit auf ihrer Schulter saß.

Zum letzten Mal sah ich sie im April 2020. Ich besuchte sie und ihren Sohn in der kalifornischen Stadt Santa Barbara, wo sie inzwischen wohnte. Gemeinsam verbrachten wir den Tag, besuchten ihre Pferde und fuhren mit dem Auto durch die prachtvolle Weite der Landschaft. In einem kleinen Ort mit Westernstadt-Charakter hielten wir an, bestellten Burger und Bier und erzählten uns von längst vergangenen Zeiten, als wir, um unseren Lebensunterhalt zu verdienen, auf unser Gewicht achten mussten. Es war ein strahlender Tag, der Himmel war blau und weit. Tatjana rauchte, wie sie es immer tat, amerikanische Zigaretten, mit einem Indianerhäuptling als Logo. Sie lachte viel, war gelöst und glücklich. Ihr Leben war gut. So werde ich sie in Erinnerung behalten. Cordula Reyer



REISE

Die Energie der Natur

► Die kleine Gondel, mit Platz für acht Personen, zieht an einer steil abfallenden Felswand entlang nach oben. Der Talort Engelberg entschwindet zusehends, der Himmel wird weit, das Licht blendend-hell. An der Bergstation, auf 1850 Meter Höhe, geht der Blick hinüber zum Titlis (3238 Meter), dem Epizentrum des Tourismusbetriebs in der Region, aus einem vergletscherten Felsriegel daneben schießen die spitzen Nadeln um die Gipfel des Großen und Kleinen Spannorts hervor, zwei weiterer Dreitausender. Knapp über dem Bergkamm kämpft sich die Sonne durch dichte Wolken, die ersten Gäste auf der Terrasse sind in mildes Winterlicht getaucht. Es ist ein Vormittag im Januar, noch herrscht Ruhe auf der Füreanalp, und könnte man es sich aussuchen, würde man jetzt einfach hier sitzenbleiben, die Berge anschauen und den Tag gemächlich dahintrödeln lassen.

Josefa Portmann kennt diesen Impuls, vielen ihrer Gäste geht es ähnlich. Die Füreanalp oberhalb von Engelberg in der Zentralschweiz ist ein Ort, der einen schnell berührt. Ihr selbst ist es da nicht anders ergangen. Josefa Portmann und ihre Mann Urs haben lange für die

Bergbahnbetriebe am Titlis gearbeitet, er als Küchenchef, sie in der Hotellerie, zudem war sie für einen Reiseveranstalter tätig. Dann erfuhr sie von einem Pächterwechsel auf der Füreanalp, und die unerwartete Möglichkeit, die Alp zu übernehmen, so unrealistisch sie erst klang, brachte etwas in ihr in Bewegung. Die Maschinerie auf dem Titlis, sagt sie, sei immer größer, immer turbulenter geworden, sie suchte eine Aufgabe, die sie stärker erfüllte, bei der sie „mit Herzblut dahinterstehen“ konnte. Mit engem Bezug und persönlichem Kontakt zu den Gästen. Wie auf der Füreanalp. Ihr Gefühl sagte ihr: Das machen wir. Und das taten sie dann.

Nun sind sie im achten Jahr auf der Füreanalp, und turbulent geht es zuweilen auch hier zu. Das Geschäft ist extrem witterungsabhängig, die Alp liegt exponiert, und sobald zu viel Wind herrscht, kann die Gondelbahn nicht mehr verkehren. Zwar führt ein steiler Fußweg nach oben, auch ein Klettersteig, aber im Winter sind das eher theoretische Möglichkeiten. Steht die Bahn, ruht das Geschäft, so einfach ist das, und trotz aller Wetter-Apps ist es noch immer oft unberechenbar, wann es wirklich so weit sein wird. Die Planung für Einkauf und Personal für das Bergrestaurant macht das zuweilen zum Vabanque-Spiel. „Damit musst du erst mal zurechtkommen“, sagt Josefa Portmann.

Die Küche, die sie auf der Füreanalp servieren, ist einfach und bodenständig, aber immer mit einem

raffinierten Element, einer persönlichen Besonderheit – sie hatten schlicht keine Lust, sich nach all den Jahren selbständig zu machen und doch nur Massenküche anzubieten. Daneben gibt es eine für ein Bergrestaurant vielseitige Weinkarte, weil es nicht zuletzt viele Genussmenschen seien, die auf die Füreanalp kämen, sagt Josefa Portmann. Auf der Terrasse sitzen, in die Sonne blinzeln, guten Wein trinken. „Wir haben einen hohen Anteil an Stammgästen“, sagt die gebürtige Bayerin.

Viele schätzen es, dass auf der Füreanalp der Trubel, der in vielen Skigebieten herrscht, fern scheint. Es gibt dort keine Lifte oder Aufstiegshilfen, es kommen Schneeschuhgeher, Skitourengeher, Schlittschuhfahrer, Winterwanderer. Genussmenschen eben. Als die Zeit ganz stillzustehen schien, in der Corona-Pandemie, kamen sie auf der Alp auf die Idee, im Winter einen Fondueschlitten anzubieten, ein Käsefondue to go, dessen Bestandteile samt Fellen, Decken, Kissen, einer Flasche Tee und einer Flasche Wein auf einem Holzschlitten verzurrt sind, mit dem die Gäste auf eigene Faust in die Landschaft aufbrechen und dort in einsamer Lage, mit Blick auf die Berge, ihr Fondue zelebrieren können. Ein außergewöhnliches Erlebnis – das so gut ankam, dass sie das Angebot nun auch ohne Pandemie weiterführen.

„Gastronomie im kleinen Rahmen geht nur mit viel Eigeninitiative und Unternehmergeist“, sagt Josefa Portmann. Nicht jeder Tag ist das reine Vergnügen, im Sommer sind die Arbeitstage elf, zwölf Stunden lang, dazu kommen gelegentliche Abendbankette. Trotzdem sucht sie immer den Kontakt zu den Gästen, geht auf sie zu, ihre gutgelaunte Art gehört für viele Besucher zum Erlebnis Füreanalp dazu. „Ich ziehe viel Energie aus der Natur“, sagt Josefa Portmann. Der besondere Ort hat es ihr und ihrem Mann Urs noch immer angetan. „Du kannst das alles nur machen, wenn du es mit Freude tust“, sagt sie. „Sonst hätten wir spätestens in der Pandemie gesagt: Jetzt reicht's!“ (nle.)

Foto: Engelberg Tourismus, Rainer Reinauer, Holde Schmeider



Hoher Erholungswert: Die Füreanalp liegt oberhalb von Engelberg im Schweizer Kanton Obwalden.



Die Esasies ist unsere vielseitigste Hose überhaupt, die den Look einer Chino mit dem Komfort einer Jogginghose kombiniert. Perfekt, um problemlos durch jeden Tag zu kommen. Von einem Tag zu Hause bis zu einem langen Tag unterwegs - mit den Esasies siehst Du angezogen aus und fühlst Dich entspannt. Verantwortungsvoll in Portugal hergestellt und in 16 Farben erhältlich.



BESTELL DIE ESASIES JETZT AUF MRMARVIS.DE



SIEH GUT AUS
FÜHL DICH ENTSPANNT

► Es gehört zu den Urfahrungen des Menschen, dass er von der Welt, in der er sich bewegt, nur weiß, wie fremd sie ihm ist, aber nicht, wie fremd er ihr. Beispiel: die Party eines Freundes. Man erblickt einen, den man vom Sehen kennt. Es waren nur flüchtige Begegnungen, aber etwas hängengeblieben ist doch. Beim anderen auch? Wie sich verhalten? Ein trotziger Standardsatz zu derlei Situationen lautet: Der kennt mich so gut wie ich ihn!

Dass das stimmt, darf man schon auf privater Ebene bezweifeln. Man denke nur an Stefan Zweigs Novelle „Brief einer Unbekannten“. Darin bekommt ein Schriftsteller von einer Frau, an die er allenfalls schemenhafte Erinnerungen hat, geschildert, dass ihr ganzes Leben von der unerwiderten Liebe zu ihm bestimmt gewesen sei. Oder man denke an sich selbst: Man sieht in der Fußgängerzone jemanden, der aussieht wie jemand, den man schon mal irgendwo gesehen hat. Aber wo? Und wieso kommt der andere nun freudestrahlend auf einen zu?

Bekannthschaftssymmetrie ist also nicht selbstverständlich. Das gilt umso mehr, wenn man sich in großer Gesellschaft bewegt, gar in der von Politikern. Denn die begegnen ja ständig Menschen. Das trainiert zwar ihr Gedächtnis, verhindert aber trotzdem nicht, dass sie sich nur an die wenigsten Begegnungen erinnern können, zumal das Aufeinandertreffen eines Ministerpräsidenten zum Beispiel mit einem Lokalpolitiker für den Lokalpolitiker Einmaligkeitscharakter hat, für den Ministerpräsidenten eher nicht.

Zwischen Berichterstatter und Politikern gibt es das Problem normaler Weise nicht. Im überschaubaren Kreis aus Kabinettsmitgliedern und Korrespondenten weiß irgendwann so ziemlich jeder, wer wer ist. Ungleichgewichte schließt aber auch das nicht aus: So sollte man als Journalist (wie als Lokalpolitiker) nie zu einem Minister, mit dem man demnächst zum Kaffee verabredet ist, sagen: „Wir sehen uns ja am Freitag!“ Man riskiert dann nämlich eine Antwort, die einem die Marginalität des eigenen Daseins vor Augen führt: „Da muss ich mein Büro fragen.“

Schwierig wird es, wenn man plötzlich mit Leuten konfrontiert ist, die früher mal sehr präsent waren im eigenen Leben, sich nun aber rar gemacht haben oder in einem neuen Tätigkeitsfeld wirken. So war es zuletzt beim Neujahrsempfang des bayerischen Ministerpräsidenten, so war es auch bei der Rom-Reise einer Bayern-Delegation aus Anlass des Requiems für Benedikt XVI. Obwohl die Reisegruppe hochkarätig besetzt war, kannte oder erkannte man als mitreisender Journalist oder Lokalpolitiker nicht jede der 170 Personen, die sich da morgens um fünf am Münchner Flughafen versammelt hatten. Was also tun, wenn man sich jäh nähert, in der Sitzreihe des Flugzeugs oder beim gemeinsamen Gang zum Petersplatz?

Als Lokalpolitiker oder Journalist sollte man in jedem Fall versuchen, ins Gespräch zu kommen. Wer weiß, wofür es noch gut ist. Um nicht arrogant oder ignorant zu wirken, sollte man sich, gerade gegenüber augenscheinlich Älteren, als Erster vorstellen, und zwar nicht nur mit dem Namen, sondern auch mit der Funktion, und dann darauf hoffen, dass es der Nebensitzer genauso

macht. Zum Beispiel: Hans Huber, früher Staatssekretär im Innenministerium.

Sagt der Betreffende hingegen nur Hans Huber, so, als könne es nur den einen geben, bleiben eigentlich nur noch zwei Möglichkeiten: Man hofft darauf, dass sich aus dem Gespräch ergibt, wo der Herr Huber ungefähr einzusortieren ist, oder aber man setzt auf entzweiende Offenheit und bittet den Gesprächspartner darum zu sagen, warum man ihn kennen sollte. Natürlich sollte man das nicht so aufreizend plump formulieren, sondern

PSYCHOLOGIE

Kennt der Herr Staatssekretär mich so, wie ich ihn kenne?



Auf dem Weg zur Trauerfeier für den emeritierten Papst Benedikt XVI. in Rom: Rechts steht Markus Söder, das ist klar. Aber wer sind gleich noch mal die anderen?

unter Zuhilfenahme von Wendungen wie „Helfen Sie mir auf die Sprünge“ oder „Jetzt stehe ich total auf dem Schlauch“, die signalisieren, dass die Unkenntnis einer bloßen Erinnerungslücke geschuldet ist, jedenfalls nicht darin begründet liegt, dass der andere zu unwichtig wäre, um ihn zu kennen.

Noch problematischer ist es, wenn der Begegnung Zeugen beiwohnen. Wenn etwa ein Minister, der beim Staatssekretär Huber steht, erklären muss, das sei doch

der berühmte Staatssekretär Huber, der Vater der Reform XY, macht das die Sache nicht besser. Auch schlecht ist, wenn man selbst in Gesellschaft etwa eines Kollegen ist. Dann ist man nämlich gezwungen, diesen dem Staatssekretär vorzustellen, was mit sich bringt, dass man umgekehrt den Staatssekretär diesem vorstellen muss. Wenn man dann den Namen nicht weiß, helfen eigentlich nur noch Humor oder Blendgranaten („ein ganz Großer seines Fachs“). Keinesfalls sollte man sagen: „Ich bin ganz schlecht mit Namen“, denn das würde den Namen des Staatssekretärs auf die Ebene aller Namen heben, also senken.

Fast noch brisanter ist es, wenn man diesen oder jene durchaus kennt, sich aber nicht sicher ist, ob der oder die andere einen auch kennt oder, noch heikler: überhaupt kennen will. Ein Grund, dass Politiker einen Journalisten nicht kennen wollen, könnte sein, dass der Journalist nur Mist schreibt oder dass ein anderer Politiker in Hörweite herumlungert – schließlich sollen andere möglichst nicht erfahren, dass man in regem Austausch steht. Das Nichtkennenwollen mündet oft in eine Art Flucht. Man kann das auch auf Parteitage bei Delegierten beobachten, wenn sich die Vertreter der „Heute-Show“ mit ihrer Kamera nähern; es ist, als würden die Fernsehleute stinken. Wenn der, den man erkannt hat, nicht wegrennt, dann womöglich gerade deshalb, weil er einen nicht kennt und daher nichts Böses ahnt. Redet man dann einfach drauf los, besteht die Gefahr, dass man zu hören bekommt: „Junger Mann, wollen Sie nicht sagen, wer Sie sind?“ Keine gute Voraussetzung für ein Gespräch. Man sollte sich also auch hier vorstellen. Doch wie?

Namen plus Institution ergibt Sinn, wenn man vor allem wegen der Institution bekannt ist, die man vertritt. Es empfiehlt sich auch dann, wenn die Institution einen in besserem Licht erscheinen lässt, als es der eigene Auftritt vermag (bei der F.A.Z. in der Regel der Fall). Am Ende ist es an einem selbst einzuschätzen, ob man bekannt genug ist, dass man für sich selbst stehen kann. Ein Gabor Steingart etwa kann sich durchaus nur als Gabor Steingart vorstellen, weil ja er der ist, der The Pioneer erfunden hat und nicht The Pioneer ihn. Würde sich der noch prominentere Thomas Gottschalk mit „Thomas Gottschalk, ZDF“ vorstellen, könnte das vom Gegenüber als Beleidigung seiner Gebildetheit verstanden werden. Das wäre es aber wahrscheinlich schon, wenn Thomas Gottschalk sich überhaupt vorstellen würde. Oder wäre das nicht eher ein Akt der Höflichkeit und Bescheidenheit?

Da sich dieser Text nicht an Thomas Gottschalk richtet, sondern vor allem an Journalisten und Lokalpolitiker, müssen diese sich die Frage stellen, ob die bisherigen Kontakte etwa mit dem ehemaligen Staatssekretär so intensiv waren, dass er sich daran erinnern können müsste. Ist das so, sollte man sich nämlich überhaupt nicht vorstellen. Sonst denkt der ehemalige Staatssekretär, man erinnere sich nicht mehr an das aus seiner Sicht denkwürdige Gespräch mit ihm, oder aber er muss glauben, man glaube, er, der Staatssekretär, könne sich, etwa aus Altersgründen, nicht mehr an das Gespräch erinnern. Beides wäre nicht gut. *Timo Frasch*

KUNST VERÄNDERT DEN BLICK AUF DIE WELT

HANDSIGNIERTE, LIMITIERTE KUNST ONLINE UND IN 22 GALERIEN WELTWEIT



Kevin Krautgartner
Salt Shapes II
Aufl. 150, handsigniert
100 x 75 cm
(weitere Größen verfügbar)
Edition Nr. KKR23
999 €



► Gleich zum Auftakt der Haute-Couture-Schauen in Paris sorgte das Label Schiaparelli für einen Eklat. Kreativdirektor Daniel Roseberry schickte mehrere seiner Models mit täuschend echt aussehenden Tierköpfen auf den Laufsteg: Shalom Harlow trug das Haupt eines Schneeleoparden, Irina Shayk eine schwarze Robe mit einem Löwenkopf, Naomi Campbell einen schwarzen Mantel mit Wolfskopf. In den sozialen Medien empörten sich viele über die Entwürfe und äußerten etwa den Vorwurf, Schiaparelli fördere damit Wilderei. Die Marke wies darauf hin, dass die Köpfe aus Schaumstoff, Wolle und Seide gefertigt und von Hand bemalt wurden: „Um so lebensecht wie möglich auszusehen und die Herrlichkeit der Natur zu feiern.“ Stimmt natürlich auch. *(joch.)*



Foto: Timo Frasch, Unterteil: ©

LUMAS.COM

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

THE LIBERATION OF ART

LUMAS⁷

Zehn Jahre mit links

Marie-Christine Statz ist Deutsche und hat das verwirklicht, was für viele junge Menschen ein großer Traum ist: 2013 hat sie ein eigenes Modelabel gegründet – Gauchere. In Paris. Wie kommt man dorthin?

Von Jennifer Wiebking
Fotos Philipp von Dittfurth

Netflix-Produzenten von „Emily in Paris“ hätten diese Modekulisse nicht pariserischer gestalten können: Rue de Rivoli, Hausnummer 188, dritte Etage. Die Zimmer, die hinter der weißen Eingangstür liegen, sind gediegen. Die Wandkassetten reichen großzügig bis weit nach oben. An der Decke der Stuck, auf dem Boden das Fischgrätparkett. Dazwischen hängt an Kleiderstangen eine ganze Modekollektion. Viel Schwarz, fließende Kleider und feste Blazer. Dazwischen eine wohldosierte Menge Pailletten. Mit einem Blick auf die Stücke am Bügel ist klar, dass es sich um Mode handelt, wie sie in der Welt von „Emily in Paris“ coole Pariserinnen tragen würden und nicht Plastik-Pariserinnen aus Amerika. Also Sylvie und nicht Emily. Auch die Leute an diesem Montag könnten Statisten ersetzen. Es ist Verkaufssaison in Paris. Die Händler sind da, um ihre Ware zu ordern. Es fallen französische Sätze, italienische, englische.

„Marie-Christine is not here yet.“ Das sagt zur Begrüßung eine der Mitarbeiterinnen in der dritten Etage. Oversized-Blazer, markante Brille. Sie bietet Tee an, schwarz oder grün. Bei „Emily in Paris“ müsste nun irgendetwas Lustiges oder Peinliches passieren.

In der Wirklichkeit kommt jetzt, um Punkt zwölf Uhr, Marie-Christine Statz zur Tür herein. Schwarze Bomberjacke, schwarze Hose, schwarzer Blazer zum Schnüren in der Taille, weiße Turnschuhe. Sie lächelt. „Mein Büro ist heute auch Präsentationsraum“, sagt sie und führt in das Nebenzimmer, in dem noch mehr Kleiderstangen stehen. Marie-Christine Statz ist Deutsche. Und das, was sie 2013

in die Tat umgesetzt hat, dürfte noch immer dem Traum Tausender junger Menschen entsprechen. Sie hat in Paris unter dem Namen Gauchere ein Modelabel gegründet, und jetzt, zehn Jahre später, sitzt sie hier. An der Rue de Rivoli, Hausnummer 188. Eckpunkte der Modegeschichte ergaben sich praktisch in der Nachbarschaft. Coco Chanel begann 1910 an einer Nebenstraße, an der Rue Cambon. Der Sohn von Thierry Hermès, Charles-Émile, zog mit Hermès 1880 an die Rue du Faubourg Saint-Honoré Nummer 24 und blieb. Jeanne Lanvin eröffnete 1889 an der Rue Boissy d'Anglas. Man könnte von der dritten Etage an der Rue de Rivoli 188 auch ein Seil zum gegenüberliegenden Gebäude spannen, einem Seitenflügel des Louvre, und käme im Musée des Arts Décoratifs an, wo regelmäßig große Modeausstellungen zu sehen sind.

Wie kommt man hierher, in den ersten Bezirk, mit eigenem Label? Mittenrein? Vielleicht über die Rue de Turenne, im Marais-Viertel. Dort zeigte Marie-Christine Statz mit Gauchere vor zehn Jahren zum ersten Mal ihre Kollektion. Einige Einkäufer waren damals schon da, an dem Tag Ende Februar 2013. Es waren auch Moderedakteure gekommen, unter ihnen viele Deutsche, die neugierig waren. Statz zeigte ihre Debüt-Kollektion etliche Male nacheinander – immer dann, wenn Gäste da waren. „In dem Moment war ich wahnsinnig aufgeregt. Aber das hat sich damals im Laufe des Tages verändert, und nach einer Weile habe ich gemerkt, wie es läuft.“ Das Pariser Luxuskaufhaus Le Bon Marché hatte zu diesem Zeitpunkt schon die erste Kollektion geordert. „Das war ein Traum von mir, und das hat mir dann auch gezeigt, dass es sich lohnen könnte, eine zweite Kollektion anzugehen.“

EIN WIEDERSEHEN 2013

So ging es damals los mit Gauchere. Für Marie-Christine Statz begann es natürlich schon früher, und auch für mich war diese erste Gauchere-Präsentation im Februar 2013 ein Wiedersehen. Über Marie-Christine Statz hatte ich nämlich schon einmal geschrieben, im Jahr 2008, als ich mit einer Gruppe Kommilitonen aus London, wo ich damals studierte, nach New York fliegen durfte, für ein Gemeinschaftsprojekt meiner Universität mit der Parsons School of Design. Marie-Christine Statz war im Abschlussjahrgang und präsentierte ihre Kollektion auf einer Bühne vor Einkäufern von Saks Fifth Avenue, Designern von New Yorker Häusern und echten Modejournalisten. Ich, die Modejournalismus-Studentin, behielt vor allem einen Satz in Erinnerung, den sie über ein andersfarbiges Futter sagte: „This is just for yourself.“

und
erndel
jimm
slnil

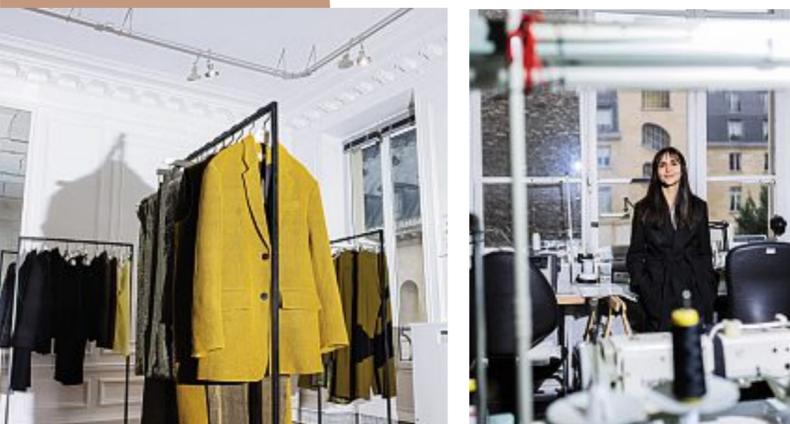


„Es war nie meine Vision, mich wahnsinnig in den Vordergrund zu rücken“, sagt die Designerin in ihrem Atelier in Paris. „Es war nie: Ich, Marie-Christine Statz, mache Mode.“

Also nur für die Trägerin. Jedes Mal, wenn ich in den folgenden Jahren irgendwo ein ähnliches Futter sah, musste ich an ihre Worte denken.

Marie-Christine Statz fertigte schon damals Mode, die zunächst einmal ihrer Besitzerin ein gutes Gefühl geben sollte. Natürlich hat sie sich weiterentwickelt, in 15 Jahren. Aber der Satz über ihre fiktive Kundin, den sie mir damals als Studentin für das Porträt über sie sagte, passt dennoch gut zu dem, woran sie heute arbeitet: „Sie mag Mode mit einer diskreten Eleganz.“

Dabei ist es geblieben. Mit Gauchere bedient sie wirklich jene Klientel. Oder wie Marie-Christine Statz es in ihren eigenen Räumlichkeiten an der Rue de Rivoli formuliert: „Mir sagen Frauen, dass sie nicht überall dieses Logo mögen. Dass sie in einer bestimmten Position sind, in der sie sich nicht verkleidet fühlen wollen und einfach etwas Tolles tragen möchten.“



Net-a-porter ist ein großer Kunde, selbst Läden in der Ukraine ordern Gauchere. Nur ein Land glänzt durch Abwesenheit: Deutschland. Warum eigentlich?

Die Mode der vergangenen zehn Jahre sieht häufig genau gegenteilig aus: bunt und ein bisschen banal. „Die Mode hat sich durch die Explosion von Instagram schon verändert“, sagt Statz. Die Schnittführung geht auf dem kleinen Bildschirm eh unter. Stücke wie Merchandising-Artikel mit großen Logos oder simplen Markenzeichen sind entsprechend erfolgreicher, jedenfalls kurzweilig. Gauchere macht es anders und hält sich vielleicht auch damit nicht nur zwei, drei Saisons am Markt, sondern seit zehn Jahren. „Es war nie meine Vision, mich wahnsinnig in den Vordergrund zu rücken“, sagt sie. „Es war nie: Ich, Marie-Christine Statz, mache Mode. Mich interessiert, was Kleidung für ein Leben bedeuten kann. Wie man sich darin fühlt. Für mich ist das keine schnelllebige Sache.“

Der Weg ist umso härter. Statz hat Erfahrung: „Es ist sehr schwierig, ein Produkt zu lancieren, das sich allein über den Schnitt erklärt.“ Zwar sei es schon so: Je teurer das Produkt, desto weniger Logo. „Aber diese Häuser haben dann meistens eine ganze Produktgruppe nebenher, die das Logo pusht.“ Bottega Veneta zum Beispiel, Jil Sander, Celine, wie es früher einmal war. Selbst kleinere Marken wie Khaite und The Row kämen wohl nur schwer aus allein mit halb auf der Schulter sitzenden nudefarbenen Tops und ausgestellten schwarzen Hosen. „Da hilft das eine dem anderen.“ Also mit Accessoires loslegen? Zusätzlich zu den markanten Blazern von Gauchere, den dynamisch geschnittenen Tops? Zu den Kleidern mit Cut-outs, die ihre Besitzerin so stark wirken lassen? So einfach ist es nicht, sagt die Designerin. „Wir machen das im Moment ausschließlich für die Schau, um den Look zu präsentieren. Um Accessoires auf dem Niveau der Bekleidung zu produzieren bräuchten wir einen strategischen Partner.“

DEUTSCHER STIL?

Vergangenes Jahr ist sie 40 geworden. Marie-Christine Statz lebt im Ausland, seit sie 20 Jahre alt ist, ihr halbes Leben hat sie außerhalb von Deutschland verbracht. Sie hat auch niemals in Deutschland Modedesign studiert. Und dennoch gibt es Schnittpunkte zwischen ihrer Haltung gegenüber Mode und dem, was am ehesten deutscher Stil sein kann: ein gewisser Minimalismus, überlegte Entwürfe, Mode, die nicht überflüssig ausschweifend ist, von der niemand am Ende sagen kann, sie wäre oberflächlich. Vielleicht braucht es diese Daseinsberechtigung in einem Land, in dem die Mode auch allen Aufbauarbeiten in Sachen Stil zum Trotz noch immer nicht den besten Ruf genießt. In dem Frauen und Männer damit kokettieren,

nichts von Mode zu verstehen, und Klischees offenbar nicht überwinden werden wollen.

Marie-Christine Statz wuchs mit Mode auf, selbst in Mönchengladbach. Ihre Mutter arbeitete für Iris von Arnim. Das Kind zeichnete schon damals gerne Strickpullover. Als Teenager übernahm sie erste Jobs auf der Messe für die französische Ledermarke Sylvie Schimmel. „Ich habe die Gäste am Eingang begrüßt, aber weil ich Französisch konnte, ging das dann relativ schnell“, sagt Statz. Hier mal übersetzen und etwas erklären, dort im Showroom helfen. „Ich war spindeldürr, und dann hieß es auch schnell: Zack, zieh die Jacke an.“

Nach dem Abitur studierte Marie-Christine Statz VWL in Bonn. Nach dem Vordiplom entschied sie sich dann aber für Modedesign und wurde an der Parsons School of Design in New York angenommen. Nach dem Abschluss arbeitete sie bei Narciso Rodriguez und Diane von Fürstenberg.

„Dann wollte ich zurück nach Europa.“ Frankreich konnte sie von einem Auslandsjahr in Toulouse als Schülerin. Paris faszinierte sie. „Aber im ersten Moment kam natürlich kein Wort Französisch raus.“ Statz setzte auf ihr Grundstudium in Modedesign in New York einen Master an der Chambre Syndicale de la Haute Couture. Aus New York brachte sie trotzdem noch etwas Dringliches mit: den Wunsch nach einem eigenen Label. „Dort hat man dieses You can do anything“, und darauf hatte ich einfach Lust“, sagt sie. „Ich weiß gar nicht, ob ich in dem Moment darüber nachgedacht habe, dass es für immer sein könnte.“

Anstatt ihr Label nach sich selbst zu benennen, hatte sie etwas Originelleres parat: Gauchère – die Linkshänderin. Ihr Spitzname als Studentin. „Wenn man Linkshänderin ist, spürt man das in der Mode. Wenn man absteckt, ist alles andersherum. Das Bügeleisen steht rechts“, sagt sie. Häufig entgegnete ihr Gegenüber: „Ach ja, die Linkshänderin.“ Den Accent grave wurde sie später los. „Die Hälfte der amerikanischen Kunden setzte ihn, die andere nicht. So war es klarer.“

PARIS IST WIEDER BELIEBT

Marie-Christine Statz suchte sich zu Beginn jemanden mit Erfahrung im Vertrieb. Mit ihm teilte sie sich sogar ein Büro, nach der ersten Zeit, die sie in der Wohnung gearbeitet hatte. Ihre Umzugserfahrungen der folgenden Jahre mit Gauchere erinnern an das, was Menschen im Privaten erleben. Sie finden Partner, bekommen ein Kind, dann noch eines, die Kinder werden größer, und auf diesem Weg wird jede nächste Wohnung immer wieder irgendwann zu klein. Auch Gauchere wuchs, es kamen mehr Mitarbeiter hinzu und somit auch mehr Arbeit.

Weil Paris zu den Orten mit den höchsten Mieten der Welt gehört, kalkulierte Statz für ihr Atelier von Schritt zu Schritt entsprechend knapp. Von der Galerie im Marais ging es in die Räumlichkeiten, in denen einer ihrer Produzenten arbeitete. Von dort aus in ein eigenes Studio im vierten Stock ohne Aufzug an der Place de la République. „Ich habe relativ schnell bemerkt, dass das nicht so toll war. Die ganzen Stoffrollen!“ Der nächste Schritt war wesentlich größer. „Ich habe zunächst gar nicht im ersten Arrondissement geschaut“, sagt sie. „Das hat sich zufällig ergeben.“ 240 Quadratmeter. Eine schicke Adresse. Im Nachhinein sei es auch deshalb ein Glücksfall gewesen, weil seitdem viele Designer nachgezogen sind und das Viertel entsprechend beliebter geworden ist. „Seit man die Dinge nicht mehr so einfach in der Stadt mit dem Auto transportieren kann, hat

sich alles zentralisiert.“ 2017 aber war das Wagnis groß: „Ich hatte Zweifel und wusste nicht, ob ich das machen sollte und ob ich dieser Verantwortung gewachsen bin.“ Der Mietvertrag läuft über mindestens drei Jahre. Statz sagt, sie habe kalkuliert: „Ein großer Teil des Budgets ist dafür reserviert, die Kollektionen an schönen Orten zu präsentieren.“ Die Hausnummer 188 an der Rue de Rivoli war ansehnlich genug, um die Gäste fortan zu sich einzuladen – und an anderer Stelle Kosten zu sparen.

Gründerin ihrer Firma sei sie allein, sagt Statz. Von einem *family business* spricht sie trotzdem. Da ist ihre Mutter, die sie berate. Da ist auch ihr Stiefvater, der sich mit Unternehmen auskenne. Die Fragen, um die es dann geht, lauten etwa: „Wie sind die Strategien? Wie sind die Zahlen? Wie sieht es mit dem Cash-Flow-Plan für das Jahr aus? Da habe ich einen großen Rückhalt.“ Chefdesignerin und operative Managerin bleibt sie.

Paris sei in dieser Zeit offener geworden für junge Designer. „Man musste am Anfang schon häufig sagen: Ich will, ich will, ich will, um auf jeden Fall gehört zu werden.“ Mittlerweile steht sie auf dem offiziellen Schauenplan zur Fashion Week. Das bedeutet hier viel.

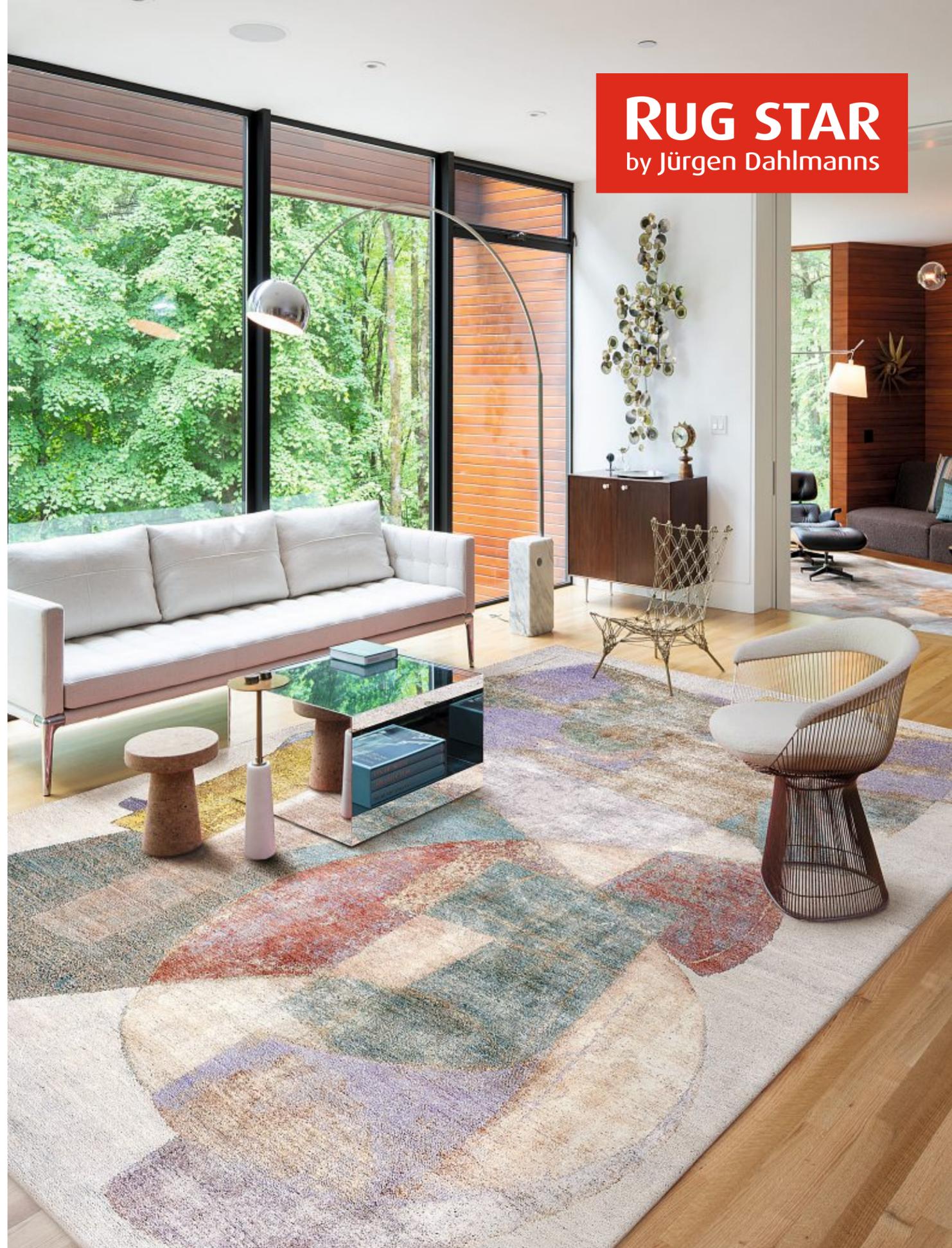
„Ciao, come va?“, tönt es jetzt von rechts. Marie-Christine Statz springt auf. Antonia Giacinti, die Inhaberin der Mailänder Boutique „Antonia“, steht vor ihr. Ein kurzes Hallo. „So ein Geschäft ist wichtig und eine Vitrine für uns“, sagt die Designerin, als sie sich wieder hingesetzt hat.

Net-a-porter sei ihr größter Kunde, in jeweils gut einem Dutzend Läden hängen ihre Stücke zudem in Asien, Nordamerika, Europa. Allerdings fällt in der Händlerliste auch auf: Es ist niemand aus Deutschland dabei. Ausgerechnet. „Ich lade immer deutsche Einkäufer ein“, sagt Statz. „Aber es kommt keiner. Das ist schade.“ Sie macht eine Pause. „Aber das muss sich vielleicht noch entwickeln.“

Die zweite Überraschung mit Blick auf die Händlerliste: Drei Läden aus der Ukraine sind darunter, aus Odessa, Lemberg, Mykolajiw. Dort geht es seit einem Jahr um den Horror des Krieges, vielleicht auch um Hoffnung und Durchhaltevermögen, aber nicht um Luxusmode. „Und diese Anfragen sind erst in der vergangenen Saison gekommen“, sagt die Designerin. „Ich war auch erstaunt. Die Einkäufer sind jetzt in Italien. Ich habe ihnen natürlich auch Fragen gestellt.“ Ihr Feedback, warum Luxusmode von Gauchere ausgerechnet jetzt in einigen Läden in der Ukraine ins Sortiment gehöre: „Sie sagten, wir wissen nicht, was morgen wird, und deshalb wollen wir heute leben.“ Ein einmaliger Kauf müsse das gar nicht gewesen sein. „Sie alle haben für die nächsten Tage noch Termine.“

Es bedeutet nicht, dass das gerade ein Spaziergang wäre, mit einem eigenen Label in Zeiten der Verteuerung: Die Inflation, die Energiekosten sind ein Thema. Das Unternehmen, das außer in Frankreich überwiegend in Italien und Portugal produziert, betrifft das in vielerlei Hinsicht. „Nicht in allen Ländern schlagen diese Krisen ähnlich zu Buche“, sagt Statz. „Man muss erst einmal verstehen, welche Staaten was auffangen und subventionieren.“ Ein Standort, der früher für die Produktion interessant war, kann so auf einmal viel zu teuer sein. „Das trifft einen auf eine Art und Weise wie eine Tsunamiwelle. Größere Marken mit eigenen Produktionsstätten konnten anders vorkalkulieren.“ Die Preissteigerung im vergangenen Jahr erklärt sich auch so. Bei Gauchere müssen sie rechnen: „Die Stoffpreise steigen enorm, und genau weiß man dabei dann auch nicht, wer wo welche Marge abgreift. Aber Tatsache ist: An die Designer wird es weitergegeben. Ich hingegen kann das nicht zu 100 Prozent an meine Kunden weiterreichen.“ Und auch das sagt sie dazu: „In dieser Hinsicht eine Balance zu finden, nach den zwei Corona-Jahren, das ist teilweise nicht lustig.“

Denn eigentlich ist Paris ja wieder da. Die Stadt ist wieder voll. Die Asiaten und Amerikaner sind zurück. Die PR-Maschine läuft, Staffel drei von „Emily in Paris“ verbreitet eine Heiterkeit, die noch mehr Touristen in die Stadt spült. Und auch die großen Modekonzerne beteiligen sich: „Auf der ganzen Welt schließen Kaufhäuser“, sagt Marie-Christine Statz. „In Paris werden gerade neue eröffnet oder renoviert.“ Namentlich Printemps und Samaritaine. Der Zauber von Paris, so kann man das interpretieren, gemessen an dem, was die Qatar Holding (Printemps) und LVMH (Samaritaine) dafür ausgeben, strahlt in die ganze Welt aus. Und indem LVMH-Chef Bernard Arnault in Paris investiert, stärkt er indirekt seine Marken, die längst den Geist Frankreichs verkörpern, ob in Singapur oder in Abu Dhabi. Paris, ein Fest des Lebens. Marie-Christine Statz macht hier das Beste daraus. ◀



RUG STAR
by Jürgen Dahlmanns

MZ No. 12 PastelMint
hand-knotted Persian weave
50% wool 50% silk

RUG STAR
Rosa-Luxemburg-Str. 27
10178 Berlin
+ 49 (0)30 30 87 54 47
sales@rugstar.com
www.rugstar.com

RUG STAR by Kröll & Nill
Zeuggasse 9
86150 Augsburg
+49 (0)821 455 06 30
teppiche@kroell-nill.de
www.rugstar-augsburg.de

RUG STAR by Sorg Carpet
Am Schillerplatz 4
71522 Backnang
+49 (0)7191 911 2226
kontakt@sorgcarpet.de
www.rugstar-stuttgart.de



Hemd von A Kind of Guise,
Top und Schuhe von GmbH,
Hose von Odeeh

T-Shirt und Choker
von Lutz Huelle

Berlin,



Baby!

Sie ist das beste deutsche Model, schon seit 15 Jahren dabei und weiter auf der Höhe der Zeit: Toni Garrn, mittlerweile Mutter, wünscht uns Glück mit Frühjahrsmode von deutschen Designern.

Styling Markus Ebner, Fotos Frederike Helwig



Jacke von Gauchere,
Pullover und Hose von William Fan

// In der Pandemie wurde ihr klar:
„Ich brauche ein Zuhause in Europa.“



Jetzt ist sie wieder da,
in London und in Berlin. //



T-Shirt von Richard Beil,
Hose von AZ Factory x Lutz Huelle,
Schuhe von Aeyde



Hemdjacke von MCM,
Hose von Jonathan Aurel Richter,
Handschuhe von AZ Factory x Lutz Huelle,
Schuhe von Jil Sander

// Sie musste immer schnell sein,
weil sie so wenig Zeit hatte.



Vielleicht hat sie das
auch geschützt vor schlimmen
Erlebnissen. //

Made

Treffen in einem Restaurant in Berlin, in das jetzt jeder geht. Um zwölf Uhr mittags sind das aber noch nicht viele. Sie sitzt schon im Halbdunkel der Bar, Norwegerpulli, Jeans, Blick aufs Handy. So könnte jede Dreißigjährige mit langen blonden Haaren aussehen. Aber es ist wirklich Toni Garrn, das wichtigste deutsche Model der Nach-Claudia-Schiffer-Generation, jetzt erstmals und endlich auch auf dem Titel des F.A.Z.-Magazins zu sehen.

Sie ist wieder da. Zu Beginn der Corona-Pandemie, da lebte sie noch in Manhattan, wurde Toni Garrn bewusst: „Ich brauche doch ein Zuhause in Europa.“ In kaum einer Stadt wirkte die Pandemie so niederschmetternd wie in New York. Schon im März 2020 gab es Tausende bestätigte Fälle, es wurden Not-Hospitäler eingerichtet, die Straßen waren wie leergefegt, die Stimmung war schrecklich. Am 1. Mai 2020 flog sie vom Kennedy-Flughafen aus nach Deutschland. „Seitdem war ich nicht mehr dort.“ Ihre New Yorker Wohnung hat sie vermietet.

Sie ist nicht allein zurückgekommen. Mit ihrem Mann Alex Pettyfer, mit dem sie seit vier Jahren zusammen ist, lebt sie nun in London und Berlin. Der 32 Jahre alte Brite war Model und arbeitet heute vor allem als Schauspieler und Produzent. Nach Jahren in Los Angeles wollte auch er gerne nach Europa zurück. Wobei Berlin für sie natürlich angenehmer ist, „ich fühle mich sowieso überall zu Hause“. Ihr Mann tut sich als echter Brite mit dem Deutschen schwer. Aber in den Lokalen in Berlin, die sich für wichtig halten, spricht ohnehin jeder Englisch. Als die Kellnerin im Restaurant die Miso-Suppe bringt, sagt Toni Garrn ganz automatisch: „Thank you very much!“

Toni, wie alle sie nennen, führt jetzt ein ganz anderes Leben als noch vor drei Jahren. Wie es so ist bei einer jungen Frau, die schnell redet, schnell denkt und schnell handelt, ging es nach der Rückkehr aus New York Schlag auf Schlag: Am 2. Oktober 2020 heiratete sie Alex Pettyfer in Hamburg, im Juli 2021 kam ihre Tochter Luca zur Welt, am 7. Juli 2022 feierte sie ihren 30. Geburtstag. Für Andere ist so ein runder Geburtstag ein Grund, sich zu verstecken. Sie zog es ganz groß auf. Zwei Wochen vor ihrem Geburtstag hatten sie ihre Hochzeit auf Paros nachgefeiert, daher blieben sie einfach in Griechenland. „Ich musste mal feiern“, sagt sie. „Das Runterkommen in der Pandemie und mit der Schwangerschaft war nicht so leicht für mich.“ Viele ihrer Freunde kamen, aus New York, aus Los Angeles, die meisten für mehrere Tage, sie gleich für vier Wochen.

Mann, Kind, 30 Jahre alt – für sie passt das. Die Tochter ist ihr natürlich nun am wichtigsten. „Seit ich fünf Jahre alt war, wollte ich Mutter sein“, erzählt Toni Garrn. „Ich hatte schon ganz früh Listen mit meinen Lieblingsnamen. Aber obwohl ich immer einen Jungen haben wollte, waren darauf nur Mädchennamen, weil ich sie viel schöner fand.“ Auch ihr Mann hatte eine Liste, und siehe da: Der Name Luca war bei beiden unter den Top Ten. Ein seltsamer Zufall, denn auch die Vornamen Toni und Alex sind geschlechtsneutral. „Wenn wir jetzt mehr Kinder bekommen“, sagt sie und lacht, „wäre es komisch, wenn wir nicht bei Unisex-Namen blieben.“

Erzwungene Passivität passt nicht zu dieser Frau. „Schwanger zu sein war nicht mein Ding. Sogar die Geburt fand ich besser, als neun Monate rumzuliegen wie ein Wal“, sagt Toni Garrn. „Es war zwar schon richtig während Corona. Aber es ist immer anstrengend, wenn man arbeitet. Die Schwangerschaft war jedenfalls nicht so leicht. Man fühlt sich die ganze Zeit ein bisschen krank, alles wird unerträglich. Bei der ersten Schwangerschaft ist man wohl auch zu ängstlich.“ Aus der Angst heraus gibt

man auf alles acht: „Ich habe zwar koffeinfreien Kaffee getrunken, aber bei Sushi war ich streng, bei Alkohol auch: kein einziges Glas in der Schwangerschaft! Und geraucht habe ich sowieso nicht. Da muss man sich nur mal diese Bilder auf den Schachteln anschauen, die sind ja so was von hardcore. Das geht alles nicht. Ein Kind nimmt das ja auf. Allein der Gedanke!“

Ihre Tochter, jetzt anderthalb Jahre alt, wächst in eine internationale Familie hinein. Schon bei Toni und ihrem um zwei Jahre älteren Bruder Niklas war das Hin und Her Alltag. Ihr Vater arbeitete bei Exxon Mobil und wurde oft versetzt. Als die kleine Antonia zwei Jahre alt war, zog die Familie nach London. Als sie sechs Jahre alt war, ging es nach Athen, die Kinder besuchten die internationale Schule. Als sie zehn Jahre alt war, zogen sie nach Hamburg zurück. Ihr Bruder hat später auch gemodelt. Aber mittlerweile arbeitet Niklas Garrn, der an der TU München Wirtschaftsingenieurwesen studiert hat und auch mal in New York lebte, bei einem Start-up in München.

EIN SOMMERMÄDCHEN

Toni Garrn ist schon mehr als die Hälfte ihres Lebens Model. Sie war 13 Jahre alt, als sie 2006 ihr Sommermärchen erlebte. Mit Freundinnen war sie während der Fußball-Weltmeisterschaft beim Fan-Fest an der Alster, zum Public Viewing. Modelagentin Claudia Midolo sah sie, sprach sie gleich an und drückte ihr die Visitenkarte ihrer Agentur Modelwerk in die Hand. Das Mädchen war überrascht: „Ich war zwar etwas größer, aber nie wahn-sinnig dünn. Ich war auch sehr kindlich und schüchtern und hatte nie was mit Jungs am Hut.“

Das alles sollte sich schnell ändern. Sie war gerade einmal 15 Jahre alt, als sie am 11. September 2007 die Calvin-Klein-Schau in New York eröffnete. „Das war der Durchbruch.“ Weil sie noch in Hamburg zur Schule ging, lief sie nur auf dieser einen Schau, exklusiv. Als sie danach zum Flughafen fuhr, rief ihr New Yorker Booker an und sagte, sie werde für die weltweite Calvin-Klein-Kampagne gebucht. Weil die Agenten ausflippeten, dachte sie: „Wow! Das muss was Tolles sein.“ War es dann auch.

Denn nun wollte sie jeder. Seit 2008 hatte sie in den Schauensaisons bis zu 60 Auftritte auf dem Laufsteg. Ihren 16. Geburtstag am 7. Juli 2008 verbrachte sie mit „Vogue“-Chefredakteurin Christiane Arp und Chanel-Chefdesigner Karl Lagerfeld auf Rügen. „da hing ich an den Kreidefelsen ab“. Mit dem Modemacher verstand sie sich sehr gut. „Du hast keine Chanel-Tasche?“, fragte er sie einmal. „Welche Farbe willst du denn?“ Sie bekam die 2.55 in Schwarz. „Das schönste Geschenk ever“, sagt sie. „Ein Klassiker, die kann ich immer tragen, wenn ich nach Paris muss.“

Hamburg verbindet: „Wir haben so schnell geredet! Ich komme aus Ohlstedt, er aus Blankenese. Für mich war das wirklich toll: Es war nicht so wie mit diesen coolen Fotografen. Er war immer höflich, immer entspannt.“ Und trotzdem ging alles ruck, zuck. „Komm, du wartest jetzt schon so lange“, sagte er im Studio bei einem Shooting mit Linda Evangelista. „Wir fangen jetzt an.“ Sie: „Aber Linda ist ja noch nicht da.“ Er: „Na, wenn die so spät kommt! Wir fangen jetzt an, dann ist sie halt nicht mit im Bild.“ War sie dann auch nicht. Bei einem Shooting war Stylistin Christiane Arp ziemlich überrascht: „Wie, ihr schießt schon? Du bist doch noch gar nicht richtig angezogen!“ – „Ja, er hat einfach schon angefangen.“

Schon damals ging bei ihr alles schnell. „Ich war immer eingeschränkt dadurch, dass ich auch noch Abi gemacht habe.“ Die Agenten hätten zu den Kunden gesagt: „So, sie hat nur eine Minute Zeit.“ Manchmal fuhr sie vom

Hamburger Flughafen direkt zum Gymnasium Ohlstedt. Das Abitur schaffte sie 2010, trotz allem, mit der Durchschnittsnote 2,8. Seitdem war sie nur noch Model. Und zwar so erfolgreich, dass sie für die wichtigsten Marken arbeitete, dass sie als „Engel“ für Victoria's Secret lief, dass sie lukrative Werbeverträge bekam und nun schon mehr als 4,3 Millionen Follower auf Instagram hat. „Dafür habe ich übrigens keine Formel“, sagt sie entwaffnend ehrlich. „Ich weiß nicht so recht, wie das kam.“

Natürlich profitiert sie davon. Followerzahlen sind die Währung für Auftritte und Werbeverträge. „In der Modelbranche hat sich alles durch Social Media geändert“, sagt sie. „Man kann sich selbst darstellen. Über persönliche Geschichten bekommt auch Social Media was Persönliches, Tiefes, Individuelles. Es ist heute weniger wichtig, wie Models aussehen, so wurde das Modeln neu definiert. Aber alles wird kritisiert, alles, alles, alles.“ Sie ignoriert das meiste, schon weil sie kaum damit durchkommt. Man erwartet von ihr, dass sie alles richtig macht, nur weil sie prominent ist. „Es ist einfach superleicht, Leute zu kritisieren, das ist schade. Ich versuche, nur das Positive zu sehen. Denn ohne Instagram wäre es für mich schwieriger, um Spenden für meine Stiftung zu bitten.“

Ihr schulisches Beiprogramm, die dauernde Eile und natürlich ihre frühen Erfolge haben sie damals souveräner gemacht in einem Job, in dem viele junge Frauen in Verzweiflung abrutschen. „Ich wusste immer: Ich will nie das Model sein, das sich stark verändern oder viel abnehmen muss, weil sie angewiesen ist auf die Jobs. Mir hat es geholfen, dass ich immer auch was Anderes gemacht habe – das würde ich jedem Model raten.“

EINDEUTIGE EINLADUNGEN

Vielleicht musste sie auch wegen ihres frühen Selbstbewusstseins nie Belästigung erleben. „Es gab sicher mal Kommentare, aber die habe ich nie an mich rankommen lassen.“ Fotografen schickten Nachrichten wie: „Come to my trailer after.“ Oder: „Let's get dinner tonight.“ Oder: „You can come by yourself to the test shooting.“ Da hat sie nie Ja gesagt. Und setzt man sich beim Essen nach einem Shooting an den Chef-Tisch? „Ich fand die Mädels immer cooler. Also habe ich mich zu zu ihnen gesetzt. Warum soll ich beim Chef sitzen?“ Ab und zu bekomme man von Agenten gesagt: „You got to play that game more.“ Aber darin war sie schlecht. „Ich habe vielleicht auch mal ein Oben-ohne-Bild gemacht, bei dem ich mich unwohl gefühlt habe. Aber danach habe ich mich angezogen und bin gegangen. Es hat sich öfter schon komisch angefühlt, es gab auch mal unangenehme Situationen. Aber ich habe dann eben auch gesagt: Ich würde mich lieber im Bad umziehen.“ Viele männliche Models, meint sie, hätten es noch schwerer. Jedenfalls fühlte sie sich als Jugendliche gut behütet: „Als ich 15 oder 16 war, hatte ich in der Bahn immer meinen Booker oder zumindest einen Praktikanten dabei, oder ich hatte einen Wagen. Die haben mich nicht einen Block alleine gehen lassen.“

Mit den Jahren wurden die Modeljobs eintöniger. „Draußen auf die Castings zu warten, obwohl mich doch jeder kannte, das langweilte irgendwann.“ Und einfach nur zu posieren, das ist ihr nach all den Jahren oft auch zu wenig. Etwas mehr Ausdruck könnte schon sein. Am liebsten würde sie den Leuten am Set oft zurufen: „Lass es uns doch ein bisschen spannender machen!“

Auch deshalb hat sie sich schon als Schauspielerin ausprobiert: „Mir war langweilig, ich kann nicht stillsitzen, ich war Single, ich hatte kein Kind, ich lebte in L.A., und der Model-Job lässt einem immer wieder Freiheiten. Also habe



in Germany

Von Alfons Kaiser



Komplettlook von Del Core

Fotos: Frederike Helwig
Styling: Markus Ebner
Model: Toni Garrn (Mint Artist Management)
Mode-Assistenz: Alex Rottenmanner
Styling-Assistenz: Mia Mödlhammer, Zora Brunath
Foto-Assistenz: Santiago Perez, Raul Suciu
Haare und Make-up: Patricia Heck (Nina Klein)
 Dank an Amy Gallagher (We Folk),
 Eva Würtenberger (Mint Artist Management),
 Jasper Gumz und Nowadays GmbH

ich Schauspielunterricht genommen. So ein Unterricht ist auch ein bisschen wie Therapie: Man schaut in sich hinein.“ Sie nahm Kurse, um den südafrikanischen Akzent im Englischen hinzubekommen, denn in einem Film über Oscar Pistorius spielte sie dessen Lebensgefährtin Reevea Steenkamp. Aber sie gibt sich keinen Illusionen hin: „Es gibt so viele gute Schauspieler, die keine andere Passion oder Option haben. Ich habe die ja in den Kursen kennengelernt.“ Eine Erkenntnis: „Die Schauspielerei mache ich nicht zu meiner Priorität.“

IN POLITISCHER MISSION

Außerdem hat sie nun wirklich genug zu tun. Denn mit ihrer ehrenamtlichen Arbeit, vor allem der Förderung von Mädchen in Afrika, ist es ihr ernst. Das hat einen einfachen Grund: „Im Nachhinein weiß ich, wie viel Souveränität, wie viel Selbstvertrauen daher kommt, dass man eine gewisse Bildung genossen hat.“ Kein Wunder, dass sie sich vor allem um Gleichberechtigung kümmert. „Models oder Sportler mit ein paar Millionen Followern sollten sich um

mehr kümmern als nur ihren Job“, sagt sie. Es gebe zwar oft Kritik, viele sagten dann: „They are just doing it for PR.“ Aber das ist ihr egal. „Wenn dann nur zehn Follower was spenden oder mehr recyceln oder sich für Naturschutz einsetzen, dann ist doch schon was gewonnen. Nicht jeder muss eine eigene Stiftung haben. Etwas zu posten reicht doch oft auch schon.“

Sie ist Botschafterin für die Hilfsorganisation Plan International, sie hat mehrere Patenkinder, und sie baut die Toni Garrn Foundation (TGF) auf, die seit 2016 eine eigenständige Stiftung ist. Oft ist sie nach Westafrika gereist, sie kennt die Schwierigkeiten der Mädchen und Frauen dort, und sie weiß inzwischen, wie sie helfen kann. „Wir kommen da nicht hin und sagen: ‚Wir bauen jetzt ein Gebäude.‘ Sondern wir fragen: ‚Was braucht ihr wirklich? Wir unterstützen nur das, was an positiven Ansätzen schon da ist.“ So kann es sein, dass es zwar eine Schule gibt mit Gebäuden, Lehrern und einem guten Direktor – dass aber die Mädchen nicht zur Schule kommen können wegen fehlender Busse oder mangelnder Unterkünfte.

Dann springen sie ein. Langjährige Partner hat sie in Uganda, Ghana und Burundi. In Äthiopien evaluieren sie gerade mögliche Projekte. Rückschläge gibt es genug: In Uganda sind gerade wieder Fälle von Ebola aufgetreten, und die Schulen waren teils geschlossen.

Wichtig sind ihr vor allem Mädchen und Frauen. „Wenn sie selbst entscheiden können, wie viele Kinder sie bekommen wollen, sind wichtige erste Schritte getan.“ Bildung sei der Schlüssel: „Man sagt: Jedes Jahr, das ein Mädchen länger in die Schule geht, hat sie danach zehn Prozent mehr Einkommen.“ Frauen seien offener, etwas für die Gemeinschaft zu tun. „Wenn man in eine Frau investiert, investiert man automatisch in ihre Familie.“

Toni Garrn ist in einer geradezu politischen Mission unterwegs. „Fluchtursachen kann man am besten durch Bildung und Ausbildung bekämpfen.“ Sie erzählt von zwei Mädchen, die jetzt studieren und davon träumen, in ihrem Heimatdorf als Lehrerinnen zu arbeiten. Als ihre Stiftung sie mit Stipendien zu fördern begann, waren die beiden ungefähr so alt wie sie, als sie ihre Karriere anfang.

Die Labels

Wer steckt hinter **GMBH**? Das Label wurde in Berlin von Designer Serhat İşik und Fotograf Benjamin Alexander Huseby gegründet. Einflüsse aus der Techno-Szene und der Workwear sind zu erkennen. Nun geben die beiden Designer auch bei Trussardi in Mailand den Ton an.

Otto Drögsler und Jörg Ehrlich stehen mit ihrem Label **ODEEH** seit 2008 für eine selten gewordene Schneidertradition. In ihrem Atelieranwesen in Giebelstadt bei Würzburg geht es um Silhouetten, eine große Bandbreite an Materialien und tolle Drucke in wilden Farben.

RICHERT BEIL wurde 2014 von Jale Richert und Michele Beil in Berlin gegründet. Die Designer wollen die Mechanismen der Mode hinterfragen – und ordnen sich keiner Größe und keinem Geschlecht unter. Richert Beil soll einfach für alle sein.

Designerin Marie-Christine Statz will mit ihrem Label **GAUCHERE** Individualität mit Kleidung untermalen, unter anderem mit der Kunst für Taillierung und der Wertschätzung von Materialien. (Mehr dazu auf Seite 38)

Seit den Achtzigerjahren steht das Werk von Heidemarie Jiline Sander mit der Marke **JIL SANDER** für beste Stoffe

in klaren Linien. Auch das Designer-Ehepaar Lucie und Luke Meier bleibt diesen Codes treu – und macht die Marke ein wenig emotionaler.

Er ist noch Student. **JONATHAN AUREL** absolvierte nach der Schule ein Praktikum im Einzelhandel bei Jil Sander, da entschied er sich endgültig für die Mode. Im Jahr 2020 begann er sein Studium an der UdK Berlin. Besonders gut beherrscht er Schnittmuster für Hosen.

DANIEL DEL CORE ist Deutscher mit italienischen Wurzeln. Zuletzt war er bei Gucci Leiter des Red Carpet Dressing. Seit 2020 führt er sein eigenes kleines Label in Mailand. Er macht Kleider wie Naturgewalten, mit Volants, die an lange Fangarme erinnern, und Ärmeln, die wie Äste bis zum Boden reichen, oder er lässt Leder Falten werfen.

Luisa Dames gründete **AEYDE** 2015, um modernes Design und langlebige Qualität zu vereinen. Die Schuh- und Accessoire-Marke sitzt in Berlin, produziert in Italien und verkauft auch im Bon Marché in Paris.

Der wichtigste deutsche Designer in Paris nach dem Tod von Karl Lagerfeld: **LUTZ HUELLE**. Für AZ Factory

darf er seine Ladylike-Coolness in die von Alber Elbaz gegründete Marke bringen.

STEPHAN SCHNEIDER wurde in Duisburg geboren und gründete sein eigenes Modelabel 1994 in Antwerpen. Klare und ernste Mode mit subtil gesetzten Details.

Dirk Schönberger und **MCM** haben Berlin international gemacht. Neben Lederwaren gibt es bei MCM nämlich nun auch klar designte Kleidungsstücke.

Michaela Sachenbacher und Errolson Hugh haben vor 20 Jahren in München eine Designagentur gegründet. Nebenher machten sie ihre technisch raffinierte und sportaffine Kollektion **ACRONYM** zum Erfolg – unter anderem in Kooperationen mit Nike und Sacai.

A KIND OF GUISE begann als kleines Projekt, zeitlose Mode zu kreieren. Die Marke von Yasar Ceviker und Susie Streich beliefert aus München gute Läden in aller Welt.

Mittlerweile verbringt er die meiste Zeit in Kalifornien. **BERNHARD WILLHELM** aus Ulm ist einer der talentiertesten deutschen Modedesigner – er entwirft eine kleine Kollektion für den japanischen Raum. *Markus Ebner*

RANGE ROVER SPORT × INNOVATION

IN DER TRADITION VON MORGEN.



»KOMPROMISSLOS« – EINE SERIE

Der Range Rover Sport vereint, was gegensätzlich scheint: Er bringt das Beste aus den Welten von SUV und Sportwagen zusammen. Dahinter stecken zeitlose Ingenieurskunst, eine einzigartige Vision und Traditionsreichtum, der sich im Zeitgeist neu entfaltet. Teil 1 unserer Serie: das kompromisslos innovative Fahrerlebnis von morgen.

„Für die Entwicklung dieses Autos haben wir technologische Pionierarbeit geleistet.“

Wie erfindet man ein Auto neu und wahrt gleichzeitig die Tradition, die den Erfolg der Gegenwart gebnet hat? Gelingen kann das mit Ingenieurskunst und Technologien, die in Sachen Innovation ihrer Zeit voraus sind. Ein Interview mit Erol Mustafa, dem Entwickler der jüngsten Generation des Range Rover Sport.

Innovation bedeutet, etwas wirklich zum ersten Mal zu tun“, sagt Erol Mustafa. Er weiß, wovon er spricht. Denn als Mastermind hinter dem neuen Range Rover Sport hat der Chief Engineer ein Auto entwickelt, das mit seinem Fahrerlebnis neue Maßstäbe für den Markt setzen dürfte. Im Mittelpunkt der jüngsten Generation steht das Fahren ohne Kompromisse: Der Neue schafft es nämlich, den Komfort eines SUVs der Luxusklasse mit der Leistung eines Sportwagens zu vereinen. Und fährt damit seiner Zeit voraus. Dass diese Vision sich erfüllen ließ, ist dem fein ausgeklügelten Zusammenspiel technologischer Innovationen zu verdanken. Mit ihnen hat der Ingenieur Erol Mustafa sich und seinem Team ein Denkmal in der Modellfamilie gesetzt: Eine eigens entwickelte Fahrzeugarchitektur, die das digitale Rückgrat für das Fahren von morgen bietet, wird ergänzt durch Features wie serienmäßige Allradlenkung, erweiterte Reichweite des Plug-in Hybrid und eine Dynamik, mit der Fahrerinnen und Fahrer wirklich jeder Herausforderung trotzen können. Es lässt sich also getrost sagen, dass der neue Range Rover Sport der technisch fortschrittlichste und dabei leistungsfähigste Vertreter seiner Baureihe ist. Diese gibt es nun schon seit fast 20 Jahren, und in jeder Generation steckte Tradition und Innovation gleichermaßen – was eigentlich nicht machbar schien, setzte immer wieder neue Branchenstandards. „Historisch innovativ“, nennt es der Chief Engineer. „Mit unserer Arbeit verbessern wir das Leben von Menschen. Das ist der Grund, warum wir Ingenieure tun, was wir tun.“ Im Interview spricht Erol Mustafa mit uns über den Entstehungsprozess des neuen Modells, über Hürden, die es dabei zu überwinden galt – und auf welche innovativen Features wir uns freuen können.

Wie ist es Ihnen gelungen, Sportwagen und SUV in einem Auto zu kombinieren?

Wir wollten Menschen ein Fahrerlebnis ohne Kompromisse ermöglichen, das war unsere kühne Vision. Und sie ist gelungen, denn der neue Range Rover Sport verbindet die SUV-Elemente von Range Rover und die eines Sportwagens, um auf jedem Untergrund mit höchster Gelassenheit und Kontrolle zu fahren. Die Entwicklung war ein komplexer und vor allem ein großartiger Prozess, für den wir jede Menge Innovation möglich machen mussten. Viele Fahrwerkstechnologien haben wir eigens für dieses Modell entwickelt.

Würden Sie sagen, dass dabei ein bisher einzigartiges Auto entstanden ist?

Das ist ganz sicher so. Schließlich kombiniert es den Luxus und die Raffinesse von Range Rover mit der agilen Fahrdynamik eines kleineren Fahrzeugs. Wir bringen mit dieser Generation unseren Anspruch also auf ein ganz neues Niveau. Dafür sorgt die Breite an dynamischer Leistungsfähigkeit. Sie liefert unter allen Bedingungen und auf allen Oberflächen eine überlegene Leistung. Die Innovation liegt darin, wie wir diese ausgeklügelten Technologien so konstruiert haben, dass sie harmonisch zusammenarbeiten. Daraus ist das einmalige Gesamterlebnis entstanden.

Wie können wir uns den Entwicklungsprozess hinter der Innovation vorstellen?

Zuerst definieren wir in der Konzeptphase die wichtigsten Attribute, dann beginnt die Entwicklung eines Fahrzeugs, das die innovativen Eigenschaften auch erfüllen kann. Weil wir unsere Kunden sehr gut kennen, starten wir mit denjenigen Aspekten des alten Modells, die wir verbessern möchten. Dafür müssen die am besten geeigneten Technologien ausgewählt werden. Unser Testprogramm beginnt in der virtuellen Welt, und in diesem Umfeld wurde der neue Range Rover Sport gründlicher und nachhaltiger entwickelt als jedes andere Modell zuvor. Der Schwerpunkt lag auf der Dynamik und der außerordentlichen

Leistung. Da wäre etwa die erstmals verwendete dynamische Luftfederung.

Was hat es damit auf sich?

Diese Technologie ist einzigartig, denn sie nutzt schaltbare Volumenluftfedern, durch die wir Range-Rover-Komfort mit einem unterhaltensamen Fahrerlebnis der Spitzenklasse verbinden können. Das ist nur ein Beispiel, aber es zeigt, was wir erreichen wollten. Menschen kaufen dieses Auto wegen des Fahrerlebnisses. Daher haben wir alle Fahrwerkssysteme so aufeinander abgestimmt, dass sie harmonisch zusammenarbeiten und das Ansprechverhalten, die Leistung und die höchste Präzision bieten. Das neueste Modell verfügt über die raffinierteste Kombination von Technologien zu Fahrwerkssteuerung, die wir je entwickelt haben.



Warum sollten Fahrerinnen und Fahrer Kompromisse eingehen? Der neue Range Rover Sport kombiniert, was lange nicht machbar schien. Elemente von SUV und Sportwagen sind nun nicht länger voneinander getrennte Optionen. Stattdessen gibt's ein mühelos luxuriöses Fahrerlebnis, das sich der Stimmung, der Route und dem Untergrund anpasst.



„Dieses Auto ist vollgepackt mit fortschrittlichen Funktionen und Technologien“: Die Basis für das Dynamikpaket liegt in der neuartigen Längsarchitektur MLA-Flex, die das Fahren komfortabler, sicherer und auf Wunsch auch abwechslungsreicher denn je macht. Die elektrische Fahrzeugarchitektur EVA hingegen ist eine Art digitaler Spielwiese für jede Menge Features von morgen.





Die ganze Welt der Innovation des neuen Range Rover Sport: Erleben Sie das Auto, seine wegweisende Technologie und seinen Entwickler Erol Mustafa in Action.

„Echter Luxus ist kompromisslos: SUV und Sportwagen in einem – das ist unser Beitrag zur Innovation auf der Höhe der Zeit.“

Auf welche Schlüsselsysteme können wir uns noch freuen?

Dieses Auto ist vollgepackt mit den fortschrittlichsten Funktionen und Technologien, basierend auf der elektrischen Fahrzeugarchitektur EVA 2.0. Sie bildet eine Art digitales Rückgrat für unzählige Funktionen. Auch die Einführung der Allradlenkung ist eine enorme Entwicklung. Sie verbessert die Stabilität bei hoher Geschwindigkeit und macht den Wagen zudem in der Stadt superagil und wendig. Ebenso interessant ist unser neuer Sechszylinder-Plug-in-Hybrid-Antriebsstrang mit erweiterter Reichweite. Denn dadurch können Sie das Auto auf 75 Prozent Ihrer Fahrten als reines Elektrofahrzeug fahren, und das bei echter Range-Rover-Sport-Leistung mit bis zu 510 PS und einer realistischen rein elektrischen Reichweite von bis zu 88 Kilometern. Das System verwendet außerdem eHorizon-Navigationsdaten, um die vorausliegende Straße zu lesen und die Federung für bevorstehende Kurven vorzubereiten. Am Steuer wird so ein neues Maß an Kurvenruhe und Körperbeherrschung möglich.

Haben Sie ein persönliches Lieblingsfeature?

Besonders stolz bin ich auf das sogenannte Dynamic Response Pro, das über ein aktives Rollkontrollsystem bei der Wankkontrolle hilft und bis zu 1.400 Nm Drehmoment auf jede Achse aufbringen kann: eine Premiere für Land Rover und eine weitere Innovation aus unserem Hause. Ich liebe aber genauso die kleinen Details, etwa den Stauraum unter der Konsole und den Kofferraumbodenteiler. Das sind einfach praktische Elemente, die einen echten Unterschied machen, wenn man das Auto täglich fährt. Insgesamt ist der neue Range Rover Sport ein wahnsinnig versierter Allrounder, mit dem Sie Ihr Fahrerlebnis Ihrer Stimmung und der bevorstehenden Route anpassen können. Für mich geht es um das Vertrauen, das das Fahrzeug bietet, egal unter welchen Bedingungen – Vertrauen ist das Wichtigste. Und dieses Auto gibt mir jedes Mal, wenn ich es fahre, dieses Gefühl.

Also ein Luxusauto auf der Höhe der Zeit?

Absolut, denn echter Luxus ist mehr denn je gleichbedeutend mit Mühelosigkeit. Alles sollte einfach, intuitiv und attraktiv ausgeführt sein, damit Sie sich beim Fahren entspannen können. Dieses Gefühl von müheloser Einfachheit in etwas so



RANGE ROVER SPORT × INNOVATION



Anspruchsvollem wie einem Fahrzeug zu erschaffen, ist eine enorme Herausforderung. Unser neuer Range Rover Sport macht Fahren zu etwas Besonderem. Dahinter steckt große Ingenieurskunst: Das wissen unsere Kunden auch, es ist ein Grund für die Faszination, die das Auto auf Menschen ausübt. Ich kann das bestätigen, schließlich bin ich selbst einer dieser Menschen. Und es ist kein Zufall, dass ich für Range Rover arbeite.

Wieso haben Sie sich entschieden, Ihr Können in dieses Auto zu investieren?

Weil kein anderes Fahrzeug seinen Fahrerinnen und Fahrern dieses Maß an Luxus und Leistungsfähigkeit bietet wie ein Range Rover. Als Ingenieur ist es mein Ziel, diese Eigenschaften immer wieder auf die nächste Stufe der Innovation zu heben. Also immer wieder die Grenzen des Möglichen zu verschieben.

Eine Tradition, die das neue Modell auch besonders zukunftsfähig macht?

Innerhalb der vergangenen fast 20 Jahre hat der Range Rover Sport seinen eigenen Charakter entwickelt, der ihn weit über die Gegenwart hinaus einzigartig macht. Wenn Sie also einen luxuriösen, dynamischen – und kompromisslos sportlichen – SUV fahren möchten, an dem Sie jeden Tag viel Freude haben, ist Range Rover der Maßstab. Bis heute wurden weltweit mehr als eine Million Exemplare verkauft, und der neue Range Rover Sport ist der bisher beste. Dafür haben wir auf jedem Level einfach alles gegeben. Und es geht noch weiter – denn nächstes Jahr wird er auch als vollelektrisches Modell erhältlich sein.

Können Sie sich noch an Ihre eigene erste Fahrt in einem Range Rover erinnern?

Na klar, ich weiß noch genau, wie ich mich damals verliebt habe. Das ist schon recht lange her: Damals haben wir mit einer Gruppe Freunde einen Range Rover für einen Snowboardausflug gemietet. In ihm sind wir dann von Großbritannien in die Schweizer Alpen gefahren – mit viel Komfort und hohem Tempo auf den Autobahnen. Als wir ankamen, gab es für die meisten Autos wegen der Schneeverhältnisse kein Durchkommen. Wir hingegen fuhren mit dem Range Rover einfach um die anderen herum. So ging das eine ganze Woche, bis uns das Auto ohne viel Aufhebens wieder nach Hause brachte. Von da an war es um mich geschehen.

RANGE ROVER SPORT IN ZAHLEN

- Range Rover Sport Autobiography P510e AWD PHEV
- Ingenium 3.0 Liter 6-Zylinder Twinturbo-Benziner Plug-in-Hybrid
- Leistung: 375 kW (510 PS)
- Elektrische Reichweite im Alltag: 88 km
- Höchstgeschwindigkeit: 242 km/h
- Beschleunigung 0–100 km/h: 5,4 Sek.
- Kombiniertes Verbrauch nach WLTP: 0,9 l/100 km
- Kombinierte CO₂-Emissionen nach WLTP: 19 g/km
- Ab 138.500 Euro

0,9 l/100 km | 19 g/km | 29,7 kWh/100km (Kraftstoffverbrauch/CO₂-Emissionen/ Stromverbrauch, jeweils kombiniert). Range Rover Sport Autobiography P510e mit 375 kW (510 PS), AWD Automatik (PHEV)

V. i. S. d. P.:
Vanessa Olk, Jaguar Land Rover Deutschland GmbH, Campus Kronberg 7
61476 Kronberg im Taunus



DER SCHMIED,
DER UNS LIEST

Victor Clopotar liest einen Artikel über sich in unserem Magazin. Eine scheinbar banale Bildbeschreibung, die gleich in mehrfacher Hinsicht überhaupt nicht banal ist. Zum einen ist das Magazin an seinem Wohnort nicht mal eben so erhältlich – Clopotar lebt im Dorf Brateiu in Siebenbürgen. Zum anderen kommt es nicht oft vor, dass ein Kupferschmied aus dem Volk der Roma zum Protagonisten eines dreiseitigen Artikels im Magazin einer großen deutschen Tageszeitung wird. Und nicht zuletzt das Lesen an sich: Victor Clopotars Eltern waren Analphabeten, er musste die Schule nach kurzer Zeit wieder verlassen, um zu arbeiten. Lesen und Schreiben brachte er sich selbst bei. Das Schmieden wiederum lehrte ihn sein Vater, den er mit seinem Ehrgeiz und seinem Talent aber bald überflügelte. Mit Unterstützung der österreichischen Initiative co/rizom verkauft Victor Clopotar seine kunstvollen Gefäße aus Kupfer- und Silberblech nun auf internationalen Ausstellungen und Designmessen. Und nicht mehr am Straßenrand in Brateiu, wie die anderen Schmiede aus dem Dorf.

Klaus Lemke: sehr guter Typ. Aber ein Jammer, dass er sein Hammer-Interview nicht freigeben wollte. Selbst Harald Schmidt fragte, ob wir es ihm unter der Hand zuspähen könnten. Machen wir natürlich nicht, aus Prinzip. Wogegen Lemke sicher nichts einzuwenden hätte, wenn wir eine seiner letzten SMS an unseren Autor Timo Frasch zitieren, gesendet, nachdem er ihn in Schwabing zufällig auf der Straße gesehen hatte, samt Fraschs Frau, die es ihm angetan hatte, und den Kindern:

„<remembering unser treffen auf der leo> Ich versuche mit meinen filmen: frauen zu geben – was sie mir zu geben versprechen. Dieses versprechen auf Glück. Dieses heidnische entflammtsein. Paar sekunden raus aus der digitalen narkose. Kizz. K“

Making-of

In den zehn Jahren seit Gründung dieses Magazins ist vieles toll gelaufen – und manches schiefgegangen. Hier erinnern wir uns an die besten und bizarrsten Geschichten hinter den Geschichten.



LARISSA UND DER GELIEHENE HUND

Es war das erste Mal, dass der verantwortliche Redakteur dieses Magazins als Stylist tätig wurde – und es war das letzte Mal. Und das kam so: Der Fotograf Tommy Ton war für den 10. Juli 2014 in Paris gebucht, das Model **Larissa Hofmann** auch. Aber gleich nach der Couture-Woche sind Stylisten gut beschäftigt. Und wer sollte nun die richtigen Kleider besorgen und die passenden Looks zusammenstellen? Alfons Kaiser musste ran. Nicht dass er sich das nicht zugetraut hätte – aber vielleicht war genau das ein Teil des Problems. Denn als Tommy schließlich zwei Looks an der Rue de Rennes fotografiert hatte und sich Larissa im Hôtel Le Saint-Grégoire wieder umzog, bemerkte das Team: Wir haben ja gar keine Schuhe mehr! Na gut, Larissa trug an diesem Tag privat Stan-Smith-Sneaker von Adidas, die passten für den dritten Look. Aber für das vierte Bild? Nichts! Beziehungsweise: rien! Also fragte der Stylist den nächsten Franzosen, der mit einem nicht zu kleinen Hund vorbeikam: „Pardon! Je peux avoir votre chien?“ Und ja, gegen 20 Euro lieh der Mann wirklich seinen Hund für eine Viertelstunde aus. Also nahm Larissa, die nun eine schöne Kombination aus Mantel und Hose von Ami sowie eine Alexandre-Vauthier-Bluse trug, den gelockten Hund an der Leine. Als er genau vor ihren Füßen stand, drückte Tommy Ton auf den Auslöser. Und jetzt mal ehrlich: Wer vermisst auf diesem tollen Bild die Schuhe?

Foto: Tommy Ton, Daniel Piller, privat

ENTSCULDIGE BITTE, LIEBER ELYAS M'BAREK!

Nach zehn Jahren ist es auch einmal an der Zeit, Entschuldigung zu sagen, oder zumindest Sorry. Zum Beispiel bei **Elyas M'Barek**. Der Schauspieler empfing unseren Redakteur Timo Frasch 2014 während der Berlinale im Berliner Soho House zum Interview. Tolles Hotel, keine Frage, tolle Bars, nur sollte man dort keine Interviews führen, wenn permanent seine Kollegen vorbeikommen, um ihm auf die Schulter zu klopfen. Hätte der Interviewer wissen müssen. Sein Fehler. Auch sein Fehler: ziemlich komische Fragen gestellt zu haben. „Sie können wählen: 2500 Euro in bar oder Alkohol im Wert von 5000 Euro – was nehmen Sie?“ Oder: „Schauspielkollegen wie Sascha Hehn haben sich zeitweilig im Softporno-Business versucht. Wäre das auch was für Sie?“ Kein Wunder, dass M'Barek zu schwitzen begann und irgendwann sagte: „Das Thema sagt mir überhaupt nichts, tut mir leid.“ Dass wir trotzdem im Guten auseinandergingen, ist sein Verdienst. Alles Gute nachträglich zur Heirat!

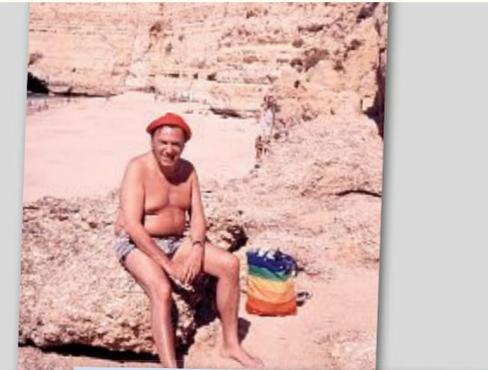


DER U-BAHN-KOMMANDANT KAM BEI DEN LESERN UNTERIRDISCH AN

Der bizarrste Fehler in den zehn Jahren geschah auf der Inhaltsseite im August-Heft 2019: „Rudolf Arendt war U-Bahn-Kommandant im Krieg.“ Die Leser trauten ihren Augen nicht: „Der arme Herr Arendt“, schrieb uns Marianne M. gleich am Erscheinungstag. Denn der Sechsunneunzigjährige war natürlich U-Boot-Kommandant gewesen. Redakteur Reiner Burger hatte den ehemaligen Marineoffizier (der dann 2021 im Alter von 98 Jahren starb) in seinem Artikel nicht unter die Erde verlegt, das war der verantwortliche Redakteur auf der Inhaltsseite. „Können Sie mir bitte auf die Sprünge helfen und mir mitteilen, wo und wie die U-Bahn im Krieg eingesetzt wurde?“, fragte sich – und uns – Leser Manfred K. aus Rodenbach. Dr. Peter G. aus Darmstadt lobte uns, das Magazin fördere mit sorgfältig recherchierten Hintergrundberichten immer wieder neue Einblicke und auch manchmal überraschende Erkenntnisse zutage. Vollkommen unerwartet sei es allerdings gewesen, „von einer neuen Geheimwaffe der Wehrmacht im Dritten Reich zu erfahren“. Dass zu den Wunderwaffen auch die U-Bahn gehöre, sei sensationell. Dieter E. sinnierte in Bezug auf den desolaten Zustand der Bundeswehr: „Ob die Verteidigungsministerin Verwendung hätte?“ Oder hatten wir sogar die Verkehrswende vorausgesehen? Denn Michael R. aus Frankfurt schrieb, nach Rücksprache mit der Frankfurter Verkehrsgesellschaft könne Rudolf Arendt auf U-Bahn-Linien das Kommando übernehmen. Womöglich hat aber auch nur Rudolf Sch. recht, wenn er schreibt: „Vielleicht sollten Sie einfach genauer hinschauen, bevor Sie das Magazin in den Druck geben.“ Trost erreichte uns immerhin von Rainer M.: Der Fehler sei dumm, „dafür ist das Journal Spitze“.

WIE WIR HEINZ SCHENK FÜR UNS ENTDECKTEN

Volontäre sind Überraschungen gewohnt, aber diese war dann doch sehr groß. Ob sie nicht zur Nachlassversteigerung von **Heinz Schenk** fahren könne, wurde die Volontärin im August 2016 gefragt. Ihre Rückfrage: „Wer ist Heinz Schenk?“ Sie kannte also nicht einmal diese Legende der Wirtshauskultur, den Gastgeber des „Blauen Bocks“, den Helden hessischer Lebensart, den Retter des Ebbelweil! Nachdem wir das geschluckt hatten, schickten wir sie trotzdem hin. Schließlich hatte er schon 1987 mit dem „Blauen Bock“ aufgehört, da war sie nicht einmal geboren, das mussten wir verzeihen. Also fuhr sie an einem Sommersamstag, zwei Jahre nach seinem Tod, zur Auktion im ehemaligen Haus Schenks im Wiesbadener Stadtteil Naurod. Der Showmaster hatte verfügt, dass der Erlös zur Gründung einer Stiftung verwendet wird, die Nachwuchskünstler fördern soll. Das Wohnhaus wurde schon für rund eine Million Euro veräußert. Und nun 950 Einzelpositionen! Für bis zu 100 Euro durfte die Volontärin mitbieten. Am Ende bekam sie für nur 55 Euro Heinz Schenks Diasammlung und Super-8-Filme – sie füllten den gesamten Kofferraum und die Rückbank. Die Dias zeigten, dass Heinz Schenk auf den unendlich vielen Reisen mit seiner Frau nach Tansania, Thailand, Nepal und so weiter unendlich viele Strände, Elefanten und Affen fotografiert hatte. So viele, dass ein Heinz-Schenk-Dia-Abend in der Redaktion nicht reichte; also veranstalteten wir einen zweiten. Als wir einige der Dias im Magazin veröffentlicht hatten, brachten wir Heinz Schenk an seine alte Wirkungsstätte zurück: Im Sommer 2017 überreichten wir sämtliche Kisten dem Hessischen Rundfunk, der geistigen Heimat des Fernsehunterhalters. Dort kümmert man sich gut um ihn. Die Volontärin nahm das alles übrigens so wie Heinz Schenk: mit Humor.



DER FRAGEBOGEN BRAUCHT EINFACH NUR ANTWORTEN

Die Fragen des Fragebogens ändern sich nie. Für die Redakteure ist das eine entspannte Ausgangslage, sie müssen sich nichts Neues einfallen lassen. Und für den Interviewpartner ist es bequem, er kann sich gut vorbereiten. Einige tun es nicht und sind umso überraschter, wenn sie die erste Frage hören: „Was essen Sie zum Frühstück?“ Model **Amber Valletta** entgegnete 2021: „Können wir nicht mit einer anderen Frage beginnen?“ Schauspielerin **Elle Fanning** schien hingegen 2018 fast erleichtert, als sie die Frage beantwortete durfte, wo sie am liebsten einkaufe. Dagegen rief der britische Fotograf **David Bailey** 2015 verächtlich: „Shopping?“ Die Stimmung war da schon frostig, auch auf die Frage nach dem Frühstück wollte Bailey schon keine Antwort geben, obwohl er doch sicher auch manchmal frühstückt. Beim Shopping war nun endgültig Schluss: „Hebt es Ihre Stimmung, wenn Sie einkaufen?“ Seine Antwort: „Suchen Sie sich einen anderen Arbeitgeber als einen mit so dummen Fragen!“ Da war sogar **Rüdiger Nehberg** gnädiger, der Abenteurer, der 2015 auch schon 80 Jahre alt war: „Wer hat sich diese Fragen ausgedacht?“, fragte er zurück. „Wahrscheinlich eine Frau!“ (Natürlich waren auch Männer dabei.) So können wir das hier nicht stehenlassen. Und enden lieber mit dem stets gut gelaunten **Tommy Hilfiger**. Er rief aus: „I love those questions!“ So do we!

Ob es an uns lag? In der Oktober-Nummer des Jahres 2021 erschien Hannes Hintermeiers Abgesang auf das Mode- und Textilhaus Heilingbrunner in Cham. Eine Kleiderburg in drei verschachtelten Häusern mit Beständen aus Jahrzehnten. Die Inhaber, Annemarie und Günter Salzberger, beide nicht mehr ganz jung, sahen sich in den Corona-Monaten nicht mehr in der Lage, ihr Geschäft weiterzuführen. Drei Kinder, aber keine Nachfolger. Also die Entscheidung: „Wir schließen.“ Gut ein Jahr später ist alles so wie immer. **Der Schließungs-Plan ist Geschichte.** Kein Räumungsverkauf, keine Geschäftsaufgabe, kein Hausverkauf, sie machen einfach weiter. Wer von der Rente mit 67 oder noch später halluziniert, der sollte sich in der Oberpfalz beraten lassen: Am Marktplatz 5 wird geholfen.





Ist sie das? Ja, das ist sie, links und rechts: Larissa Hofmann, die einiges mit uns durchzumachen hatte (siehe Seite 58). Statt Fotografen engagierten wir 2013 auf dem Montmartre Touristenmaler. Für 15 Euro fertige Eric Rustamovic einen Scherenschnitt an, Karikaturist Janbrun zeichnete sie in Louis Vuitton mit Eiffelturm. Wie, man erkennt sie nicht? Warum sollte man? Ist ja Kunst.



EINE FOTOREISE NACH LONDON, DIE NACH NEW YORK GEHEN SOLLTE

Sein Telefon vibrierte. Auf dem Display sah er „Ben Kuhlmann“. Das versprach ein nettes Telefonat und wahrscheinlich Arbeit. In einem Proberaum der Toten Hosen hatte **Daniel Pilar** schließlich von einem Plakat gelernt: „Arbeit ist der wärmste Mantel“. Kuhlmann, Bildredakteur des Magazins, fragte: „Kannst du nach London fliegen?“ – „Ja klar, gerne, worum geht's?“ – „Porträt einer deutschen Architektin, Annabelle Selldorf, die den Umbau der Nationalgalerie verantwortet.“ – „Klar, mache ich.“ – „Weißt ja: Reisekosten möglichst niedrig halten.“ – „Aber ich gehe in kein Hotelzimmer mehr ohne Fenster.“ – „Ok!“ Pilar fand ein Zimmer mit Fenster, buchte den Flug, ohne Rücktrittsversicherung, um die Kosten gering zu halten. Wenige Minuten später wieder ein Anruf: „Missverständnis der Redaktion! Sie ist gar nicht in London, sondern in New York, da hat sie ihren Sitz.“ Was tun mit der gebuchten Reise? Natürlich antreten. Nationalgalerie fotografieren, Feature-Bilder produzieren, die man im Zusammenhang mit Texten zu London verwenden könnte. Man lässt sich treiben, beobachtet, sucht und sammelt. Pilar nennt das „Café-Tournee“, weil Cafés oft gute Anlaufpunkte sind. Also auf nach London! Es regnete, aber immerhin senkrecht, nicht seitlich, gutes englisches Wetter. Das Zimmer seines Hotels in Covent Garden war im Keller, das Bett füllte den Raum fast ganz aus, und wenn man schräg durch Scheibe und Schacht hinaufblickte, konnte man ahnen, dass es dort oben ein Draußen gab. Also raus zur „Café-Tournee“, nach Canary Wharf, in die City, etc. Am Ende des Tages schaute Pilar im Internet nach Konzerten und schreckte trotz müder Beine auf: GoGo Penguin, das wunderbare britische Fusion-Trio, das er schon einmal in Hamburg gesehen hatte, spielte im Barbican Centre. Also wieder los, in die Tube, zum Ticketschalter – geschlossen. Aber jetzt diskutierte sich Pilar bis zu dem sympathischen Manager durch, der ihn verständnisvoll grinsend in den Saal eskortierte. Jackpot! Alleine dieses Musikerlebnis war die Reise wert. Und natürlich die Features – die wir hier und heute zum ersten Mal veröffentlichen.



DIESER TEXT WURDE ZUM SELBSTLÄUFER

Sein erster Text für das Magazin hat, das kann unser Redakteur Bernd Steinle sagen, ohne rot zu werden, einige Leser bewegt. Nicht so sehr wegen der Qualität – sondern wegen des Themas. Es ging um einen neuen Laufschuh des Schweizer Herstellers On. Die Sache kam ins Laufen, weil in dem Text, auf eigenen Testeindrücken fußend, Form und Funktion des Schuhs positiv bewertet wurden. Woraufhin der Autor Post von einer Reihe von Lesern bekam, die ihm sarkastisch zu seinen neuen Laufschuhen gratulierten, die er ja wohl für den Gefälligkeits-Text von dem Schuhhersteller bekommen habe, herzlichen Glückwunsch auch. Steinle hatte die in Rede stehenden Schuhe aber nach beendetem Testlauf zurückgeschickt – woraufhin ihm dann wiederum der Hersteller schrieb, um ihm mitzuteilen, dass er ihm die Laufschuhe seinerseits gerne zurückschicken würde, damit er sich, als Langzeit-tester sozusagen, auch künftig die Sorgen von der Seele laufen könne. Steinle sagte dankend ab, antwortete den Lesern – und hat sich seither, was Laufschuhe angeht, eher ans Laufen als ans Schreiben gehalten.

HIPSTERVIERTEL IN JAPAN

An einem ihrer letzten Arbeitstage vor dem Urlaub im Jahr 2016 erzählte Jennifer Wiebking einem Kollegen, dass sie in den kommenden zwei Wochen in Japan in Airbnb-Unterkünften wohnen würde. Das Portal war damals schon so geläufig, dass viele Menschen davon gehört hatten, aber noch nicht alle es wie selbstverständlich nutzten. Das sei doch ein Thema, entgegnete der Kollege. Auf die Reise folgte der ausführliche Reisebericht unter dem Titel „Airbed and Futon“ im März 2017 in diesem Magazin. Es ging auch um die Suche nach Wohnungen in möglichst spannenden Stadtvierteln. Unsere Redakteurin, die zuvor noch nie in Japan gewesen war, gab dazu in der Google-Suche immer wieder den Zusatz „hipster quarter“ ein. So steht es in dem Stück, was rückblickend natürlich peinlich ist, denn der Hipster war 2017 ja schon längst durch. Im Sommer 2022, Jennifer Wiebking war mal wieder im Urlaub, las sie den autofiktionalen Roman „Rückläufiger Merkur“. Darin ist nie ganz klar, wie viel vom Leben der Protagonistin Emily aus dem Leben der amerikanischen Autorin Emily Segal stammt, und eigentlich soll sich alles im Sommer 2015 zugetragen haben. Aber es geht um einen Cousin, der in Deutschland lebt und der seine Reise nach Japan folgendermaßen plant: „Er tippte ‚Hipstergegend Osaka‘ ins Browserfeld, ohne hinzusehen.“ Das war doch ihr Vorgehen für Japan-Reisen! Oder zumindest zum Teil, denn Hinschauen beim Tippen erlaubte sie sich damals, sechs Jahre zuvor, ja schon. Aber klar, vielleicht hatten da auch zufällig zwei Möchtegern-Hipster dieselbe Idee.

Fotos: Daniel Pilar (3), Finn Winkler; Kiki Kausch; Illustrationen: Janbrun, Eric Rustamovic

AISHA AL MANSOURI FLIEGT DEN MÄNNERN DAVON

Wenn sich alte Vorstellungen auflösen, entstehen neue Einstellungen. Wenn sie geradezu explodieren, muss Kiki Kausch das fotografieren. Als sie Aisha Al Mansouri an einem sonnigen Februarsonntag 2019 das erste Mal in einem Café in Paris traf, war schon mal klar, dass ihr arabischer Name zu ihr passt: Aisha, die Lebendige, die Lebenslustige. Sie war auf sie aufmerksam geworden, weil sie die erste Frau aus den Arabischen Emiraten war, die als Pilotin das größte Passagierflugzeug der Welt steuerte, einen A380 bei Etihad. Die Geschichten über das ungläubige Staunen männlicher – und nicht nur arabischer – Passagiere sprudelten nur so aus ihr heraus. Ihre wilde lange Mähne schützelte sie dabei vor Lachen, unverschleiert. Vor dem Flug machten sie ein regelrechtes Fashion-Shooting in Paris; Aisha trug Gucci-Schuhe und eine Fendi-Brille. Dann war Kiki Kausch fünf Stunden lang mit ihr im Cockpit und fotografierte sie, wie sie ruhig Kommandos gab. Eine schöne, moderne, intelligente, professionelle, selbstbewusste und humorvolle arabische Frau. Jeder war stolz auf sie. Und natürlich wusste sie, was noch alles im Argen liegt, dafür sorgten schon ihre Brüder. Aber wieviel sich ändert, das merkte Kiki Kausch erst jetzt. Denn nun ist Aisha die erste Kapitänin der Vereinigten Arabischen Emirate in der Zivilluftfahrt, mit 33 Jahren, ein Meilenstein nicht nur für sie. „Ich hoffe, dass ich eine Inspiration für andere junge Frauen sein kann“, sagt Aisha. Sie selbst wurde übrigens auch von einer starken Frau inspiriert: von ihrer Schwester Mariam, Major Mariam Al Mansouri, der ersten Kampfpilotin der Emirate, die in einer F-16 über die Wüsten donnert.



Für Journalisten, die sich auf Augenhöhe mit Prominenten aus dem Showgeschäft wähen, ist das Leben mit ihrem Journalistengehalt kaum erschwinglich. Da traf es sich, dass wir Timo Frasch auf eine Versteigerung des Nachlasses der großen Schauspiel-Diva Hannelore Elsner schickten. Er ersteigerte ein pinkfarbenes Kleid von ihr, für 520 Euro. Hört sich nach viel an, war in Wahrheit aber ein Schnäppchen. Das zeigte sich, als wir das Kleid neuerlich versteigerten. Keine halbe Stunde – und es war verkauft, für 1000 Euro. Die Differenz war aber dann doch nicht groß genug, um uns wie eine Diva fühlen zu können. Wir haben das auf anderem Weg geschafft. ↓



„Manns genug“ – mehr geht nicht.“

Die größte Freude eines jeden Journalisten: Wenn sich Ethos und Profit im Himmel vermählen. Insofern war es natürlich phantastisch, dass der inzwischen leider verstorbene große „Traumschiff“-Produzent **Wolfgang Rademann**, nachdem er die Druckversion unseres Interviews vom Juni 2014 in Händen hielt, per „Telefondiktat“ mitteilen ließ: „Es ist schön, dass man sich auf Journalisten wie Sie verlassen kann. Danke dafür. Ich möchte dieses einmalige Interview unter meinen Leuten verschicken, die das Magazin nicht gelesen haben und möchte gern 80 Exemplare kaufen (nur das Magazin!).“ Da das Magazin in keiner Weise käuflich ist, besser gesagt: nur in Kombination mit der Zeitung, haben wir Rademann die 80 Exemplare so geschickt. Die Vorstellung, dass er sie auf dem „Traumschiff“ verteilen würde, war Lohn genug. Auch die Rückmeldung, die Redakteur Timo Frasch von **Alice Schwarzer** zu ihrem Interview vom März 2021 bekam, war, nun ja: ermutigend. Keiner der beiden habe einen Suizidversuch begangen, äußerte sie zufrieden. Besonders gefiel ihr am Ende der Teaser, der im Magazin auf das Interview verwies. Da stand, Schwarzer sei, im Gegensatz zum Filmregisseur Klaus Lemke, der sein Interview mit uns nicht freigeben wollte, „Manns genug“ gewesen, das Gesagte nicht wieder zurückzunehmen. Darauf die humorbegabte Schwarzer per Mail: „Da haben Sie es aber gut mit mir gemeint. ‚Manns genug‘ – mehr geht nicht.“

Leroy Sané bekam, als wir vor der LEM 2016 einige Fußball-Nationalspieler fotografierten, das schrillste Outfit. Als er sich dann umzog, fand unser Fotograf Nacho Alegre ein noch besseres Motiv, Leroy's Tattoo: „Family / We are never alone / because we carry each other in our hearts. / Family is where life begins / and love never ends.“ Die Fan-Foren tobten vor Begeisterung. Der Ausstatter der Nationalmannschaft war nicht so angetan: So schaffte es die Marke Boss natürlich nicht auf den Titel.



JETZT KOMMT ES ENDLICH HERAUS

1999 war ein großartiges Jahr für Fotograf **Frank Röth**. Nach vier Jahren in der Frankfurter Redaktion durfte er in die neue Hauptstadt Berlin umziehen. Und er bekam einen schönen Auftrag des „alten“ F.A.Z.-Magazins: Mit der damaligen Russland-Korrespondentin Elfie Siegl reiste er nach Samara an der Wolga – und fotografierte tagelang für eine Reportage, die für ein Heft im Oktober 1999 eingeplant war. Bei seinem Besuch in der Berliner Redaktion Anfang Juni 1999 teilte Herausgeber Frank Schirmmacher den Redakteuren aber überraschend mit, dass das Magazin zum Ende des Monats eingestellt werde. Röth sagte: „Aber meine Geschichte soll im Oktober mitgehen.“ Daraufhin Schirmmacher im Spaß: „Da sehen Sie mal, warum es eingestellt wurde.“ 2023 ist für Röth wirklich ein großartiges Jahr: Erstmals veröffentlichen wir hier zwei seiner Samara-Fotos von damals, aus einer Flugzeugfabrik und von einer Straßenszene.



Die Ayno als Lehnleuchte

Die Übergabe fand in der Tiefgarage der F.A.Z. statt – ausgerechnet auf dem Parkplatz des Herausgebers (viel Platz!). Der kam – natürlich – nur wenig später und war leicht konsterniert. Schließlich hatten wir Fuß und Kopf und auch den so spannungsgeladenen und kaum zu bändigenden Fiberglasstab der meterhohen Leuchte Ayno dann doch umgeladen. „Das ist ein Prototyp“, sagte David Einsiedler von der Marke Midgard noch, bevor er zurück nach Hamburg fuhr. Wir hingegen fuhren ins Stadion der Eintracht, um dort ihren Präsidenten Peter Fischer mit neuen Leuchten ins rechte Licht zu setzen. Was keine so gute Idee war, schließlich ist die Ayno (auf Seite 75 dieser Ausgabe zu sehen) auch in ihrer XL-Version keine Outdoor-Leuchte. Ein Windstoß genügte, und das noch nicht marktreife Produkt kam aus dem Gleichgewicht. Wie in Zeitlupe fiel sie sacht zu Boden. Der Aufprall reichte aus, dass sie nicht nur die Fassung, sondern auch den Kopf verlor. Der mühsam im 3D-Drucker hergestellte Schirm war abgebrochen, das Bild mit Peter Fischer noch lange nicht im Kasten. Ausgerechnet der Prototyp! Der vermutlich bald auf einer Messe sowohl glänzen als auch für Furore sorgen sollte. Fürs Foto ließ sich der Schirm mit schwarzem Pflaster wieder ankleben, und zur Sicherheit stand die Stehleuchte auf dem Bild hinter Fischer nicht, sondern lehnte an der Wand. Am Ende war alles halb so wild: Es war nur ein Prototyp von vielen.

DAUERREGEN IN SPANIEN – UND WAS SONST NOCH INS WASSER FALLEN KANN

Jetzt können sie wieder darüber lachen. Im Frühjahr 2022 waren die Stylistin Evelyn Tye und die Fotografin Yavidan Castillo in Valencia dazu noch nicht in der Lage. Denn das Shooting bei den Fallas, einem großen Volksfest in Valencia, fiel fast ganz ins Wasser. Und das kam so: Die beiden Gepäckstücke mit den Kleidern kamen im Flugzeug aus Paris nicht mit an. Zum Glück warteten drei Looks schon im Hotel. Aber wie will man zwei Models den ganzen Tag lang in nur drei Kleidungsstücken fotografieren? Am zweiten Tag, als die Looks endlich da waren, fehlten dann plötzlich die Models: Eines von ihnen war krank aufgewacht, und das andere sagte kurzfristig ab, um den Tag mit seinem Vater zu verbringen – in Spanien war Vatertag. Und wegen der Fallas und des Vatertags fand die Modelagentur keinen Ersatz. Also begann die Notfall-Street-Casting-Mission: Touristen und Einheimische halfen aus, unter ihnen zwei Schwestern und ein Barkeeper, der auch Apnoe-Taucher ist. Das passte. Denn in Valencia, das bekannt ist für sein trockenere und warmes Wetter, regnete es die beiden Tage durch, bei eisiger Kälte. Egal! Die Kulisse der überlebensgroßen Figuren musste unbedingt mit auf die Bilder. Allerdings wurde es dann erst richtig gefährlich. Denn zu den Fallas-Festlichkeiten werden dauernd Böller und Feuerwerkskörper gezündet, sogar von vier- oder fünfjährigen Kindern. Das Team fragte die Bewohner: „Sind Feuerwerkskörper in Spanien nicht aus Sicherheitsgründen verboten?“ Antwort: „Im Prinzip ja, aber nicht in Valencia, denn hier geht es ja um die Tradition.“ Schöne Tradition! Die Models mussten höllisch aufpassen auf die 3000-Euro-Kleider. Im Zweifel hätte vielleicht der Regen gelöscht. Denn wie man auf unserem Bild erkennt: Nicht einmal zu Füßen der Muttergottes blieben Celia (im roten Prada-Kleid) und Rosa (im weißen Patou-Kleid) trocken.



Fotos Nacho Alegre, Yavidan Castillo, Helmut Fricke (2), Frank Röth (2)

Wie es der Zufall will: Franziska Gilli, Fotografin aus Hannover, die aus Südtirol stammt, ist schon seit ihrem achten Lebensjahr Vegetarierin. Als sie im Sommer 2022 von uns den Auftrag bekam, Paul Thuile beim Wurstmachen zu fotografieren, freute sie sich darüber nicht – wie ihr schreibender Kollege Stephan Löwenstein – wegen der Würste. Sondern vielmehr, weil sie den Südtiroler Künstler erst drei Jahre zuvor bei einer gemeinsamen Gruppenausstellung in der „kartause“ in Schnals kennengelernt hatte und seinen fein zittrigen Zeichenstil sehr schätzt. Das war nicht der einzige Zufall: Im Flur hingen Kunstwerke der Cousine ihrer Mutter, einer guten Freundin von ihm. Und als ein paar Wochen später Freunde von einem Thuile in ihrem Alter erzählten, **in dessen Küche eine Suppenkelle statt einem Gekreuzigten im Herrgottswinkel hängt**, der „Schöpfer“, da kam ihr der schräge Humor sofort sehr bekannt vor. Und wer war dieser Freund? Natürlich Paul Thuiles Sohn.

WENN DIE ANTWORTEN NICHT SITZEN, SONDERN SIEZEN

Unsere Autorin Julia Stelzner ist – schon als Bayerin – seit 20 Jahren Fan von **Bastian Schweinsteiger**. Der Fußball-Star von Bayern München, der seine Karriere 2019 in Chicago ausklingen ließ, war einer derjenigen, den sie gerne mal zum Dinner einladen würde, noch besser: zum Bier, um mit ihm über das Champions-League-Trauma von 2012, über die beste Brezn Münchens und seine Frisuren-Historie zu reden. Als sie ihn dann zufällig im September 2022 beim Produktlaunch seiner Frau Ana Ivanovic in Berlin traf, passierte das Unerwartete: Sie wurde nicht rot, dafür siezte Bastian Schweinsteiger sie. Sie trug Sneaker und ein lockeres Oversize-Hemd, er trug Anzug. Lockeres Plaudern unter Freunden sieht irgendwie anders aus.



DIESER LOOK PASST EINFACH IMMER, ZUMINDEST IHR

Er wollte wirklich nicht. Helmut Fricke macht als F.A.Z.-Fotograf nichts lieber, als Modenschauen zu fotografieren – und das schon seit mehr als 30 Jahren. Als um 2010 die Street-Style-Fotografie immer populärer wurde, wollte er da erst nicht mitmachen. Draußen vor den Modenschauen herumstehen und aufgebrelzte Leute abbilden? Nicht sein Stil. Aber die Redaktion bat ihn inständig, und siehe da: Es ging nicht nur, er machte es sogar mit wachsender Begeisterung, auch wegen der vielen Begegnungen mit Stars und ganz normalen Leuten. Im Giardino della Fortezza in Florenz, in den Tuileries in Paris, im Meatpacking District in New York, vor Prada-Schauen in Mailand: Kein gut gekleideter Mensch kann vor ihm sicher sein. Eine seiner ersten Kandidatinnen fand er im Sommer 2012 vor dem Modezelt an der Straße des 17. Juni in Berlin: Kady Taylor trug starke Farben und verkörperte eine entspannte Stimmung. Und jetzt kommt's: Zum F.A.Z.-Modeempfang im Januar in Berlin kam die Stil- und Lebensberaterin in genau dem Look vorbei, in dem er sie vor zehn Jahren abgebildet hatte (rechts). Wie schön! Und wie nachhaltig!

MYSTÈRE
DAS GEHEIMNIS ZEITLOSER ANMUT



HOFACKER

www.goldschmiede-hofacker.de/mystere



Die Familie wurde größer, die Wohnung in Paris allerdings nicht. Mit drei Kindern lebte Estelle Marandon auf 80 Quadratmetern und erkannte, dass ein Zuhause mehr bieten müsse. Darüber schrieb sie 2021 in diesem Magazin und saß damals schon mit Gesa Hansen und Charlotte Huguet an einem Buch dazu („**Coming Home To Nature: The French Art of Countrification**“, Flammarion, 2022, 207 S., 23 Euro). Die Freundinnen waren ebenfalls aufs Land gezogen, so wie viele andere Pariser auch.



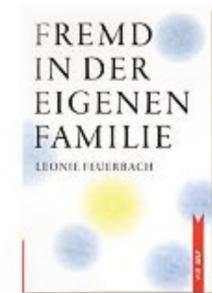
Oft sahen Mutter und Tochter sich über Monate nicht. Ariane Golpira arbeitete als Goldgräberin in Peru und Papua-Neuguinea, Gisa wuchs in Düsseldorf auf. Eine Lebensgeschichte teilen die beiden trotzdem, weil auch die Tochter den Urwald als Zuhause kennenlernte. 2018 redeten die beiden mit uns über ihre Mutter-Tochter-Beziehung und den Urwald. So entstand die Idee für ihr Buch („**Dschungelleben**“, Riva, 2020, 224 S., 20 Euro). Und die Geschichte geht weiter: Heute verarbeitet die Tochter in ihrer Schmuckmarke Goldnuggets.



Seit 2012 zeichnete Karl Lagerfeld Karikaturen für die F.A.Z., seit 2013 standen seine „Karikaturen“ monatlich auf einer der ersten Seiten im Magazin. Schon früh war klar, dass daraus bei seinem Verleger Gerhard Steidl ein Buch entstehen sollte. Aber Lagerfeld zögerte es hinaus. 2018 schließlich setzte er den Band („**Karikaturen**“, Steidl, 2019, 160 S., 34 Euro) für das Frühjahr 2019 an. Kurz vorher, am 19. Februar, starb er. Die Premiere in seiner Hamburger Lieblingsbuchhandlung „Felix Jud“ fand ohne ihn statt.



Origineller geht es nicht. Tilman Allert erklärte uns die dialektische Antwort des Thermomix auf die Beschleunigung der Moderne und den Assoziationsraum von Bündelung und Öffnung des männlichen Dotts. Der Soziologe hat seine brillanten Essays in einem lesenswerten Band versammelt („**Gruß aus der Küche – Soziologie der kleinen Dinge**“, S. Fischer, 2017, 285 S., 24 Euro). Oder wussten Sie, dass es beim Schminken eigentlich nur um „das Vertrautwerden mit der Leiblichkeit menschlicher Existenz“ geht?



Die Entfremdung vom Staat, die Spaltung der Gesellschaft – sie zeren auch an der Familie, mal ganz abgesehen von emotionalen Verletzungen und Trennungen. Leonie Feuerbach, früherer Redakteurin des Magazins, jetzt in der Politikredaktion, zeigt in vielen Artikeln und nun auch in ihrem Buch („**Fremd in der eigenen Familie – Wenn sich Kinder von ihren Eltern entfernen**“, V&R, 2022, 206 S., 23 Euro) an vielen Beispielen, wie gesellschaftliche Konflikte die ursprünglichste aller Lebensgemeinschaften beeinflussen.



2016 hat sie in einem Interview im Magazin über die Modelbranche aufgeklärt („Man muss schon Nein sagen können“), 2018 in einem großen Artikel für die F.A.Z. („Zu den Shows bist du dann so dünn wie ein Stock“). In ihrem Buch („**Fashion Victim – Licht und Schatten des Modelbusiness: Ein Topmodel berichtet**“, dtv, 2020, 288 S., 16,95 Euro) fasst Anne-Sophie Monrad ihre Generalkritik pointiert zusammen. Jetzt endlich kann sie sagen: „Entweder man will mich so, wie ich jetzt bin, oder nicht.“ Für alle, die vom Model-Dasein träumen!

Ein Magazin, wie es im Buche steht

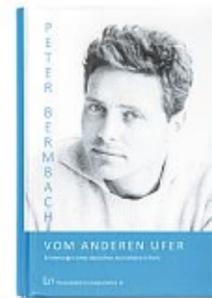
Viele Geschichten, die in den zehn Jahren in diesem Heft standen, wurden weitererzählt. Hier eine Auswahl der Bücher, die ihren Ursprung im Magazin hatten.



Herbert Feuerstein zitierend, sagte Harald Schmidt über dieses Buch: „Es darf in keinem Haushalt fehlen, in dem ein Tischbein zu kurz ist.“ Das stimmt. Das Buch von Timo Frasch („**Sie stellen mir Fragen, die ich mir nie gestellt habe. Männergespräche**“, Frankfurter Allgemeine Buch, 2019, 240 S., 25 Euro) empfiehlt sich aber auch für Leute, die das Gefühl lieben, wenn andere, die sie in der U-Bahn beim Lesen dieses fabelhaften Interviewbands sehen, sich sehnsüchtig-schauerdend fragen: „Was muss das für ein Mensch sein?“



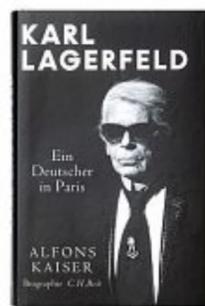
Als heimlicher Vorläufer von Freddy Langer hatte Fotograf Stefan Moses (1928–2018), der viel für das „alte“ F.A.Z.-Magazin arbeitete, ein großes Vergnügen an Masken. Christine Brinck hat für uns darüber geschrieben und dann das Standardwerk dazu herausgegeben („**Maskenspiele**“, Elisabeth Sandmann Verlag, 2022, 144 S., 32 Euro). Verblüffend, wen Moses alles in einer „Persona“ (Maske) nicht versteckte, sondern offenbarte: von Otto Dix bis Ernst Jünger (links), von Victor Vasarely bis Liorot.



Der Titel des großen Artikels von Peter Bermbach fürs Magazin: „Vom anderen Ufer“. So heißt nun auch sein Buch („**Vom anderen Ufer, Erinnerungen eines deutschen Journalisten**“, Lit Verlag, 2021, 424 S., 34,90 Euro). Direkt, unverstellt und mutig schreibt Bermbach darüber, wie er in den Fünfzigern in München ins Gefängnis gesteckt wurde, weil er einen anderen jungen Mann in der Öffentlichkeit einfach nur berührt hatte. Paris war sein Ausweg. Seine Begegnungen dort in sechs Jahrzehnten macht er in diesem Buch lebendig.



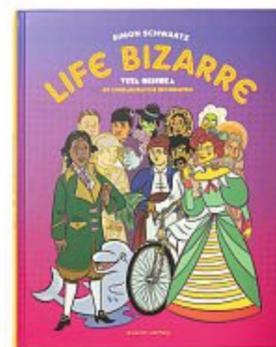
Manchen Menschen mag Marie Kondo mit ihren Aufräum-Tipps geholfen haben. Vielen hat die Sortierungs-Päpstin aber Ordnung gepredigt, wo es ein bisschen Lässigkeit auch tate. Unsere Redakteurin Maria Wiesner hat im Magazin und dann im Buch („**Alles in Ordnung? Warum wir vor lauter Aufräumen unser Leben verpassen**“, HarperCollins, 2021, 160 S., 12 Euro) den wahren Wert der Dinge erklärt, der mehr ist als nur der Warenwert. Wer Altes wegwirft, füllt die Lücken ohnehin oft nur mit Neuem. Ordnung ist nur das halbe Leben.



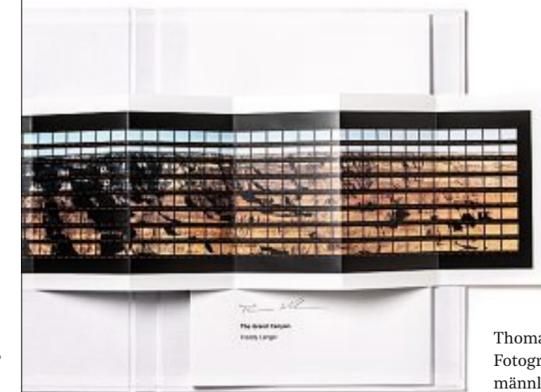
Karl Lagerfeld, obwohl eine öffentliche Figur, war schwer zu fassen. Alfons Kaiser hat es trotzdem versucht und sein Leben nacherzählt – von seinen Großeltern bis zu seinen jüngern („**Karl Lagerfeld. Ein Deutscher in Paris**“, C. H. Beck, 2020, 383 S., 26 Euro). Vieles davon – wie das vergessene Willy-Maywald-Foto von 1960 (rechts) – war vorher schon hier im Magazin zu sehen. Lagerfeld wäre am 10. September dieses Jahres 90 Jahre alt geworden. Junge Designer können weiter von ihm lernen.



Foto: Lucas Büllmi



Welcher Zeichner ist in der Lage, das Großformat unseres Hefts von 278 mal 399 Millimetern zu bespielen? Simon Schwartz, ein Meister der Graphic Novel, schafft das. Seit 2019 veröffentlichten wir seine Serie „Vita Obscura“, die jetzt auch als Buch herausgekommen ist („**Life Bizarre – Vita Obscura. 50 unglaubliche Biografien**“, 2022, Avant Verlag, 96 S., 26 Euro). Treffen Sie die blutrünstigen Leibärzte Ludwigs XIV., die unsterbliche Henrietta Lacks und den Inder, der nach Schweden radelte, um eine Frau zu finden.



Thomas Kellner, einer der großen experimentellen Fotografen Deutschlands, hat für uns sogar schon ein männliches Model in seine Einzelteile zerlegt und wieder zusammengefügt. Sein Grand-Canyon-Mosaikbild haben wir gleich auf vier durchgehenden Seiten entfaltet. Auch als Sonderedition („**Thomas Kellner – The Big Picture**“, selmann + söhne, 2020, 26 S., 49,90 Euro) ist dieses atemberaubende Landschaftsbild zu erleben. Auf Motive, die man längst zu kennen glaubte, hat man nun einen anderen Blick – und entdeckt ganz neue Details.



Praktisch, wenn der Gründer einer Kakaomärke (Becks Cocoa) Michael heißt und sein Pulver so nach dem Kinderbuchhelden benennen kann.



Dearest Art Collector,
It has come to our attention that your collection, like most, does not contain enough art by women. We know that you feel terrible about this and will rectify the situation immediately.
All our love,
Guerrilla Girls

CONSCIENCE OF THE ART WORLD

Und noch eine Ausstellung über Frauen in der Kunst. Genauer: über die fehlenden. („The F* word – Guerrilla Girls and feministisches Grafikdesign“, MK & G Hamburg, vom 16. Februar an)

Nicht Tennis, nicht Squash

Sondern Padel!

Der Hybrid, der ursprünglich aus Mexiko kommt, wird gerade zur Trendsportart schlechthin bei uns. Serena Williams und Rafael Nadal spielen mit. Lionel Messi hat einen eigenen Padelplatz im Garten. Und Schläger dazu gibt es nun auch von Prada.

143



Sollte der Skandinavien-Trend in unseren vier Wänden jemals enden, können Sie sich diese Leuchte von Made by Hand aus Dänemark immer noch als japanisch inspiriert schönreden.



Selbst traditionell ungesunde Lebensmittel werden jetzt im Sinne der gesunden Ernährung von Zusatzstoffen befreit – die Saucen von Emils zum Beispiel.



Der Vorname Sonia gehört in der Mode eigentlich zu Sonia Rykiel. Dabei gab es vor ihr eine andere Sonia: Sonia Delaunay (hier in Trouville 1928), die nicht nur Bademode entwarf, sondern auch als Malerin arbeitete. Das Kunstmuseum Krefeld zeigt ihre Arbeiten noch bis zum 26. Februar.



Sieht aus wie eine schickere Art von Rescue-Tropfen und soll auch so wirken: das Tonikum mit dem ebenfalls schönen Namen Happiness. (Anima Mundi)



Es wird schon wieder heller. Bald braucht man eine Sonnenbrille. Wie wäre es in diesem Sommer mit einem Mega-Cat-Eye-Modell? (Andy Wolf x Petar Petrov)



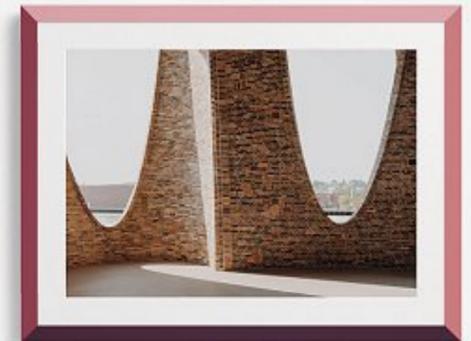
Achtsamkeit ist nicht mehr nur ein Trend, sondern als Haltung in der Gesellschaft angekommen. Sie suchen noch nach einem Einstieg? Das Kristallset Recharge könnte ein Anfang sein: „um die Batterien wieder aufzuladen“, „zur Selbstheilung“. (Hey mindful)



Schönes Bild: ein Bergdorf in Weiß statt in Grün, wie es gerade geläufiger ist. Selbst wenn der Schnee nicht mehr zuverlässig fällt, kann Romantik in diesem Winter über das Begleitprogramm in Damüls im Bregenzerwald aufkommen. Denn es geht um die Liebe.

Foto: Unternehmen 07, Meince@Papusa.S.A. Photosammlung, Guerrilla Girls, courtesy guerrillagirls.com

WHITEWALL DESIGN EDITION by STUDIO BESAU-MARGUERRE



Die neuen Rahmen aus der WhiteWall Design Edition by Studio Besau-Marguerre in Gelb, Purpur und Grün
Motive: Kim Holtermand

Farbintensiv und extravagant zugleich: Bringen Sie Ihr Foto eindrucksvoll zur Geltung mit einem Rahmen aus unserer neuen Design Edition, die in Kooperation mit den Hamburger Designern Eva Marguerre und Marcel Besau entstanden ist. Die Rahmen gibt es in den drei Farbwelten Gelb, Purpur und Grün. Das Besondere: Jeder Rahmen besteht aus vier verschiedenfarbigen Leisten des jeweiligen Farbtons, die in fixer Reihenfolge angeordnet sind und dem Motiv besondere Akzente verleihen.

Die Design Edition ist ab dem 01. Februar 2023 in den WhiteWall Stores und online unter WhiteWall.com erhältlich.

WHITE WALL

Zehn Jahre - zehn Trends

Von Jennifer Wiebking, Illustrationen Kera Till

	2013	2014	2015	2016	2017
JEANS	SKINNY	SKINNY, HÖHERER BUND	501	VETEMENTS TWO-TONE JEANS (VORWILIA)	
ROCKLÄNGE					
BART	VOLLBART, KERNIG	NORMCORE-BART	KURZER VOLLBART	DREITAGEBART	
SCHUH	NEW BALANCE	ADILETTE	STAN SMITH	BIRK K	
DEVICE	IPAD	IPHONE 6	APPLE WATCH	IPHONE MIT BUNTER HÜLLE	
BRILLE	NERDBRILLE	HORNBRILLE	HOLZBRILLE	METALL-BRILLE	
STREETWEAR	HOLZ-FÄLLERHEMDE / FÄLLRÄVEN RÜCKSACK	ADIDAS X YEEZY / KANYE WEST	ADIDAS-ANZUG	SUPREME	VETEMENTS / BALENCIAGA
LOUNGEWEAR	AUSGEBEVLTE JOGGINGHOSE			LEGG	
TRENDFARBE		HELLGRAU		DUNKELBLAU	MILLENNIAL PINK
TASCHE					CLUTCH

Modeerscheinungen kamen und gingen. Klassiker wurden aus den Archiven geholt und wieder dorthin verabschiedet. Eine Übersicht, wie sich unser Look in dieser Zeit verändert hat.

	2018	2019	2020	2021	2022
JEANS	CROPPED JEANS	STRAIGHT, HÖHERER BUND	STRAIGHT, RICHTIG HOHER BUND	WEITER UND HOHER BUND	WEITER UND TIEFER
ROCKLÄNGE					MINI
BART	FÜNFTAGEBART	MOUSTACHE			VAN-DYKE-BART
SCHUH	E N S T O C K				ASICS
DEVICE	IPHONE MIT BUNTER HÜLLE + KORDEL		IPHONE MIT BUNTER HÜLLE + KORDEL + APPLE WATCH		
BRILLE	METALL-BRILLE IN ROSÉGOLD	METALL-BRILLE IN SILBER MIT DOPPELSTEG	METALL-BRILLE IN SILBER, ECKIGER		
STREETWEAR	GÜRTELTASCHE, OFF-WHITE NIKE	KLEINE MÜTZE + VANS-SNEAKER	OFF-WHITE JORDANS	OUTDOOR: NORTHFACE X GUCCI	OUTDOOR: PATAGONIA
LOUNGEWEAR		EDLES LOUNGEWEAR-OUTFIT			LEGGINGS
TRENDFARBE		GELB		BEIGE	FROSCHGRÜN
TASCHE	UMHÄNGETASCHE QUER ÜBER DIE BRUST	GAR KEINE TASCHE			BAGUETTE-TASCHE

I SEHEN WIR UNS IM METAVERSUM?

Man ist ja geneigt, angesichts der rasant fortschreitenden Digitalisierung alles für möglich zu halten. Jüngstes Beispiel: virtuelle Mode. Digital erzeugte, physisch nicht existente Klamotten, die in Social Media und *in game* getragen werden. Und mit denen Geschäft gemacht wird. Die Idee ist bestechend. Wir ziehen uns ja nicht an, weil wir sonst frieren. Bekleidung dient seit jeher auch dem *personal branding*, und in dem Maße, wie wir unser Leben im Netz verbringen, positionieren wir uns medial. Instagram & Co. sind Plattformen zur Selbstdarstellung, ein riesiges Ökosystem von Apps bedient das Bedürfnis nach visueller Selbstoptimierung. Da ist der Schritt zum virtuellen Outfit naheliegend. Und umwelt-schonender als *wardrobing*, bei dem schon produzierte Designermode nur fürs Foto bestellt und anschließend wieder zurückgeschickt wird, ist die digitale Ware allemal. Zu Ende gedacht, ist virtuelle Mode vielleicht sogar so etwas wie die Lösung aller Nachhaltigkeitsprobleme der Modebranche.

Doch im Ernst: Es steckt eine gehörige Portion Übertreibung in dem Thema, angeheizt durch Mark Zuckerberg, der seinen Facebook-Konzern auf der Suche nach einer neuen Börsen-Story sogar in Meta umgetauft hat. Es scheint so, als ob Modemarken, die sich seit jeher gerne progressiv positionieren, wieder mal einem Hype aufsäßen, ohne sich zu fragen, wo der Nutzen für die Zielgruppe ist.

Vielleicht wird mit dem Metaversum so etwas wie der nächste Evolutionsschritt des Modemarketings eingeleitet. Es ist ja ein Phänomen, wie sich gerade bei Luxusmarken die Preise von den Produktionskosten entfernt haben: Wo zu Zeiten der Haute Couture für exklusives Handwerk exorbitante Preise aufgerufen wurden, die durchaus gerechtfertigt waren, werden nun schlichte T-Shirts für 600 Euro und ordinäre Sneaker für 1000 Euro verkauft. Als Nächstes bringen die Marken virtuelle Mode an den Mann und die Frau. Da bekommt man für sein Geld nicht einmal mehr ein konkretes Produkt, bloß noch den Markenstatus.

II SIND SNEAKER DIE NEUEN KRAWATTEN?

Spätestens mit dem Siegeszug des Homeoffice ist die Formalwear scheinbar endgültig erledigt. Aus dem *Casual Friday* ist der *Casual Weekday* geworden. Als Symbol des Formellen hat besonders die Krawatte ausgedient. Zwar hat der Chef der italienischen Männermodedemese Pitti Uomo in Florenz, Raffaello Napoleone, jüngst das Comeback der bunten Binder ausgerufen, aber damit wollte er wahrscheinlich vor allem seinen Ausstellern Mut machen. Als Ausweis von Seriosität hat der Schlips ohnehin lange ausgedient. Es waren Krawattenträger, die uns die Finanzkrise beschert haben. Dieselbe Sorgfalt, die der modische Mann früher auf die Auswahl seiner Krawatte verwendet hat, lässt er heute seinen Schuhen zukommen. Nicht selten sind es Sneaker, die zum Anzug getragen werden und für die individuelle Note sorgen sollen, was einst ja die Funktion der Krawatte war. Dumm nur, dass diese Turnschuhe meistens weiß sind. Vielleicht kommt es tatsächlich so, wie Napoleone sagt, und die Krawatte steht vor einem modischen Comeback. Es wäre

Zehn Thesen zur Zukunft der Mode

Von Jürgen Müller und Sabine Spieler

Krawattenträger als Rebellen, virtuelle Mode, ökologisch einwandfreie Produkte, futuristische Stoffe und das Versprechen maximaler Freiheit: Was wir in den nächsten zehn Jahren erwarten können, deutet sich jetzt schon an. Aber die Zukunft könnte uns auch noch ganz schön überraschen.

nicht das erste Mal, dass ein Antitrend Mode wird. In einer Zeit, in der junge Männer in T-Shirts Milliardenkonzerne steuern, sind Krawattenträger womöglich die wahren Rebellen.

III NACHHALTIGKEIT IST IN MODE, ABER KANN MODE NACHHALTIG SEIN?

Die Modebranche tut sich bekanntlich schwer mit dem Thema Nachhaltigkeit. Bekleidung ist per se eine große Umweltbelastung. Das Material liefern die Öllandwirtschaft und die industrielle Landwirtschaft. In der Produktion werden Chemikalien eingesetzt, es wird enorm viel Wasser verbraucht. Die Ware reist quer über den Globus, per Schiff und mit dem Flugzeug. Gebrauchte und nicht verkaufte Klamotten türmen sich zu Müllbergen, Plastikstoffe verschmutzen die Ozeane. Keine Frage: Die nachhaltigste Kleidung ist die, die gar nicht erst produziert werden muss. Die Produktion einzustellen ist indes keine Option. Und das nicht nur aus wirtschaftlichen Gründen, sondern weil Mode und Bekleidung vielen Menschen wichtig sind. Wer sich einem nachhaltigen Lebensstil verpflichtet fühlt, sollte das Diktum von Vivienne Westwood beachten: „Buy less, choose well, make it last.“

Zugleich hat die Industrie die Relevanz des Themas erkannt und arbeitet auf allen Ebenen daran, besser zu werden. Aspekte wie eine nachfragegerechtere Planung zur Vermeidung von Überproduktion sind nicht zuletzt im wirtschaftlichen Interesse der Unternehmen. Der Gesetzgeber hat gerade mehr Transparenz geschaffen. Aber auch ohne Lieferkettengesetz wird es soziale Mindeststandards und ökologische Verträglichkeit brauchen. Noch taugt das Thema für Marken zur Profilierung. Künftig wird Nachhaltigkeit zum Hygienefaktor, zu einer Selbstverständlichkeit werden. Immer mehr Menschen werden darauf vertrauen wollen, dass Produkte „sauber“ sind und alles mit rechten Dingen zugeht. Marken, die Mindeststandards nicht einhalten, werden sozial nicht mehr akzeptiert sein. Und ohne soziale Akzeptanz gibt es keine Mode.

IV SIND POPSTARS DIE NEUEN MODEMACHER?

Früher wurden Modedesigner bestenfalls zu Celebritys. Heute werden immer mehr Celebritys Modedesigner. Dass Stars ihren guten Namen zu Geld machen wollen, ist kein neues Phänomen. Twiggy hat es schon in den Sechzigerjahren mit einer eigenen Kollektion versucht. Die „Jaclyn Smith Collection“ der Schauspielerin aus der Krimiserie „Drei Engel für Charlie“ ist seit mehr als 30 Jahren am Markt. Björn Borg ist heute ein börsennotiertes Unternehmen.

Der Normalfall ist, dass ein Star einer Marke sein Gesicht leiht. Die Designertätigkeit beschränkt sich dabei auf die Wahrnehmung von PR-Terminen. Es ist eine Win-Win-Situation: Die Stars schlagen aus ihrer Prominenz Kapital. Die Industrie nutzt vorhandene Images und spart sich den teuren Aufbau eigener Marken. Das beste Beispiel ist About You: Der Onlinehändler hat das Konzept industrialisiert und wirft eine Celebrity-Linie nach der anderen auf den Markt. Prominentestes Beispiel: LeGer mit Lena Gercke. Die Kunden freuen sich an der Illusion, mit dem Kauf eines Produkts ihrem Idol näher zu sein.

Mit Celebrity-Kollektionen lässt sich schnelles Geld verdienen und Aufmerksamkeit erzielen. Die Währung ist Reichweite. Deswegen spielen immer mehr Influencer wie Chiara Ferragni oder Viky Rader, die dank Social Media bekannt sind, in diesem Spiel mit.

Doch nicht jede und jeder taugt zur Stilikone. René Lacoste und Fred Perry sind die Ausnahme. Boris Becker hat als Tennistar begeistert, seine Mode wollte keiner kaufen. Idealerweise sind Modemacher selbst Popstars. Der professionelle Umgang mit den Medien ist heute mindestens so wichtig wie kreatives Talent. Wolfgang Joop ist für seine eloquenten Auftritte fast mehr bekannt als für seine Kollektionen. Tom Ford ist selbst sein bestes Model. Diese Modemacher haben wegen ihres professionellen Hintergrunds eine andere Glaubwürdigkeit in Stilfragen als Schauspieler und Sänger. Aufgeklärte Kunden werden viele Celebrity-Produkte ohnehin als Marketing-Gags ansehen, die oft ihren Preis nicht wert sind. Langfristig werden sich deswegen auch die wenigsten Kollektionen durchsetzen. Ein berühmter Name reicht nicht aus, um Bekleidung zu verkaufen.

V WIRD FAST FASHION AUSSTERBEN?

Spätestens seit der Fridays-for-Future-Bewegung sind die Prognosen für die Fast-Fashion-Anbieter düster. Die Pandemie hat diese Entwicklung noch einmal verstärkt. Laut Konsumforschern sind immer mehr Menschen bereit, mehr Geld auszugeben für Mode, die mit Werten wie Sinn, Mehrwert und Langlebigkeit assoziiert wird. In diesen Kontext passt auch der Erfolg von Secondhand-Mode. 2021 ist der Anteil der Deutschen, die schon einmal Bekleidung aus zweiter Hand erworben haben, auf rund 67 Prozent gestiegen. Bis in zehn Jahren werde Secondhand-Kleidung einen Marktanteil von 20 Prozent erreichen, heißt es in der Studie „Fashion 2030 – Sehen, was morgen Mode ist“ der Unternehmensberatung KPMG und des Kölner Handelsforschungsinstituts EHI. Stehen künftig also alle Zeichen auf Nachhaltigkeit und Vintage-Mode, und Fast-Fashion-Anbieter wie Zara, H&M und Primark können bald dicht machen?

So schnell geht es nicht. Der chinesische Billiganbieter Shein etwa ist ein Gegenbeispiel. Jeansjacken gibt es bei ihm von 20 Euro an, Pullover schon für weniger als sechs Euro. Laut dem Analyseportal SimilarWeb ist Shein aktuell die erfolgreichste Fashion-Plattform der Welt. Der Unternehmenswert wird auf 100 Milliarden Dollar geschätzt, das ist mehr als Zara und H&M zusammen. Und auch die Zara-Mutter Inditex hat für das dritte Quartal des Geschäftsjahrs 2022/23 ein Umsatzplus von knapp 20 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum gemeldet. Fast Fashion ist weit davon entfernt auszusterben. Sie wird vermutlich anders. Zara etwa ist nicht nur teurer geworden, sondern auch längst dran am Thema Nachhaltigkeit.

VI WIE VERRÜCKT KANN MODE NOCH WERDEN?

Daunenjacken, die so übergroß geschnitten sind, als seien sie dafür gemacht, noch Jahre in sie hineinzuwachsen. T-Shirts, die aussehen, als wären sie aus der Altkleidersammlung gezogen. Sneaker mit fetten Gummisohlen, die allenfalls noch von

den Buffalo-Plateau-Stiefeln in den Neunzigerjahren getoppt werden. Waren früher ein maßgeschneiderter Anzug aus feinstem italienischem Tuch oder ein perfekt sitzendes Etuikleid der Inbegriff von Luxusmode, reiht sich heute ein Geschmackungeheuer an das nächste, zumindest für Betrachter, die über einen normalen ästhetischen Sachverstand verfügen.

Die Generation der Millennials, der Influencer und Musikstars feiern diese Art von Mode unter dem Begriff *ugly chic*. In einer übersättigten Welt, in der wir täglich Hunderte Fotos, Videos, Reels und Texte auf unseren Smartphones empfangen, wie soll man da noch Aufmerksamkeit generieren? Ganz einfach: indem man Mode anzieht, die nicht schön, aber auffällig und teuer ist.

VII HAT DAS KLASSISCHE MODEGESCHÄFT NOCH ZUKUNFT?

Wir organisieren einen Großteil unseres sozialen Lebens über das Mobiltelefon, haben Alexa in der Küche und bestellen abends während unserer Lieblingsserie auf Netflix noch schnell eine Pizza per Tablet. Der klassische Einzelhandel ist vom Aussterben bedroht, so lautet seit Jahren die Prognose von Retail-Experten. In Zeiten, in denen die Digitalisierung um sich greift, erscheint das klassische Modegeschäft wie ein aussterbender Dinosaurier. Tatsächlich hat seit 2009 jeder dritte Händler aufgegeben. Laut dem Portal Handelsdaten gibt es in Deutschland noch 16.000 Unternehmen im Bekleidungsfachhandel. Und die Corona-Pandemie hat die Lage nicht einfacher gemacht: Während das Online-Geschäft mit Mode gebrummt hat und die Anbieter zweistellige Zuwächse verbuchen konnten, kämpften viele Geschäfte ums Überleben.

Doch Corona hat noch etwas anderes hervorgebracht: die Sehnsucht der Menschen nach dem traditionellen Einkaufserlebnis, in dem die Verkäuferin einen berät, anschließend die Auswahl in die Umkleidekabine bringt und bei der Entscheidungsfindung behilflich ist. Findige Einzelhandelsunternehmen haben diesen Mehrwert erkannt und ihr Geschäft zu einem Treffpunkt für Gleichgesinnte gemacht. Manche sind in der Pandemie aus der Not heraus über ihren Instagram-Kanal zum Influencer geworden und verkaufen seitdem erfolgreich online und stationär. Pullover und Hosen alleine reichen schon lange nicht mehr, um Kunden in die Läden zu locken. Sich von der Couch in die Stadt zu bewegen – das muss sich lohnen. Der Modehändler der Zukunft ist Berater, Entertainer, Veranstalter, Gastronom und Psychologe in einem.

VIII FÄLLT DEN MODEDESIGNERN NICHTS NEUES MEHR EIN?

Wer sich schon länger im Modebusiness bewegt, der kennt die Gesetzmäßigkeit, dass alle Jahre wieder das Comeback vergangener Dekaden ausgerufen wird. Mal sind es die Sixties, dann die Seventies, bis vor kurzem waren es die Achtziger, und aktuell feiern die Neunziger ihre Rückkehr, nur dass die Hüfthose jetzt *low waist* heißt, bauchfrei *cropped* und Jeans mit Löchern als *destroyed denim* bezeichnet werden. Am Ende eines Schauenmarathons stellt dann irgendein Modejournalist die elementare Frage, ob den Designern nichts anderes einfällt als die Wiederauflage vergangener Epochen. Antwort: Nein, wie auch?!>

Eine Hose hat zwei Beine, eine Jacke zwei Ärmel, die Silhouetten sind mal schmal, mal oversized, Röcke bewegen sich zwischen Mini und Midi, Hosen zwischen schmal und weit. Wie soll man heute ein Bekleidungsstück neu erfinden?

Das Neue in der Mode ist die maximale Freiheit, wie man Kleidung und damit die eigene Persönlichkeit inszeniert, die Art, wie man sportlich mit feminin mixt und Farben zusammenstellt. Der ehemalige Gucci-Chefdesigner Alessandro Michele hat mit seinen spielerischen Ideen den Weg für einen neuen Eklektizismus geebnet. Alles ist möglich statt Modediktat. Diese maximale Freiheit in der Mode ist die größte Errungenschaft.

IX SIND INTELLIGENTE STOFFE DIE NEUEN INNOVATIONSTREIBER?

Es gibt T-Shirts, die Puls, Atmung und Körperbewegungen messen können, Jacken mit integriertem Navigationssystem und Stoffe, die die Konfektionsgröße ermitteln können. Der Denimanbieter Levi's hat in Zusammenarbeit mit Google das „Connected Smart Jacket“ entwickelt, eine mit dem Internet verbundene Jacke für Radfahrer, die es möglich macht, Musik zu hören oder Anrufe anzunehmen, indem man einen Sensor am Ärmel berührt. Befreite Coco Chanel die Frauen vom Korsett und machte Yves Saint Laurent den Hosenanzug gesellschaftsfähig, sind heute Stoffe die Innovationstreiber.

Jersey ist das Material der Stunde. Hosen, Blazer, selbst Anzüge für Männer tragen sich dank des elastischen Materials fast so bequem wie eine Jogginghose. Dem technischen Fortschritt sind bei den Materialien kaum noch Grenzen gesetzt. Man kann sagen: Die Weber sind mit innovativen und auch zunehmend nachhaltigen Stoffentwicklungen die wahren Neuentwickler. Die Modemarken können sich an den Sportmarken ein Beispiel nehmen.

X IST GENDER MODETREND ODER ZEITENWENDE?

Ob Männlein oder Weiblein, diese Frage will sich die Generation Z, also die zwischen 1997 und 2012 Geborenen, immer weniger stellen müssen. Sie plädiert für eine Auflösung der tradierten Geschlechterrollen. Eine Forderung, die Zündstoff birgt. Doch es geht bei diesem Thema um mehr als darum, ob durch das Gendern die deutsche Sprache verschandelt wird oder ob es sich für Ältere komisch anhört, wenn Anne Will ihre Sendung konsequent im Gendermodus moderiert. Es geht darum, dass die nächste Generation veränderte Rollenmuster und aufbrechende Geschlechterstereotype fordert, die für einen Umbruch in Wirtschaft und Gesellschaft stehen.

In urbanem Umfeld sind immer mehr junge Männer mit Halskette, Seidenbluse oder Absatzschuhen zu sehen, und natürlich gibt es genderneutrale Produkte in der Modebranche wie etwa bei Gucci, Converse und Adidas zu kaufen. Dieser Trend steht im Widerspruch zu der Entwicklung, dass in einigen Ländern patriarchale Systeme mit reaktionären Wertvorstellungen und Rollenbildern wieder im Aufwind sind. Ist der Gender-Trend dadurch vorerst steckengeblieben? Sagen wir so: Zumindest international ist es noch ein weiter Weg. <



Johanna Engelhardt, Tessa Saueressig (Comtessa)



Hatice Doğan, Aylin Güler (F.A.Z.), Julia Skora (Reservix)



Christiane Arp (FCG), Ingeborg Harms



Pascal Fischer, Carsten Schneider (Tchoban Voss Architekten)



Lorenzo Achatz (Gucci)



Nadine Wolf, Nina Reuner (beide RPM)



Vivica Bree, Jennifer Wiebking (F.A.Z.), Philipp Bree (PB 0110)



Urs Rechn, Milena Kling, Hanne Willmann



Friederike Hegemann (imPRfection), Marcello Concilio (Ernsting's family), Timm Hartmann



Sarah Georgiev, Alexa Montag (beide Berlinerblau)



Young-Mi Park Snowden, Kiko Dionisio



Doris Brugger, Alda Balestra Stauffenberg



Jürgen Müller (Suits), Nada Lottermann und Vanessa Fuentes (Lottermann and Fuentes)



Abends im Atrium

Wir haben einfach vorgefeiert: Zum Modeempfang im Januar in Berlin kamen fast 400 Gäste ins F.A.Z.-Hauptstadthaus. Im Hintergrund: die Bilder unserer Foto-Edition für die F.A.Z. Selection.



Henning Flüsloh, Sina Martens



Jozo Juric



Helmut Fricke, Johanna Keimeyer



Nora Rochlitzer (V. Communication), Michael Michalsky

Fotos: Jens Gyromax, Julia Zimmermann



Esther Perbandt



Martina Knop-Sydow (Republic), Nicole Röder (Italian Trade Agency)



Nina Wendorff (VDA), Jill Walzer, Sophie Eboisse



Bibiana Beglau



Thorsten Konrad (Ode), Julia Stelzner



Sarah Wittig (Moonchild), Alexandra von Rehlingen (SvR PR)



Charlotte Nolting, Nicola Woyczyk, Olga Pashchievska



Nadja Weisweiler (Wempe), Dirk Schönberger (MCM)



Marc-Martin Straub (Egon Brandstetter), Ingo Müller (Republic)



Mathias Schmitt (Schmott Studios), Gisa Golpira (Golpira)



Bernd Berger (Juvia), Britt Baudach, Ronny Schuster, Judith Dommermuth (Juvia)



Silvana Gritzke, Stefanie Riethdorf (beide Quirin Bank)



Jule Goelsdorf, Egon Brandstetter



Malina Florentine Sternberg, Erol Taskoparan (Egotrips)



Otto Drögsler, Jörg Ehrlich (beide Odeeh)



Katharina Pfannkuch, Tina Husemann (The Dorf)



Carl Tillessen, Aleksandra Jagdfeld (Aleksandraviktor), Sandra Hansen (Lemanjä)



Johannes Krenzer (Witefield), Ali Kiyak (Universal)



Anne-Sophie Monrad, Dany Michalski



William Fan, Louisa Muffler (William Fan)



Wendy Kesicki, Aviva Fukai



Katja Silbermann (favourized), Emilia Silbermann



Theresa Olkus (VDP), Thomas Raudnitzky, Albert Staudt



Laura Kirsch (Republic), Verena Kleinohl (Gerry Weber)



Susan Elias, Reinhard Voigt, Nicole Urbschat (Akris)



EIN HOCKER FÜR JEDE GELEGENHEIT

Bunt ging es zu, auf der Möbelmesse im April 2013 in Mailand. Es war Frühling, und auch für die Möbelbranche ein Aufbruch in die Nach-Eurokrisenzeit. Der Stuttgarter Unternehmer Richard Lampert hatte drei Jahre zuvor einen Klassiker auf den Markt gebracht, den Sessel H57 von Herbert Hirche. Dieser war auf der „Interbau 1956“ in Berlin zu sehen gewesen, zu Hircches 100. Geburtstag kramte Lampert ihn nun wieder hervor. Drei Jahre später entwarf Alexander Seifried den dazu passenden Polsterhocker. Der dreilagige Little Tom ist nur 43 Zentimeter hoch, sein großer Bruder, Big Tom, als Barhocker 74 oder 82 Zentimeter. Die Tom-Familie zeichnet sich durch ihre schlichte Form aus, vier Beine, darauf eine runde Sitzfläche aus Holz oder mit Kissen. Das ist so einfach wie gut und erinnert an einen Melkschemel aus vergangenen Zeiten. Später kamen noch Tische und Poufs hinzu und der Drehhocker Mr. Round, der fürs Büro gedacht ist. Einen echten stapelbaren Hocker gibt es auch, schlicht Tom genannt, farbenfroh in Narzissengelb, Eisgrün und Hellrosa.



EIN BALLON GEFÜLLT MIT LICHT

Mit Glas kennt er sich wie kein zweiter aus. Sein Tisch Bell ist nachgerade ein Klassiker: der Fuß aus mundgeblasenem Glas, darauf eine Metallplatte, die über dem Ganzen zu schweben scheint. Den Prototypen stellte Sebastian Herkner auf der Nachwuchsschau für junge Designtalente in Mailand, dem Salone Satellite, 2009 aus, 2012 nahm ihn die Münchner Marke Clasicon ins Programm. Der Beisteller in verschiedenen Größen wurde fast sofort zum Bestseller. Nicht minder erfolgreich ist die Leuchte Oda, die der 1981 in Bad Mergentheim geborene Herkner 2014 erstmals präsentierte. Dem Designer mit Studio in Offenbach schwebte ein Ballon voll mit Licht vor. Inspiration waren aber auch die Fotos von Wassertürmen des deutschen Fotografenehepaars Hilla und Bernd Becher. Beeindruckend ist allein die schiere Größe der ebenfalls mundgeblasenen Ballone, die auf einem schlichten Stahlgestell ruhen. Über die Jahre hat Herkner die Kollektion für Pulpo stetig vergrößert: Oda gibt es in vier Größen (45, 85, 120 und 140 Zentimeter hoch) und in sieben verschiedenen Farben.



EINE PLATTE, DIE SICH LANG MACHT

Schon in jungen Jahren half Jacob Strobel seinem Onkel in dessen Tischlerei. Später studierte er Holzgestaltung an der Fakultät Angewandte Kunst Schneeberg (Erzgebirge). Heute ist der gebürtige Würzburger, Jahrgang 1978, dort Professor und leitet den Schwerpunkt Möbel- und Produktdesign. Sein liebstes Material: Holz. Wie sehr er dem Naturstoff verbunden ist, bewies er als Designchef der oberösterreichischen Marke Team7. Dort entwickelte er auch den Tisch Tak, der sich aufs Wesentliche beschränkt. Seine Naturholzplatte, die nur 16 Millimeter dick ist, lässt sich auf eine Länge von drei Metern ausziehen. Und das mit drei intuitiven Handgriffen – tak, tak, tak. Das Schöne: Jeder Tisch ist ein Unikat, denn jedes Stück Holz ist anders, und das nicht nur, weil es so viele Arten gibt, von Buche und Eiche über Erle zu Kirsch- und Nussbaum.

Unser Jahrzehnt

Von Peter-Philipp Schmitt

Zehn Lieblingsstücke von deutschen Designern aus zehn Jahren Magazin



EINE KOMMODE DER TAUSEND MÖGLICHKEITEN

Der Berliner Werner Aisslinger hat schon einige Sideboards für die Möbelmarke Interlücke entworfen, da verliert man leicht den Überblick. Auch weil der Name Cube immer wieder eine Rolle spielt. Diese Kommode hat eine charakteristische Schattenfuge, die dem Programm auch ihren Namen gibt: Cube Gap – das englische Wort „gap“ bedeutet Fuge, Abstand, Spalt. Das Schöne daran: Sie dient auch als Griffleiste. Der Entwurf von Aisslinger, Jahrgang 1964, kann frei im Raum oder an der Wand stehen, und er kann auch an einer Wand hängen. Da er aus einzelnen Modulen (Cubes) besteht, ist es ein Möbel der 1000 Möglichkeiten, das sich auswachsen und zum Beispiel eine Abdeckplatte aus Holz und Stein oder sogar mit Polstern haben kann, damit man auf dem Unterbau aus Metall wie auf einer Bank sitzen kann.



EIN SESSEL MIT VIEL SCHWUNG

Die Marke Freifrau ist nur unwesentlich älter als dieses Magazin – um genau zu sein: ein Jahr. Hansjörg Helweg gründete seine Firma 2012, inzwischen haben seine Söhne, die Zwillinge Marc und Niklas Helweg, das Ruder weitgehend übernommen. Von Anfang an dabei war das Hamburger Duo Hoffmann Kahleiss Design, also Birgit Hoffmann, die zugleich Art-Direktorin von Freifrau ist, und Christoph Kahleiss. Klar, dass die beiden auch eine Reihe von Produkten für das Unternehmen mit Sitz in Lemgo entwickelt haben, darunter die Stuhlfamilie Leya. Wer einmal in dem dick gepolsterten Leya Lounge Chair gesessen hat, mag gar nicht mehr aufstehen. Ihn gibt es mit Beinen und auf Kufen, mit Fußkreuz, Rollen und zum Schaukeln, aber auch in dieser beschwingten Variante. Für den Leya Swing Seat reicht schon eine Raumhöhe von 2,20 Metern, mehr ist natürlich noch besser. Und weil's schon drinnen so schön ist, haben Hoffmann und Kahleiss ihr Programm auch noch ins Freie erweitert, mit der Outdoor-Familie Leyasol. Mehr Sitzvergnügen geht eigentlich nicht.



EIN LICHT MIT SPANNUNGSBOGEN

Die Marke Midgard ist schon 104 Jahre alt, ihre Neugründung aber erst neun. 2015 erwarben David Einsiedler und Joke Rasch die Rechte an dem 1919 in Auma (Thüringen) von Curt Fischer gegründeten und für lenkbares Licht bekannten Unternehmen, das 1971 in der DDR enteignet worden war. Zunächst legten sie einige alte Produkte wieder auf, konnten dann aber den Münchner Designer Stefan Diez dafür gewinnen, den ersten Entwurf einer neuen Midgard-Leuchte seit den Fünfzigerjahren zu entwickeln. Diez ging radikal an den Auftrag heran: Er nahm einen Fiberglasstab, den er mithilfe des Leuchtenkabels zu einem Bogen spannte. Der Kopf seiner Ayno wird durch das Verschieben zweier Feststellringe in die gewünschte Position gebracht. Der Schirm ist schwenk-, das Licht dadurch lenkbar. Inzwischen gibt es mehrere Versionen, für Tisch, Boden, Wand. Ausgestreckt ist die Ayno im XL-Format nahezu fünf Meter hoch. Da sie nur aus drei Werkstoffen besteht, die wiederverwertet werden können (und für die Leuchte schon wurden), und alle Teile, wenn sie denn kaputt gehen (siehe Seite 62), austauschbar sind, überzeugt der Entwurf auch durch seine Nachhaltigkeit.



EIN WERKSTOFF, DER NICHT ROSTET

Stahl ist ein Material mit vielen Vorzügen: Es lässt sich beinahe beliebig formen, es rostet nicht, und man kann es wieder einschmelzen. Die Nützlichkeit des Werkstoffs brachte David Piel dazu, sich vor neun Jahren mit seinem Unternehmen Echtstahl in Swisttal unweit von Bonn selbständig zu machen. Schnell knüpfte er Kontakte zu jungen Designern, unter ihnen auch Mark Braun aus Berlin. Der gelernte Tischler, Jahrgang 1975, hatte schon länger die Idee für einen Stuhl im Kopf, seit er auf einer Reise durch Syrien 2010 „markante Stuhl- und Hocker-Eigenkonstruktionen“ gesehen hatte. So entstand die aus gebogenen Rohren und gefalteten Blechen bestehende Sitzmöbelserie Hama. Stuhl wie Sessel, Barhocker und Bank sind stapelbar und in mehreren, auch knalligen Farben zu haben. Besonders bequem: Jedes Produkt lässt sich leicht transportieren, denn Mark Braun, der seit 2006 sein eigenes Studio in Berlin führt, hat an den Seiten der Sitze und der Rückenlehne praktische „Handgriffe“ angebracht.



EIN PONY FÜRS HOMEOFFICE

Corona hinterlässt seine Spuren, auch die Möbelbranche war von der Pandemie massiv betroffen. Die Umsätze stiegen, denn plötzlich blieben viele Arbeitnehmer zu Hause – und wollten sich dort, im Homeoffice, auch wohlfühlen. Zugleich setzte sich der Trend zu kleinen, platzsparenden und mobilen Arbeitsplätzen fort. Bestes Beispiel: die Sitz-Tisch-Kombination Pony vom Münchner Duo Relvão Kellermann. Ana Relvão, Jahrgang 1986, ist gebürtige Portugiesin, Gerhardt Kellermann wurde 1983 in Rumänien geboren. Ihr rollendes Pony wiegt nur 18,5 Kilogramm, die exzentrische Tischplatte ist drehbar und passt sich dem Sitzenden in Abstand und Position an. Sie ist groß genug für einen Laptop, doch kann man auch gut an ihr eine Mittagspause einlegen. Die Marke Gumpo bietet Pony in sechs Farben an: Buttercrème-Gelb, Casinogrün, Indigoblau, Graphitschwarz, Dunkelrot, Hellgrau.

EIN STRAHLER ALS STÄNDIGER BEGLEITER

Es waren zwei anstrengende Wochen für Timon und Melchior Grau: Als wandelnde Porträts gingen sie 2016 in einer Athener Galerie auf und ab, ein Kunstprojekt der jungen Künstler. Am Ende entstand eine Idee: eine Leuchte zum Tragen. Praktischerweise hatten die Eltern eine nach dem Vater benannte Leuchtenmarke, Tobias Grau. Seit 2022 führen die Söhne sie unter dem Namen GRAU weiter. Ihre Leuchte Parrot ist dem menschlichen Körper nachempfunden, hat einen runden Kopf und einen langen schmalen Körper. Die Aluminiumstange ist höhenverstellbar, der Kopf lässt sich um 30 Grad neigen und um 310 Grad drehen, das Licht dimmen. Je nach Höhe, Position und Lichtintensität verändert sich der Raum, in dem sie bewegt wird. Wichtig waren ihren Entwerfern auch die Farben, „die an Assoziationen mit natürlichem Licht anknüpfen“: Es gibt sie in Blau wie das Licht am Morgen, in Orange wie das Licht bei Sonnenuntergang, in Weiß (für den lichten Tag) und in Schwarz (die dunkle Nacht).



EINE HOMMAGE AUS DEM CHIEMGAU

Hier kommt Kurt. Der kleine Sekretär, der ohne Schrauben auskommt, ist als Hommage an Kurt Weidemann zu verstehen. Der berühmte deutsche Grafikdesigner und Hochschullehrer wäre am 15. Dezember 100 Jahre alt geworden. Kurt ist schnell erklärt: Beine durch die Platte stecken, Riegel durch die Beine schieben, Kurt aufstellen. Das ist so simpel wie genial und ist ein weiteres Beispiel dafür, was für ein grandioser Designer Nils Holger Moormann ist. Der hat sich zwar vor zweieinhalb Jahren von seinem nach ihm benannten Aschauer Unternehmen verabschiedet, doch der (im positivsten Sinne) Querdenker der deutschen Designszene, gerade erst 70 Jahre alt geworden (nachträglich alles Gute!), denkt natürlich nicht ans Aufhören. Zum Glück, wie man an diesem nachhaltig in Handwerksbetrieben im Chiemgau hergestellten Sekretär sehen kann.



MEISTER UNSERER ZEIT

Fotos: Keesa Schluener/NT/afp, Bestimage, ddp, izi, Getty, imago, Picture Alliance

Tattoos sind so alt wie die Menschheit. Aber in den vergangenen zehn Jahren hat der Hype so richtig zugestochen, auch wegen eines Meisters aus New York. Ein Gespräch mit Bang Bang.

Von Jennifer Wiebking

Lässt man Keith McCurdy, besser bekannt als Bang Bang, eines seiner Werke beschreiben, dann klingt das so:

„Es handelt sich nur um eine einzelne Zeile, und die ist rückwärts geschrieben. Man kann sie nicht lesen, selbst wenn man ganz nah herantritt. Eigentlich ist es nur eine Linie. Aber diese Linie bewegt sich mit ihrer Besitzerin und betont die Bewegung. So entsteht eine geradezu dramatische Form. Sie bewegt ihre Schulter, und die Linie bewegt sich auch.“

Das Werk, von dem Bang Bang spricht, sitzt auf dem Dekolleté von Rihanna. Deshalb kann es sich der Tattoo-Künstler auch leisten hinzuzufügen: „Als wir das Motiv stachen, war es einzigartig. Jetzt kann ich nirgendwo auf der Welt eine Straße entlangspazieren, ohne es zu sehen.“

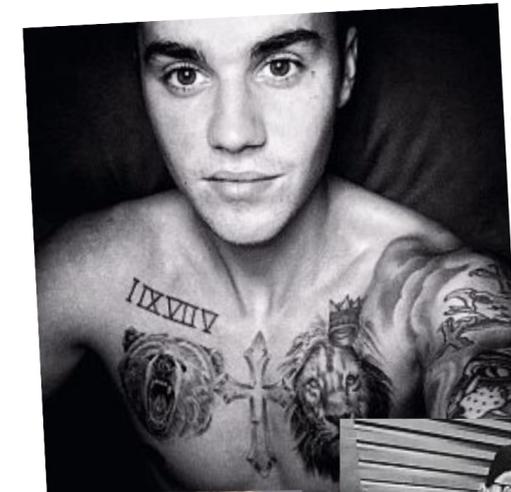
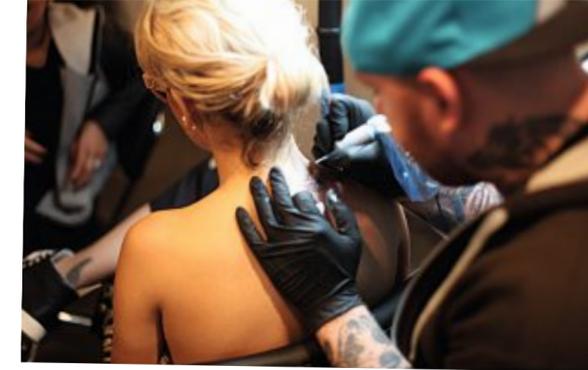
Bescheidenheit war vielleicht auch gestern. Bang Bang jedenfalls, und das ist keine Übertreibung, ist nicht nur ein Selbstvermarkter von heute, er ist überhaupt ein Meister unserer Zeit, ein Künstler, der allerdings nicht eine Leinwand aus Papier hat oder eine Hauswand, sondern die menschliche Haut. Bang Bang nennt es „die persönlichste Leinwand, die es gibt“.

Tattoos sind so alt wie die Menschheit. Dazu später, aber der Aufstieg des Tattoos in den vergangenen zehn Jahren ist gemessen an seiner Historie trotzdem beachtlich. Im Jahr 2013, da waren die Steißbeintattoos noch nicht vergessen, die sich viele Frauen ein Jahrzehnt zuvor hatten stechen lassen, was die meisten von ihnen später bereuten. Im Jahr 2013, da entbrannte hierzulande die Diskussion über ein Tattoo-Verbot bei der Polizei, als sich ein bayerischer Beamter das Wort „Aloha“ auf den Unterarm tätowieren lassen wollte. Die Erlaubnis bekam er nach einem langwierigen Rechtsstreit erst im Januar dieses Jahres – unter der Bedingung, dass er das Tattoo im Dienst so verdeckt, dass es nicht zu sehen ist. An wenigen anderen Orten ist das Tattoo noch ein Hindernis: Im Sommer 2022 warb die Hotelkette Ruby sogar damit, zum Jobvertrag eine neue Tätowierung zu spendieren. 2012 waren laut einer Ipsos-Umfrage elf Prozent der Deutschen tätowiert. 2019 waren es schon 20 Prozent. In den Vereinigten Staaten stieg die Zahl im selben Zeitraum von 21 auf 30 Prozent.

Bang Bang kann die Umdeutung des Tattoos in den vergangenen zehn Jahren gut auf den Punkt bringen: „Damals war es noch ein Zeichen für Rebellion. Das Tattoo war noch stigmatisiert. Heute ist es ein Merkmal für Schönheit und Lifestyle.“ Dafür verantwortlich sind allen voran berühmte Frauen: Miley Cyrus, Katy Perry, Rita Ora, Selena Gomez, Cara Delevingne, Rihanna. Bang Bang kennt sie alle, er hat sie alle tätowiert.

New York ist nicht gerade um die Ecke, aber davon abgesehen passt es, dass man sich mit diesem modernen Meister per Zoom unterhält. Bang Bang versinkt auf dem Bildschirm in einem türkisfarbenen Hoodie, immer mal wieder blitzt sein tätowierter Schädel hervor, oder eine tätowierte Hand erscheint auf einmal groß vor der Kamera. Die Digitalisierung, allen voran Social Media, hat das Tattoo maßgeblich zu dem gemacht, was es heute ist. Wir sehen viel mehr Bilder, von berühmten Menschen, von Halbberühmtheiten, von solchen, die wir ohne Instagram, TikTok und Facebook niemals kennengelernt hätten, und sie zeigen uns ihre Tätowierungen. Wir sehen unabhängig von unserem Wohnort auf diese Weise besonders schöne und außergewöhnliche Tattoos. „Zuvor nahmen die Menschen vor allem die Tattoos in ihrem Umfeld wahr“, sagt Bang Bang. „Jetzt sehen sie auf ihren Handys die besten Tattoos, die es gibt.“ Vielleicht hat sich die Qualität sogar verbessert, denn die Künstler hätten ihre eigene Followerschaft. „Zuvor waren sie von ihren Studios abhängig. Jetzt können sie ein Studio verlassen, aber den Kontakt zu ihren Fans weiterhin halten. Die Macht hat sich verlagert, nicht die Studios haben sie, sondern die Künstler.“

Sie können sich also ganz anders ausleben, so kam es zu allen möglichen Trends in den vergangenen zehn Jahren. Selbst Gesichtstattoos waren auf einmal in Ordnung. Zu weiteren Mikrotrends gehörten: Kulinarik-Tattoos, Schriftzüge, Finger-Tattoos – für Frauen wie Männer. Dass unter den Prominenten, die zu Bang Bangs Klientel zählen, so viele Frauen sind, zeigt, wie sich das Image des Tattoos verändert hat.



Bang Bang hat sie alle tätowiert: Rita Ora, Justin Bieber, Kylie Jenner (mit dem Künstler), Cara Delevingne, Rihanna sowie ihr tätowierter Unterarm (von oben nach unten)



„Der erste Dominostein fiel damals mit Angelina Jolie“, sagt er, also in den Nullerjahren. „Sie war das It-Girl der Zeit, und sie war tätowiert. Spätestens mit Miley Cyrus, von vielen jungen Frauen bewundert, wurde aus dem Tattoo auf einmal etwas total Weibliches.“ Die Tätowierung symbolisierte den modernen Feminismus. Vielleicht nicht mehr, als auch Slogan-T-Shirts oder roter Lippenstift im richtigen Zusammenhang auf einmal dafür standen, aber eben auch nicht weniger.

Rihanna trug damals schon das berühmte „Shhhh“ auf ihrem Zeigefinger. Und die Pistole oberhalb der Rippen. Auf ihrer Hüfte saß auch schon ein Sanskrit-Vers – das erste Tattoo von Bang Bang auf ihrem Körper. Der Künstler arbeitete im Jahr 2007 in einem eher schäbigen Studio namens „Whatever Tattoo“ in Greenwich Village, und die Künstlerin „war noch nicht super berühmt“. Das Lied „Umbrella“ war gerade erst erschienen, Bang Bang wusste nicht, wer da zu ihm ins Studio gefunden hatte. „Vielleicht war das für sie sogar mal ganz erholsam“, sagt er heute. Er erledigte

seine Arbeit, ging nach Hause und googlete ihren Namen. „Und es folgte ein Hit von ihr nach dem anderen.“ Bang Bangs Karriere verlief ähnlich, wenn auch auf einem niedrigeren Niveau. Es folgte Hit auf Hit. Katy Perry kam zu ihm, er ging sogar mal mit ihr auf Tournee, um das ganze Team zu tätowieren. Irgendwann war es ausgemachte Sache, dass Bang Bang, der zu diesem Zeitpunkt noch kein eigenes Studio hatte, wohl eine große Nummer im Tättoogeschäft sein musste.

„Ich bin nicht besser als viele andere Künstler“, sagt Bang Bang über den Bildschirm, „aber ich denke, ich verstehe, dass die Positionierung eines Tattoos entscheidender ist als die Komplexität eines Werks.“ Das sei eine der ersten Fragen, die er mit seinen Kunden kläre. „Welcher Teil des Körpers soll tätowiert werden? Das gibt mir schon mal eine Idee davon, welche Formen möglich sind. Etwas Rundes kann man zum Beispiel niemals auf eine Stelle setzen, die nicht glatt bleibt. Wenn Sie also sagen, Sie hätten gerne ein Tattoo am Ohr, dann denke ich über Formen nach, bevor es an das konkrete Motiv geht. Was hebt diese Stelle hervor und ist anders als das, was man dort schon kennt?“

Bei Cara Delevingne war es der Zeigefinger im Jahr 2013. Das war das Jahr, in dem Bang Bang sein eigenes Studio eröffnete. „My first tattoo! Lions rule“, schrieb das Model daraufhin bei Instagram. Und: „Thank you so much @bangbangnyc @badgalriri“ – womit auch klar war, wer sie dorthin geschickt hatte: Rihanna. „Cara wünschte sich ursprünglich das Wort ‚Löwe‘ auf ihrem Finger. Und ich sagte: Nein, nein, das wird ein Schmuckstück, lass es uns richtig üppig gestalten.“ Cara Delevingne ist für einige Äußerlichkeiten bekannt: ihre großen Augen, dazu ihre markanten Augenbrauen, die sie lustig verziehen kann. Sie ist aber auch bekannt für ihren Zeigefinger, seit sie den in einer Kampagne für die Uhrenmarke Tag Heuer 2016 ganz dicht vor die Kamera hielt. Er ist so präsent, dass er für diesen Auftritt hätte kreierte sein können. Dabei hatte Bang Bang den Tattoo Löwen schon Jahre zuvor auf ihre Haut gesetzt.

„Manchmal kommen die Leute hier rein und wissen gar nicht, was sie wollen“, sagt Bang Bang. „Dann mache ich ein bisschen Detektivarbeit und stelle Fragen: Wo kommst du her? Was ist für dich das Wichtigste? Welche Tätowierungen magst du? Was liebst du, was hasst du?“

Und dann? Worüber redet Bang Bang mit seinen berühmten Kunden beim Tätowieren? „Manchmal hören wir Musik, manchmal schauen wir Basketball, manchmal reden wir Quatsch. Manchmal muss ich mit ihnen schimpfen, weil sie sich zu sehr bewegen. Manchmal haben sie zu viel getrunken, manchmal sind sie total erschöpft von der vielen Reiserie. Manchmal habe ich Sportler, die von einer Veranstaltung kommen und direkt danach wieder zum Training los müssen.“

Als Keith McCurdy heranwuchs, deutete wenig auf eine spätere Spitzenkarriere hin – im Bundesstaat Delaware, in einem Land, in dem, anders als es der amerikanische Traum suggeriert, vieles im Leben von den finanziellen Voraussetzungen abhängig ist. Sein Vater war 16 Jahre alt, als Keith zur Welt kam, seine Mutter 17. Die beiden trennten sich schnell nach der Geburt. Der Vater ging aufs College, die Mutter arbeitete zunächst als Stripperin, um sich und den Jungen durchzubringen. So berichtete es die „New York Times“. Später gründete die Mutter ein Unternehmen für Putzdienstleistungen. Der Sohn half mit.

Keith war kein sonderlich guter Schüler. Mit 15 Jahren wünschte er sich ein erstes Tattoo. Er hatte in seinem Heimatort in Delaware einen Künstler getroffen, dessen Werke den jungen Mann faszinierten. „Aber ein Tattoo war teuer, und ein Set zum Tätowieren war günstig. Also kaufte ich das Set und dachte, tätowierst du dich eben selbst.“ Das Ergebnis muss halbwegs vielversprechend gewesen sein, denn Bang Bang sagt: „In derselben Woche habe ich noch meine Freunde tätowiert, dann Freunde von Freunden und so weiter.“ Drei Monate, nachdem sich Keith McCurdy zum ersten Mal tätowiert hatte, nahm er einen Job in einem Studio an. Die High School beendete er nicht. „Die Person, die mich eingestellt hat, muss wirklich an mich geglaubt haben. Mir hat das sehr viel Selbstbewusstsein gegeben. Ich war immer der Jüngste und konnte von den Älteren lernen.“

Und noch etwas sei ihm, dem angehenden Künstler, früh bewusst geworden: die Bedeutung eines Künstlernamens. „Ich wollte etwas, das einfacher im Gedächtnis bleibt als Keith McCurdy. Etwas, das man googlen konnte. Einer meiner Lehrer hieß Needles. Man findet ihn bis heute nicht im Internet.“ So kam Keith McCurdy recht früh zu seinem überaus selbstbewussten Namen.

Mit 19 Jahren zog Bang Bang nach New York. Bald darauf folgte die Sache mit Rihanna. „Mit 22 nahm ich einen Job im damals besten Tattoostudio der Welt an, ‚Last Rites‘. Zu der Zeit war es bekannt für die aufwendigsten Tätowierungen, vor allem für schauerliches Zeug. Die meisten Kunden waren Männer.“ Dort feilte Bang Bang nicht nur an seinem Handwerk, er erkannte auch, wie maskulin die Tattoowelt wirklich war. „Ich wollte mehr Frauen tätowieren und zeigen, dass ein Tattoo nicht zwangsläufig ein und dasselbe Image transportieren muss, sondern einfach den Stil jedes Menschen und seine Anatomie unterstreichen kann.“

Er verließ „Last Rites“ und machte sich im Jahr 2013 selbstständig. „Ich wollte etwas gründen, was größer ist als diese beiden Hände.“ Seine Werke wurden ja ständig fotografiert. „Vielleicht war ich zu diesem Zeitpunkt schon einer der wichtigsten Künstler der Welt, nur ging es dabei nie um meinen Namen.“ Und noch etwas wurde ihm bewusst: „Tattookünstler sind wie Athleten. Uns bleibt nur eine gewisse Zeit, in der wir unsere beste Arbeit abliefern können. Unsere Augen werden schwächer.“ Bang Bang tippt sich dabei an eine im Vergleich zu seinen Tätowierungen unscheinbare

Brille. „Unser Nacken wird schwächer. Ich habe es bei den besten Leuten gesehen: Irgendwann wiederholen sie sich. Sie können mit ihrem jüngeren Selbst einfach nicht mehr Schritt halten.“ Das würde auch ihn früher oder später ereilen. Bang Bang machte sich in dieser Hinsicht keine Illusionen. „Deshalb wollte ich etwas gründen, das meine eigene Karriere überdauert.“ Deshalb das Studio oder, wie er es formuliert: „die Marke“.

Der Vater zweier Töchter im Kindes- und Teenageralter beugt sich natürlich noch immer hin und wieder über die Liege, zumindest, wenn die Stammklientel da ist. Von jetzt an wird er ihnen trotzdem nicht seine übliche Arbeit verpassen: „Sämtliche Tattoos, die ich 2023 machen werde, und das sind etwa 30 bis 50, werden Magic Ink sein.“

Tinte auf Haut, Motive an den richtigen Körperstellen, mal großflächig im Gesicht, mal mikroskopisch klein auf dem Finger, das alles könnte nur der Anfang des Tattoos sein, wie wir es kennen. Die Zukunft hieß dann: Magic Ink. Bei der Zaubertinte handelt es sich um eine Entwicklung zweier Professoren, die an dem zur Universität von Colorado gehörenden Atlas-Institut forschen. Ursprünglich hatten Carson Bruns und Jesse Butterfield nur einen UV-Alarm im Blick, als Tattoo auf der Haut. Die Tinte reagiert auf UV-Licht und leuchtet auf, wenn die Strahlung zu hoch ist. Als die Forscher an Bang Bang herantraten, drehte der Tattookünstler die Idee weiter. „Die Tinte reagiert auch auf weißes Licht“, sagt er. „Das ist das Licht einer Taschenlampe, des Handys oder einer gewöhnlichen Wohnzimmerleuchte.“ Strahlt der Alarm bei UV-Licht auf, verblasst er bei weißem Licht. Irgendwann ist nichts mehr zu sehen.

In Bang Bangs Vorstellung wurde daraus ein Tattoo, das bei Bedarf an- und ausgeschaltet werden kann, das kreativ ein modernes Meisterwerk sein könnte, das auch irgendwann mehr könnte als nur UV-Strahlung zu melden. Bang Bang streckt seine Hand in die Kamera. Darauf ist ein rotes Herz tätowiert. „Das ist Magic Ink. Es wird immer ein Herz sein, denn so ist es tätowiert. Aber ich könnte darin verschiedene Bereiche tätowieren und mit fortschreitender Technologie wählen, was wann sichtbar ist.“

Ein Tattoo ist ein Tattoo, es dekoriert den Körper. Mal hatte es diesen Ruf, mal jenen. „Mit Tattoos sind wir Menschen vertraut“, sagt Bang Bang. „Ötzi, die älteste bekannte Mumie, trug 61 Tätowierungen. Das zeigt doch, welche Bedeutung das Tattoo für uns hat.“ Ganz anders seien da Implantate, sagt Bang Bang. „Die meisten Menschen fühlen sich mit der Vorstellung, sich eines einsetzen zu lassen, nicht gerade wohl. Ich tue es jedenfalls nicht. Andererseits ist die Brücke zwischen Technologie und unseren Körpern längst geschlagen.“ Das Tattoo, dieses sympathische Dekor, könnte uns die Leistung eines Smartphones oder mehr möglicherweise irgendwann bis unter die Haut bringen: „Das Tattoo könnte mich nicht nur dekorieren, sondern mir auch helfen.“ Das erste Magic-Ink-Tattoo hat Bang Bang im vergangenen Juni schon verkauft – über eine NFT-Auktion, für 100 ETH. Rechnet man die Kryptowährung um, macht das gut 140.000 Euro. Stechen muss er es noch, das Magic-Ink-Tattoo: „Irgendwann in diesem Jahr, spätestens Anfang nächsten Jahres wird es so weit sein“, sagt Bang Bang. „Das Motiv steht noch nicht fest. Das muss der Besitzer entscheiden.“ Wer das ist? Schweigen.

In der Woche dieses Gesprächs ist ein anderes Tattoo zu einem großen Thema geworden: Lionel Messi. Nach dem Sieg der Argentinier bei der Fußball-WM in Qatar wollten sich viele Fans den Spieler als Motiv auf der Haut verewigen lassen. „Ich habe schon alle möglichen Hypes erlebt“, sagt Bang Bang. „Sobald ein Promi ein Tattoo trägt, wollen das auch immer viele.“ Er könne das verstehen. „Wer weiß schon, wie er sein eigenes Tattoo entwerfen soll. Die meisten Leute wissen ja gar nicht, wie sie irgendetwas entwerfen sollen. Also lassen wir uns von dem inspirieren, was wir sehen. Jemand findet einen Sportler toll und will so ein Tattoo. Ist doch klar.“ Sein Job dann? „Demjenigen das erst mal auszureden.“

Bang Bang musste sich bei seiner berühmten Wegbereiterin Rihanna auch schon mal selbst ein Tattoo ausreden. „Ich hätte beinahe mal eine zerbrochene Gitarre mit Unterwäsche auf ihren Unterarm tätowiert.“ Es war schon alles vorbereitet. Das Stencil, die Vorlage für ein Tattoo, stand. Dann zweifelte Bang Bang an der Idee. Rihanna lief einige Tage mit den Umrissen dessen, was später ihr Motiv werden sollte, auf dem Arm herum. „Dann entschieden wir uns dagegen. Und ich bin froh, dass wir es nie durchgezogen haben.“



„Wir Tattookünstler sind ein bisschen wie Athleten. Uns bleibt nur eine gewisse Zeit, in der wir unsere beste Arbeit abliefern können“, Bang Bangs Studio in New York (oben), Formel-1-Star Lewis Hamilton mit Bang-Bang-Tattoos (unten)

Foto: Krista Schuiter/NYTimes, Beirsmage

Creme hoch zehn

Von Claus Eckert (Text und Fotos)

Zum Jubiläum des Magazins backen wir ausnahmsweise einen Kuchen – mit einer runden Zahl und vielen Kalorien.



„Wir brauchen einen Jubiläumskuchen für das Zehn-Jahres-Magazin!“ Das war die Bitte der Redaktion, und deshalb gibt es dieses Mal ein Rezept für einen Zahlenkuchen, damit Sie für den Rest Ihres Lebens alle Geburtstagskinder und Jubilare zu jedem erdenklichen Jahrestag beglückwünschen können. Richtig viel Arbeit werden Sie allerdings haben, wenn die Jahreszahlen dann dreistellig werden.

Fertigen Sie zuerst auf Din-A4-Papier Zahlenschablonen zum Ausschneiden. Am einfachsten geht das mit Dateien zum Ausdrucken aus dem Internet. In der Suche also zum Beispiel eingeben: „Zahlenkuchen zum Ausdrucken“.

Der Grundstrich, also die Breite eines „Zahlenschenkels“, sollte gut fünf Zentimeter betragen. Machen Sie sich gegebenenfalls eine Skizze, mit der Sie die Dekoration der Torte im Vorfeld planen. Das Angebot in den Regalen mit Backzutaten ist vielfältig, oder Sie nehmen zum Beispiel Beeren, Süßigkeiten, kleine Figürchen und Kuchenkerzen. Besonders edel wird es mit essbarem Blattgold und getrockneten Blüten.

Stellen Sie einen Mürbeteig aus den genannten Zutaten her. Sieben Sie dazu das Mehl und den Puderzucker in die Rührschüssel einer Küchenmaschine und vermischen Sie es mit gemahlener Mandeln und der Prise Salz. Geben Sie die verrührten Eier und den Vanilleextrakt in die langsam laufende Maschine, anschließend die sehr kalte und in etwa Ein-Zentimeter-Stücke gewürfelte Butter dazu. Sobald sich Butter und andere Zutaten verbinden, nehmen Sie den Teig aus der Schüssel und verkneten ihn mit den Händen kurz weiter, formen eine Kugel, die Sie nun in Frischhaltefolie verpackt für mindestens 30 Minuten in den Kühlschrank geben oder bis zur weiteren Verarbeitung aufbewahren.

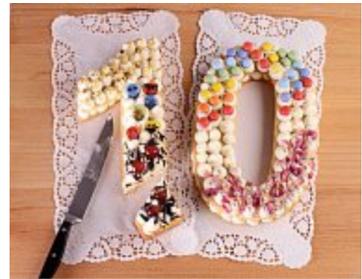
Weiterrühren Sie für die Creme ebenfalls mit der Küchenmaschine Frischkäse und gesiebten Puderzucker, geben Sie Vanilleextrakt, Salz und

den Quark hinzu. Wenn alles glatt ist, gießen Sie bei höherer Geschwindigkeit nach und nach die Sahne und immer wieder das Sahnesteif dazu, rühren alles zu einer festen Creme. Sie muss „Stand“ haben, schließlich ist sie Füllung und das Topping der Mürbeteigböden. Kalt stellen.

Jede der beiden Zahlen benötigen Sie zweimal, und zwar als Boden und als Decke. (Es sei denn, Sie wollen eine dreistöckige Torte bauen.) Nehmen Sie ein Viertel des inzwischen durchgekühlten Teigs, und walzen Sie ihn unter Zuhilfenahme von etwas Mehl zu einer fünf Millimeter dicken Platte aus. Legen Sie die ausgeschnittene Schablone darauf und schneiden mit einem scharfen, spitzen Messer die gewünschte Zahl aus. (Die Teigabschnitte eignen sich später zum Backen von Keksen oder einer Tarte Tatin.)

Verfahren Sie so mit den anderen Ziffern, und legen Sie sie noch einmal 30 Minuten auf einer ebenen Platte in den Gefrierschrank. Anschließend backen Sie diese etwa 15 bis 17 Minuten bei 170 Grad, bis sie appetitlich hellbraun aussehen. Auskühlen lassen. Natürlich ist vor und nach dem Backen größte Sorgfalt geboten, damit Sie keine Bruchzahlen produzieren.

Füllen Sie nun die Creme in eine Spritztüte mit breiter Tülle, und setzen Sie etwa 15 Millimeter breite Cremekugeln dicht an dicht entlang der Außenkanten der beiden unteren Zifferböden und eine weitere Reihe dazwischen. Somit sind es am Ende Dreierreihen. Mit einer weiteren Spritztüte, zum Beispiel einem Plastikbeutel, an dem Sie eine Ecke etwa fünf Millimeter weit abschneiden, können Sie nun noch glattgerührte Marmelade zwischen die Cremetupfen spritzen. Setzen Sie nun den oberen Mürbeteigboden auf die Cremeschicht, und versehen Sie ihn ebenfalls schön regelmäßig in Dreierreihen mit den Cremetupfen. Hier zahlt sich Sorgfalt aus, denn das ist die Schauseite, die Sie nun mit dem von Ihnen gewählten Dekor versehen.



Die Cremetupfen auf dem Mürbeteig sehen schon mal gut aus. Noch schöner wird es, wenn sie mit Smarties dekoriert werden.



ZUTATEN

Der Mürbeteig (für einen Kuchen aus zwei Zahlen):

400g Butter
200g Puderzucker
½ TL Salz
1,5 TL Vanilleextrakt
2 große Eier
650g Mehl
200g gemahlene Mandeln

Die Creme:

500g Frischkäse
200g Puderzucker
500g Speisequark
½ l Sahne
1,5 TL Vanilleextrakt
½ TL Salz
125 g San-apt (Sahnesteif)
Marmelade nach Gusto

Die Deko:

Bleibt Ihnen und dem Anlass überlassen. Vorsicht mit färbenden Glasuren, die den Gesamteindruck beeinträchtigen können.



Isabel Asha Penzlien, 2014



Loes Heerink, 2015



Thomas Kellner, 2016



Daniel Pilar, 2017



Ricardo Wiesinger, 2018



Kathrin Makowski, 2019



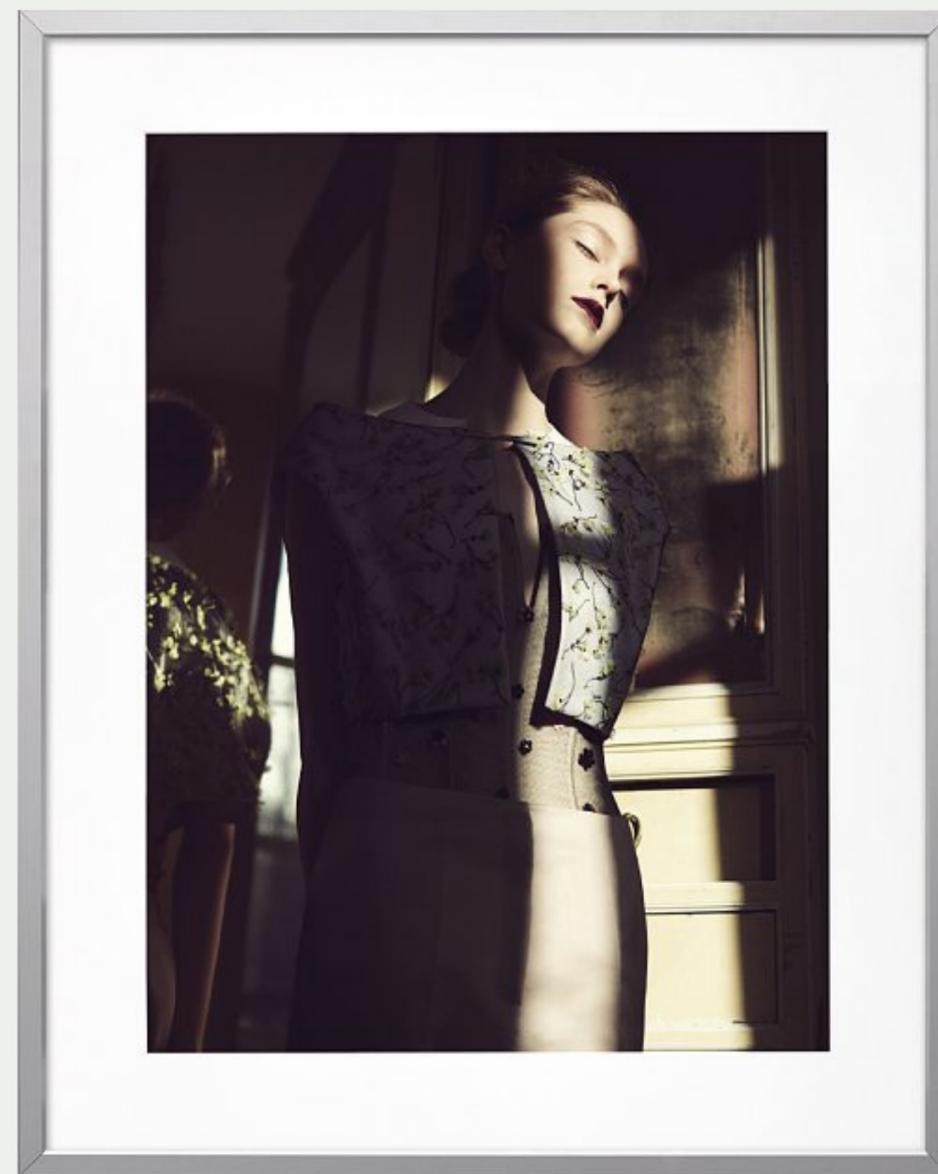
Ute und Werner Mahler, 2020



Schmott Studios, 2021



Maria Irí, 2022



Markus Jans, 2013

Zehn Bilder aus zehn Jahren

Vor zehn Jahren, im Februar 2013, erschien das neue F.A.Z.-Magazin zum ersten Mal. Zum Jubiläum hat unsere Redaktion für F.A.Z. Selection zehn Fotos aus dem Magazin ausgewählt, die ihr in Erinnerung geblieben sind. Die Bilder sind im Großformat des Magazins auf Fine-Art-Papier (Hahnemühle PhotoRag Baryta) gedruckt und werden in einem Rahmen aus gebürstetem Aluminium mit Museumsglas (50×40 Zentimeter) geliefert.

Jedes Bild ist auf 30 Exemplare limitiert, nummeriert und vom Fotografen signiert.

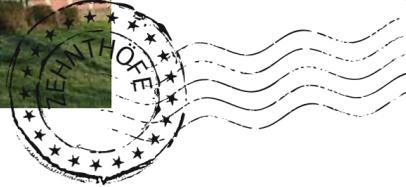
Sichern Sie sich Ihr Bild für 590 Euro, erhältlich in unserem Onlineshop.



Früher stand in **Sinzig** die erste urkundlich nachgewiesene Königspfalz in Deutschland. Sie ging zurück auf Pippin den Jüngeren und das Jahr 762. Am 16. Januar 855 schenkte Kaiser Lothar I. das Grundstück mit all seinen Gebäuden dem Marienstift in Aachen. Dort verblieb es bis zur Säkularisierung und dem Verkauf des Zehnthofs unter Napoleon im Jahr 1804. Der schlossartige Bau stammt aus dem 19. Jahrhundert, er wird von der im frühen 13. Jahrhundert errichteten Pfarrkirche St. Peter bis heute überragt.



Der Zehnthof in **Wachenheim an der Weinstraße** hatte über die Jahrhunderte viele Lehnsherren, für die hier der fällige „Zehnt“ – meist in Form von Wein – abzuliefern war. Erbaut wurde er vermutlich von den Rittern von Dürkheim, die ihn bis 1596 innehatten. In dem später zerstörten und von den Grafen von Sickingen bis 1718 wieder aufgebauten Hof finden heute von Zeit zu Zeit Konzerte statt.



Grüße von den Zehnthöfen

Von Peter-Philipp Schmitt, Fotos Norbert Franchini

Einst wurde in ihnen der zehnte Teil in Form von Geld oder Naturalien gelagert – als Abgabe für geistliche oder weltliche Herrscher. Eine kleine Zeitreise durch Deutschlands Westen.

Von außen wirkt der ehemalige Eibinger Zehnthof in **Rüdesheim** ein wenig unscheinbar, auch wenn er einen Zinnenkranz und zwei Türmchen hat. Sehenswert ist hingegen der ebenfalls schon 1506 erbaute Fasskeller, der heute Teil des Weinguts und Gutsauschanks der Familie Ketzler ist. Dort finden Weinproben, Hochzeiten und Tanzabende statt, bei denen Patrick Ketzler als DJ die Musik auflegt.



Nur der Turm der Alten Pfarrkirche von **Cochem** ist noch erhalten – das Gotteshaus ist 1970 abgerissen worden. Die Kirche geht auf eine Schenkung Kaiser Lothars II. an die Abtei Stablo bei Lüttich im Jahr 857 zurück. Seit 1554 ist das Zehntrecht urkundlich belegt. Das Zehnthaus im Vordergrund, in dem sich heute zwei Ferienwohnungen befinden, wurde 1615 erbaut.



Gutbürgerliches steht in der Gaststätte „Zum Zehnthof“ in **Frankfurt-Schwanheim** auf der Speisekarte – mit österreichischem Einschlag, für den Peter Kögl und seine Frau Bettina verantwortlich sind. Die Geschichte des Hauses geht wohl bis ins Spätmittelalter zurück, als der Ort zu Kurmainz und dann zum Herzogtum Nassau gehörte. Auch ein Schützenhof soll der Bau einmal gewesen sein. Seit seiner Sanierung 1982 präsentiert er sich „im alten Glanz“, wie es in der Chronik von Schwanheim heißt.

Das Weingut Zehnthof Kruger in **Guldental** (Bad Kreuznach) ist seit 1797 in Familienbesitz. Die ehemalige Gräflin von Ingelheimsche Vogtei wird von Frederic Kruger und seiner Frau Julia geführt. Zum Weingut gehören mehr als 30 Hektar Rebberge, angebaut und gelesen werden überwiegend Weißweine – Burgunder, Riesling, Grüner und Blauer Silvaner (auch „Barrique“). Sie alle lagern hinter diesem alten Tor.



Noch bis Anfang April ist das Papiermuseum in **Gleisweiler** (Südliche Weinstraße) in der Winterpause. Es befindet sich im ehemaligen Zehntweinkeller des Kurfürsten Carl Theodor von der Pfalz. Dieser gab 1753 den Auftrag, für ihn den Kurpfälzischen Zehnthof nach Entwürfen seines Hofbaumeisters Sigismund Zeller zu errichten. Und das auch auf Wunsch des damaligen katholischen Pfarrers Anton Laub. So war der Zehnthof zugleich auch das Pfarrhaus – und das noch bis zum Jahr 2003.

Jahre der Umdeutung

Von Katharina Pfannkuch

Vor zehn Jahren tanzte Emily Ratajkowski durch ein Musikvideo und wurde weltbekannt – als „Sexbombe“. Heute erhebt sie genau dagegen ihre Stimme.



Überschrittene Grenzen und verschwommene Linien: Szenen aus „Blurred Lines“ (2013) mit Emily Ratajkowski und Robin Thicke



Im Frühjahr und Sommer 2013 kam niemand an diesem Lied vorbei: „Blurred Lines“ von Robin Thicke, Pharrell Williams und T.I. war ein Welthit, stand vier Wochen lang allein in Deutschland an der Spitze der Charts. Der Refrain mit dem von Thicke eher geraunt als gesungenen „I know you want it“ blieb dank der eingängigen, fröhlichen Melodie hartnäckig im Kopf. Schnell wurden aber auch kritische Stimmen laut: Der Text sei sexistisch, misogyn, degradiere Frauen.

Als noch halbwegs junge Frau wollte man jedoch nicht zu viel hineininterpretieren in diese Zeilen, sich nicht so anstellen – sondern lieber so sexy und selbstbewusst agieren wie die drei sehr jungen Frauen, die im Video zu diesem Lied tanzten. Eine von ihnen: Emily Ratajkowski, besonders oft im Bild, besonders wenig und teilweise gar keinen Stoff am Körper und besonders schön. Schlagartig wurde die Einundzwanzigjährige bekannt.

Zwei Jahre später bezeichnete sie „Blurred Lines“ gegenüber der britischen Zeitschrift „Instyle“ als „Fluch ihres Lebens“. Dabei legte das Video den Grundstein für eine Karriere, die ihr Aufträge als Model für Labels wie Miu Miu, Versace, Fendi und Dolce & Gabbana einbringen sollte. Dazu rund 30 Millionen Follower in sozialen Netzwerken. Rollen in Filmen wie „Gone Girl“. Erfolge als Bestsellerautorin und Podcasterin.

Sechs Jahre nach dem Erscheinen des Lieds gab sich Pharrell Williams im britischen Magazin „GQ“ selbstkritisch: Er habe begriffen, dass manche Männer eine solche Sprache wie jene im Songtext nutzten, um Frauen zu etwas zu drängen, das sie gar nicht wollten. Die besungenen „verschwommenen Linien“ passten nicht mehr zu der sich immer mehr durchsetzenden Erkenntnis, dass Nein tatsächlich Nein bedeute.

2021 legte Emily Ratajkowski nach: Der Videodreh habe ihr ein Gefühl des mittlerweile vielbeschworenen Empowerments vermittelt – bis Robin Thicke ihr ungefragt körperlich nahegekommen sei und sie sich damit an das nicht nur am Set geltende Machtgefüge erinnert habe. So steht es in ihrem vor einem Jahr erschienenen Buch „My Body“, einer Sammlung von Essays.

„Unbequeme Ehrlichkeit“ attestierte die britische Zeitung „The Guardian“ dem Werk, in dem Ratajkowski die Objektifizierung von Frauen, aber auch den eigenen Wunsch nach Aufmerksamkeit, den Umgang damit und ihre früheren Gedanken zu Themen wie Selbstbestimmung kritisch reflektiert. „My Body“ wurde zum Bestseller. Und zum vorläufigen Höhepunkt einer sich öffentlich vollziehenden Entwicklung, die mit ihren Brüchen, Missverständnissen und Umdeutungen typisch für die vergangenen zehn Jahre ist.

2021 sagte Ratajkowski im Interview mit unserer Sonntagszeitung: „Ich glaube, dass alle Frauen damit zu kämpfen haben, was es bedeutet, sexualisiert und nach einer Skala bewertet zu werden.“ Den Beruf als Model, zu dem Bewertung und Sexualisierung fast naturgemäß gehören, gab sie aber nicht auf.

Im Gegenteil: Die Inszenierung des eigenen Körpers, das Spiel mit dem „male gaze“, dem männlichen Blick, zelebriert Ratajkowski, mittlerweile Mutter eines Sohns, in sozialen Medien und Kampagnen bis heute. Damit wirft sie immer wieder die Frage auf, die allen Popfeminismus-Wellen der vergangenen zehn Jahre zum Trotz leidenschaftlich diskutiert wird: Wie sexy „darf“ eine Feministin eigentlich sein? Ihre Antwort: So sexy, wie sie es will – wenn sie es denn will.

Diese Haltung, gepaart mit ihrem Aussehen, das allen Schönheitsidealen entspricht, weckte zunächst Skepsis, als Ratajkowski begann, sich als Feministin zu positionieren. In dieser Hinsicht leichter hatte es zuvor Lena Dunham. In ihrer Serie „Girls“ zeigte sie sich betont unperfekt. Für Millionen Frauen, die jahrelang versucht hatten, ihr Erscheinungsbild dem von Models anzugleichen, war das ein Befreiungsschlag. Die zwei so unterschiedlich wirkenden Frauen taten sich 2016 zusammen: Einer der ersten Essays Ratajkowskis erschien in Dunhams Newsletter „Lenny Letter“. Darin heißt es, sie weigere sich, in einer Welt aus Scham und stummen Entschuldigungen zu leben, sich und die eigene Sexualität der Wahrnehmung anderer zu unterwerfen.

Wohl auch deshalb posierte sie kurz darauf für ein Instagram-Foto neben Kim Kardashian, beide

mit nacktem Oberkörper, beide mit erhobenen Mittelfingern, darunter der Satz: „Wir sind mehr als nur unsere Körper, aber das bedeutet nicht, dass wir für sie oder unsere Sexualität beschämt werden müssen.“ Eine Reaktion auf die Kritik an Kardashians Nackt-Selfies.

Wer ein Model wie Emily Ratajkowski bucht, bucht nicht nur ein schönes Gesicht und einen makellosen Körper, sondern auch eine Frau mit lauter Stimme, die sich das Recht herausnimmt, ihre Meinung über Erfahrungen zu ändern, wenn die Selbstreflexion es erfordert. Dennoch, womöglich gerade deshalb, wird sie gebucht. Interviewt. Gehört. Gelesen. Und gesehen.

Indem sie auf dem schmalen Grat zwischen Unterwerfung und Instrumentalisierung der Wahrnehmung anderer balanciert, erregt die Einunddreißigjährige regelmäßig Kritik – und Aufmerksamkeit. Die nutzt sie. In ihrem Essay „Buying myself back“ wirft sie die Frage auf, wer die Macht über ihren Körper und dessen Darstellung hat. Der Fotograf, der sie ohne ihr Wissen fotografierte und sie später verklagte, als sie besagtes Foto auf Instagram veröffentlichte? Oder sein Kollege, der ohne zu fragen alte Nacktfotos von ihr in einem Bildband herausbrachte, als ein Hollywoodfilm mit ihr erschien? Dabei hatten ihr doch alle geraten, nicht „zu sexy“ in Erscheinung zu treten, wenn es mit der Schauspielerei klappen sollte. Der wertende Blick der anderen scheint allgegenwärtig.

Die Frage, wem ein Bild gehört, ist in einer Zeit, in der Millionen Menschen Fotos und Videos von sich selbst auf Plattformen hochladen, deren Allgemeine Geschäftsbedingungen sie nur selten lesen, essentiell. Genau wie die Frage, wer entscheidet, was „zu sexy“ ist – die Betrachter oder die Betrachteten? Ambivalenzen sind symptomatisch für dieses Jahrzehnt, in dem spätestens seit MeToo einige Linien klarer denn je gezogen werden, während andere verschwimmen. Zum Beispiel die zwischen verführerisch posierendem Model und wütend protestierender Aktivistin. Oder jene zwischen Kritikerin und Akteurin. Ja, manche Linien sind verschwommen. Nur ganz anders als vor zehn Jahren. ◀

Unsere Besten

In den vergangenen zehn Jahren haben wir auf der Werkstatt-Seite unzählige technische Errungenschaften vorgestellt. Für dieses Heft haben wir unsere Autoren gebeten, ihre persönlichen Lieblingsstücke aus dieser Zeit vorzustellen. Zehn Beziehungsgeschichten.

Illustrationen Bernd Schifferdecker



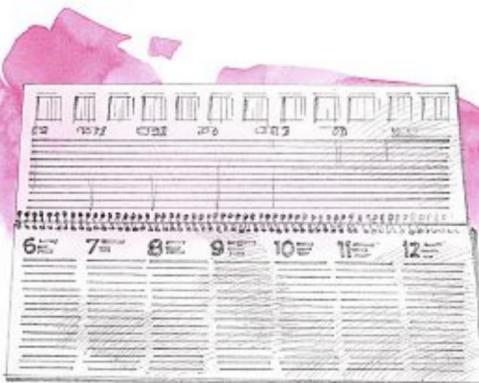
FERNSEHBEKANNTSCHAFT

Gute Beziehungen sollten holprig anfangen – Begeisterung muss schließlich wachsen können. Mein **Fernglas** und ich haben da alles richtig gemacht. Gekauft habe ich es für einen Urlaub, kleine Insel, mitten im Atlantik, Wale ohne Ende. Die sollte das **Monarch 3** von Nikon dicht vor Augen bringen, mit guter Farbwiedergabe, zehnfacher Vergrößerung und idealer Haptik. Der Plan scheiterte trotzdem, holpernd. Denn Atlantikwellen unterm Schlauchboot, Fernglassicht und ein empfindlicher Magen sind keine gute Kombination. Weil sich die Investition trotzdem lohnen sollte, habe ich das Teil fortan ständig mitgeschleppt, in die norddeutsche Provinz (Rehel), in den Regenwald (schwarzes Riesenhörnchen!), an die Nordsee (Seehunde!). Jetzt sind wir also ein Paar. *Anna-Lena Niemann*



HEBWOHL

Unter den Testobjekten findet sich selten ganz Neues. Umso größer ist die Neugier, wenn's doch so ist. Kaum war der **HolzUp** im Handel, hatten wir ihn probiert und die geniale Idee gelobt. Das war vor fast neun Jahren. Kurz darauf bekam das Gerät einen Innovationspreis. Heute ist es mit 105 Euro ein gutes Stück teurer geworden, aber immer noch den Preis wert. Der HolzUp ist eigentlich nur ein Henkel, der Stammteile festklemmt, sodass sie am Handgriff gezogen oder aufgerichtet werden können. Mittig am Rohr sitzt ein Dorn, der stirnseitig ins Holz gerammt wird, vorne ein T-Stück, das sich mit zwei Dornen im Holz festbeißt, sobald der Griff angehoben wird. Mit dem langen Hebel lässt sich gut heben, der Rücken dankt. *Lukas Weber*



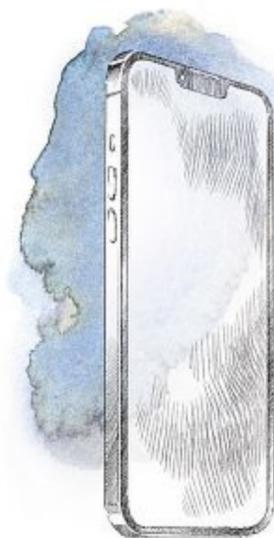
SEITENWENDE

Hier geht es nicht um digitale Verweigerung. Aber trotz Smartphone und Laptop ist der gute alte **Tischkalender** ein wunderbarer Begleiter durchs Berufs- und Privatleben. Termine und Geburtstage sind übersichtlich aufgelistet, auf einen Blick ist zu sehen, was in dieser oder in der nächsten Woche anliegt. Und drei Wochen Urlaub einzutragen steigert die Vorfreude enorm. Nur dumm, wenn der Kalendermacher Zettler, wie fürs Jahr 2022 geschehen, nicht mehr Monat und Nummerierung der Woche auf das jeweilige Wochenblatt schreibt. Die Liebe zum Fünf-Euro-Produkt hat da schon stark gelitten. Aber jetzt, 2023, ist ja alles wieder gut. *Boris Schmidt*



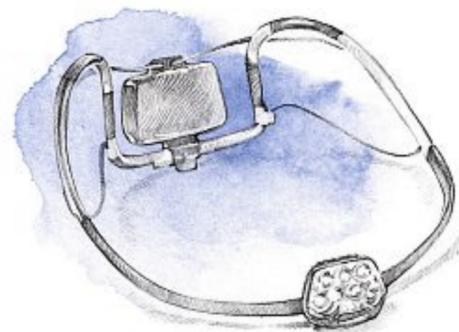
TASCHENSPIELER

Er ist vielleicht der letzte Spross einer glorreichen Dynastie mit dem Namen **Walkman**. Sonys Idee, die Musik ins mobile Leben mitzunehmen, hat die Ära der Magnetband-Kassette ebenso überdauert wie alle Perioden optischer Datenträger. Doch nun naht wohl das Ende. Der mächtige Player **NW-WM1ZM2** jedenfalls strahlt den Charme des Endgültigen aus. Das schwere, vergoldete Gehäuse fräst der Hersteller aus einem massiven Block aus hochreinem Kupfer. Darin arbeitet Elektronik, die man sonst nur in feinsten High-End-Komponenten findet. Sie bringt Musik in allen erdenklichen Digitalkodierungen zum Klingen. *Wolfgang Tunze*



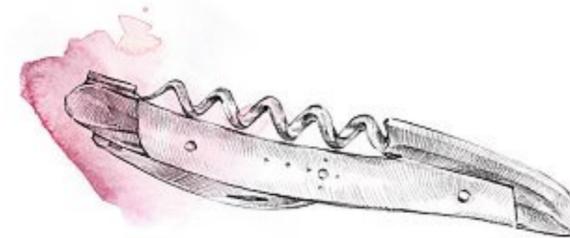
LEBENSGEFÄHRTE

Das **iPhone** war in den vergangenen zehn Jahren immer dabei. Was wäre man schon ohne sein Smartphone? Es ist nicht nur die Mitteilungszentrale für Plaudereien im Familien- und Bekanntenkreis, die Nachrichtenzentrale mitsamt E-Mail und Twitter-Neuheiten, sondern auch das Fotoalbum und die Kamera, das Lesegerät für die digitale Ausgabe dieser Zeitung und das Fitnesscenter, das die Daten der Sportuhr zeigt und die Rundenzeiten des letzten Langstreckenlaufs. Vor zehn Jahren war das Bezahlen mit dem Smartphone noch unbekannt. Mehr und mehr wird dieser digitale Begleiter auch die digitale Identität des Menschen, weil er alles Wichtige bündelt und vereint. *Michael Spehr*



SCHEINRIESE

Vordergründig nur eine **Stirnlampe** für den Outdoorsport, in Wirklichkeit das Lämpchen für alle Fälle: Die **Iko Core** von Petzl ist unsere Heldin der dunklen Jahreszeit. Sie kommt tagtäglich zum Einsatz und hat es geschafft, sich unverzichtbar zu machen. Als Leselampe, als Stromsparer, als Lichtspender auf dem Weg in den Keller, in die Garage, beim Suchen in einer unbeleuchteten Ecke, beim Reparieren, Spazierengehen und sogar dann, wenn man nachts mal raus muss. Der Clou ist der filigrane, flexible Rahmen anstelle eines elastischen Bandes, das Schweiß und Regenwasser aufsaugt. Damit lässt sich die federleichte Iko Core auf- und absetzen, hinhängen, legen, stellen. *Walter Wille*



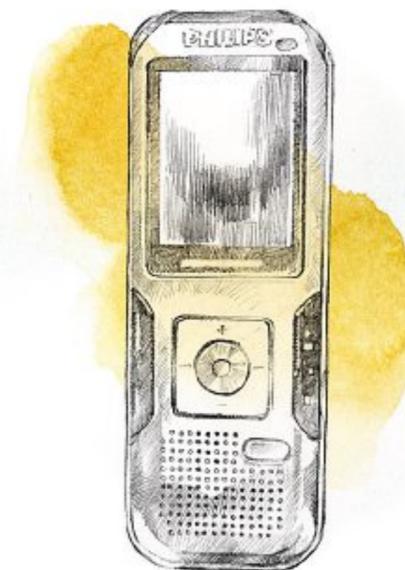
DREHMOMENTE

Korkenzieher. Kellnermesser. Sommelierbesteck. Ist irgendwie alles korrekt. Aber adäquat beschreiben diese Worte den Handschmeichler von **Forge de Laguiole** nicht. Das in Frankreich von einem Meister hergestellte Werkzeug verdreht einem schon vor dem ersten Glas den Kopf, weil es elegant in der Hand liegt, schön aussieht und den Korken jeder einzelnen Flasche souverän aus dem Hals zieht. Während die Spirale den Korken wieder verlässt, streichelt der Daumen zum Abschied den Griff aus Knochen. Wenn es zuklappt, die Arbeit getan hat und sich in der Schublade schlafen legen will, möchte man die Flasche mit einem Schluck leeren, um die nächste entkorken zu können. Solange das noch geht und der Schraubverschluss das Forge de Laguiole nicht arbeitslos macht. *Marco Dettweiler*



UHRVERTRAUEN

Ein **Wecker** als Lieblingsstück? Das ist wohl ein klarer Fall für die Psychotherapie. Dieses Dreieck von Braun ist aber gar kein Wecker, vielleicht ein bisschen schon, vielmehr aber ein Monument der Zeitgeschichte, das durch Nacht und Tag begleitet. Am immer zu frühen Morgen hält ein fein integrierter Schlumberbalken oben quer seinen Kopf der fliegenden Hand hin, zur Einstellung der Weckzeit muss eine Klappe geöffnet werden. Diese ist vor Jahren abgebrochen, die Tasten sind langsam etwas widerspenstig, es wäre Zeit für eine sachdienliche Wartung. Oder für einen zeitlosen Nachfolger. Aber unseren geben wir erst dann her, wenn's zur Geisterstunde einmal 13 schlägt. *Holger Appel*



STIMMENFÄNGER

Es war einmal, liebe Generation Z, das ist jetzt kein Märchen, eine Zeit, da wir für jeden Zweck ein eigenes Gerät in der Aktentasche trugen. Die Minimalsaustattung eines Journalisten auf Recherchereise war ein mobiles Tastentelefon, ein Fotoapparat, ein **Aufnahmegerät**. Auch wenn ein Smartphone alle drei ersetzt, bin ich meinem 2012 angeschafften **Voice Tracer** von Philips treu geblieben. Er zeichnet zuverlässig auf, was andere sagen. Das Smartphone mit all seinen Ablenkungsversuchen und ständig schwankendem Akkustand bleibt derweil in der Tasche. Und ich tue, was mein Job ist: zuhören und nachfragen. *Johannes Winterhagen*

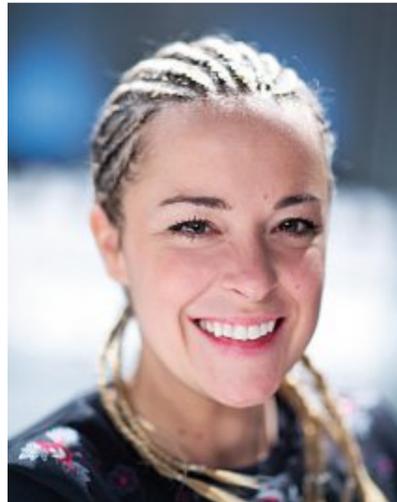


KOPFSACHE

Ich habe eine liebevolle Beziehung zu dieser **Sportuhr**. Als die Herzfrequenzmessung am Handgelenk als Alternative zum Brustgurt auf den Markt kam und das tägliche Aufhängen des nassen Gurts in der Dusche überflüssig machte, habe ich die **Garmin Forerunner 735XT** gekauft. Sie passte perfekt, hat leicht und flach mein Handgelenk umschlossen. Lange konnte mich nichts dazu bringen, die alte Uhr abzulegen. Doch steter Tropfen höhlt den Stein, und nun habe ich doch eine neue. Sie hat ein hochwertiges AMOLED-Display, Touchscreen und ermittelt Fitnessdaten. Alles wunderbar. Für den Kopf. Das Herz erreicht sie nicht, dick und schwer wie sie ist. Aber Verstand schlägt da Herz – Liebesbeziehung hin oder her. *Susanne Braun*



Ich lenke jedes Gespräch auf Hunde.



Die Zeitverschiebung steckt ihr noch in den Knochen.

Marina Hoermanseder kommt gerade mit Partner und Kind aus Miami, einem der Orte, an denen die Designerin, die 1986 geboren wurde, am liebsten leben würde. Ihre Tochter trägt sogar den Namen Lottie Zoé Miami – ihr Freund, Paul Mehling, ist ehemaliger American-Football-Spieler. Hoermanseder wuchs in Österreich auf, studierte in Berlin und London und gründete vor zehn Jahren, 2013, ein Modelabel unter ihrem Namen. Sie versteht es, Selbstvermarktung und Modedesign zu verknüpfen und ihre Marke auf diese Weise voranzubringen. Ihr Erkennungszeichen ist das Korsett. Neben Lady Gaga, Rihanna und FKA Twigs trug auch schon die ehemalige Digitalministerin Dorothee Bär (CSU) ein Kleid von ihr.

Was essen Sie zum Frühstück?

Entweder Overnight-Oats oder eine selbstgemachte Buchweizenwaffel, auf die ich bei einer F.-X.-Mayr-Kur gestoßen und daran hängengeblieben bin. Dafür präpariere ich ein paar Tütchen, lagere sie im Tiefkühler, und in der Früh werden sie nur frisch getoastet.

Wo kaufen Sie Ihre Kleidung ein?

Überall. Mein Kleiderschrank ist so vielfältig, da ist von Designer-Pieces über Secondhand-Fundstücke bis Zara alles drin. Ich versuche mir Dinge zu kaufen, die bleiben. Aber ich bin auch jemand, der sündigt und sich mal Ramsch kauft.

Was ist das älteste Kleidungsstück in Ihrem Schrank?

In meinem Schrank ist das ein Pulli von Fendi aus den Achtzigerjahren. Ein Erbstück von meiner Mama. Das allerälteste Stück hängt nicht in meinem Kleiderschrank, sondern an meiner Gallery-Wall im

Wohnzimmer: ein Lendenschurz aus Papua-Neuguinea aus dem 18. Jahrhundert. Mein Vater hat ihn für mich in einem Auktionshaus ersteigert.

Wann haben Sie zuletzt handschriftlich einen Brief verfasst?

Vor kurzem: Weihnachtskärtchen für die Kindergärtnerinnen. Dazu habe ich ums Eck Gutscheine für die Thai-Massage gekauft. Mein Freund fand es total unpassend, ich fand es cool, und sie haben sich gefreut.

Welches Buch hat Sie im Leben am meisten beeindruckt?

Ein Notizbuch: Ich habe meinen Vater vor ein paar Jahren gebeten, mir ein Buch zu schreiben mit allen Zitaten und Lebensweisheiten, die er mir gerne mit auf den Weg gibt. Das Buch wird immer fortgeführt. Es gibt kein Buch, das ich öfter geöffnet habe. Eine Lebensweisheit wäre: Der Meister brilliert in der Knappheit der Ressourcen. So hat es bei mir begonnen, in meiner Wohnung mit Hilfe von Freunden.

Wie informieren Sie sich über das Weltgeschehen?

Hauptsächlich über das Internet. Und weil ich so viel Zeit auf Instagram verbringe, habe ich dort viele News-Channels abonniert. So bekomme ich am meisten mit. Ich würde lügen, wenn ich sagte, ich hätte jeden Tag Zeit dazu, eine Zeitung zu lesen. Für mich geht es um bullet points, um das Wichtigste, und da ist Social Media für mich ein wichtiger Kanal geworden. Man muss aber wissen, wem man folgt und ob man den Quellen vertrauen kann.

Was ist Ihr bestes Smalltalk-Thema?

Hunde. Ich lenke jedes Gespräch auf Hunde.

Bei welchem Film haben Sie zuletzt geweint?

Ich weiß nicht mal, wann ich meinen letzten Film angeschaut habe. Aber sobald einem Hund in einem Film etwas passiert, fange ich garantiert an zu weinen.

Sind Sie abergläubisch?

Ja! In Wohnräumen darf niemand einen Regenschirm öffnen. Darunter leiden zuvörderst meine Mitmenschen. Und vor jeder Schau schreibe ich etwas für ein kleines Wunschglas. Ich könnte wahrscheinlich keine Schau machen, ohne zu wissen, dass ich das gemacht habe.

Worüber können Sie lachen?

Vor allem über mich.

Ihr Lieblingsvorname?

Lottie, natürlich. So heißt meine Tochter. Und ich bin ein großer Fan von Balthasar, wobei ich da jetzt schon mit Paul am Diskutieren bin. Wenn wir noch einen Sohn bekommen sollten, wird das ein Streitthema.

Machen Sie eine Mittagspause?

Keine bewusste, aber ich esse immer zu Mittag.

In welchem Land würden Sie gerne leben?

In Amerika. Miami oder Kalifornien.

Was fehlt nie in Ihrem Kühlschrank?

Milch, obwohl ich selbst gar keine trinke. Und Schokolade.

Fühlen Sie sich mit oder ohne Auto freier?

Ohne, ich habe seit anderthalb Jahren kein eigenes Auto mehr, bin voll im Sharing-Konzept angekommen und muss sagen, dass ich viel weniger Scherereien habe. Man stellt das Auto ab, und die Sorgen bleiben am Parkplatz.

Was ist Ihr größtes Talent?

Hoffentlich Modedesign.

Was tun Sie, obwohl es unvernünftig ist?

Cola light trinken – und zwar viel zu viel.

Welcher historischen Person würden Sie gerne begegnen?

Alexander McQueen. Als ich dort gearbeitet habe, war er leider schon tot. Er war im ganzen Haus so präsent: Wenn Entscheidungen getroffen werden, wird grundsätzlich gefragt, was Lee gewollt hätte. Überall hängen Bilder von ihm. In meiner Pause habe ich mich einmal auf einen Sessel gesetzt, und jemand sagte: „Oh, Lee used to sit on that chair.“

Tragen Sie Schmuck? Und eine Uhr?

Ja, das wichtigste Schmuckstück ist ein rosa Diamant in einer Herzform. Den hat mir Paul zur Geburt von Lottie fertigen lassen. Darüber steckt ein Ring mit einem kleinen Karäter, den ich aus der Asche meines verstorbenen Hundes habe machen lassen. Diese Ringe nehme ich nie ab. Eine Uhr trage ich auch: Aktuell meine Uhr, die ich gerade in Miami in Kooperation mit Rado vorgestellt habe.

Haben Sie einen Lieblingsduft?

Ja, 27 87 heißt die Marke, und der Duft heißt #Hashtag. Kennt niemand, und jeder bringt den Duft deshalb mit mir in Verbindung.

Was war Ihr schönstes Ferienerlebnis?

Auf Grado im vergangenen Sommer am Hundestrand. Da habe ich mir ein kleines umzäuntes Hundeabteil gemietet und dort den ganzen Tag am Strand mit Hund und Kind verbracht. So konnte niemand weglaufen.

Auf welchem Konzert waren Sie zuletzt?

Das war gerade ein Backstreet-Boys-Konzert mit meiner Freundin Jasmin Wagner aka Blümchen. Mehr Neuziger als an dem Abend ging eigentlich nicht. Ich habe mich gefühlt wie mit 14.

Was fehlt Ihnen zum Glück?

Gar nichts. Ich habe meine Familie, und ich habe mein Hobby zum Beruf gemacht. Wenn ich behaupten würde, dass mir etwas fehlen würde, wäre das kühn.

Was trinken Sie zum Abendessen?

Ich trinke 20 Minuten vor und nach dem Abendessen nichts, denn das verdünnt die Verdauungssäfte. Auch das habe ich bei F.X. Mayr gelernt: viel kauen und nichts trinken.

Aufgezeichnet von Jennifer Wiebking.



Balaa
German Design Award

Headquarter: Alexander - Bretz - Straße 2 D-55457 Gensingen bretz.de
Flagships: Berlin Dortmund Dresden Düsseldorf Frankfurt Hamburg Köln Leipzig München Nürnberg Stuttgart Budapest Paris Wien

Bretz



DIOR