



Wirtschafts  Blatt
deluxe

50

Hausner malt, Hayek redet und Brandauer kocht nicht

Cartier



CALIBRE DE CARTIER

CHRONOGRAPH 1904-CH MC

DAS NEUE CHRONOGRAPHEN-UHRWERK MIT AUTOMATISCHEM AUFZUG 1904-CH MC WURDE IN GRÖSSTER UHRMACHER TRADITION VON DEN UHRMACHERN DER CARTIER MANUFAKTUR KREIERT, ENTWICKELT UND GEBAUT. UM PERFEKTE PRÄZISION ZU ERREICHEN, WURDE DAS UHRWERK MIT VIRTUOSER TECHNIK AUSGESTATTET: EIN SCHALTRAD, UM ALLE FUNKTIONEN DES CHRONOGRAPHEN ZU KOORDINIEREN, EIN VERTIKALER KUPPLUNGSTRIEB, UM DIE AKKURATESSE DES STARTENS UND STOPPENS DER TIMER FUNKTION ZU VERBESSERN, EINE LINEARE RESET FUNKTION UND EIN DOPPELTES FEDERHAUS, UM EIN UNVERGLEICHLICHES ABLESEN DER ZEIT ZU GEWÄHRLEISTEN.

42MM GEHÄUSE AUS STAHL, MECHANISCHES MANUFAKTUR-CHRONOGRAPHENUHRWERK, AUTOMATIK-AUFZUG, KALIBER 1904-CH MC (35 STEINE, 28.800 HALBSCHWINGUNGEN PRO STUNDE, CA. 48 STUNDEN GANGRESERVE), KALENDERÖFFNUNG BEI 6 UHR, ACHTECKIGE KRONE AUS STAHL, SILBER OPALIERTES ZIFFERBLATT, PROFILRILLEN MIT SILBER FINISH, ARMBAND AUS STAHL.

50 JAHRE

Für ein Magazin sind 50 Ausgaben wie 50 Jahre für einen Menschen: Jedes Mal sich selbst neu erfinden. Jedes Mal der Welt zeigen, wie vielfältig sie ist, indem man ihr viele interessante Seiten abgewinnt. Nehmen wir nur den 70-jährigen Klaus Maria Brandauer: 20 läppische „Ausgaben“ älter als das Magazin. Er lud in seine Wohnung auf Augenhöhe mit dem Dach der Oper zu einem Tischgespräch. Über dem Räsionieren über das Zusammenwachsen von Europa und dem Öffnen und Leeren einer Flasche Vogelbeerschnaps dämmerte dem eingeladenen Autor Joachim Lottmann, dass der Tisch leer bleiben werde. Hungrig ging Lottmann heim – um eine interessante Erfahrung reicher. Doch es gab ein Happy End. Quasi deluxe. Denn Brandauer, der den Text vorab lesen wollte, war von Lottmanns Reportage derart angetan, dass er ihn umgehend ein zweites Mal einlud. Diesmal in ein renommiertes Restaurant in der Josefstadt – „Brandauer zahlte diskret einen hohen dreistelligen Betrag.“ (Text ab Seite 80).

So kann es gehen, wenn man einem Weggefährten des eigenen Lebens begegnet: Man glaubt, ihn in- und auswendig zu kennen – auch wenn man ihn manchmal gar nicht mehr wahrnimmt. Wie die Modefotografie, die jeden Zeitgeist zur Kenntlichkeit verdichtet. 100 Jahre ist sie alt (ab Seite 106). Oder die Jeans am Gestell raubeiniger Cowboys – und solcher, die gern einer wären. Wie James „Jeans“ Dean. 140 Jahre hat die lässigste aller Cowboyhosen, Levi's 501, auf dem Gesäß (ab Seite 102).

Wolf D. Prix, der Architekt von Coop Himmelb(l)au, ist halb so alt. Seine Häuser sehen aus, als wären sie immer schon da gewesen. Und noch ist kein Science-Fiction-Film in Sicht, der ihre Stahlwolkenästhetik nachbilden könnte (ab Seite 86). Ach übrigens: Vor 40 Jahren telefonierte ein gewisser Martin Cooper für die Firma Motorola mit dem ersten Handy der Welt. Es war so handlich wie eine heutige Autobatterie. Apropos Auto: Der Ford Mustang (Steve McQueen in „Bullitt“) ist 50. Die Arena di Verona ist schon 100. Und nein, Placido Domingo war nicht von Anfang an dabei.

Und weil man sich zum runden Geburtstag von seiner besten Seite zeigen soll: Die Malerin Xenia Hausner hat uns mit einem wunderbaren Cover und einem noch wunderbareren Interview beschenkt. Viel Spaß beim Feiern wünscht

ALEXANDER PFEFFER
CHEFREDAKTEUR WirtschaftsBlatt deluxe



deluxe-iPad-Edition zum Download:

Audiofiles > Thomas Glavinics Hörbibliothek – alle bisherigen Kolumnen von unserem Autor.

Covers > 50 deluxe-Covers, die bisher erschienen sind, in Hochauflösung

Mehr Infos > Weitere Links, Informationen und Bilder zu den Storys.

WIE DAS TITELBILD ENTSTAND



Jubiläum. Wir hatten 49 Cover in den vergangenen sechs Jahren. Die 50. Ausgabe ziert ein Titelbild. Für das Jubiläumsmagazin konnten wir die bedeutende österreichische Malerin Xenia Hausner gewinnen – und wie sie bereits erkennen konnten, war die Zusammenarbeit ein echter Gewinn.

ENGINEERED FOR MEN WHO NEED BURNOUTS.



————— **Ingenieur Doppelchronograph Titan. Ref. 3865:**

Routinierte FORMEL 1-Piloten lassen nichts anbrennen – ausser Reifen. Denn wenn 800 PS auf 325 mm breite Reifen an der Hinterachse treffen, hinterlässt jede Gummimischung Spuren auf den GRAND PRIX-Kursen dieser Welt. In der Haute Horlogerie wiederum wird der Doppelchronograph Titan seine Spuren hinterlassen. Die Lünette des Titangehäuses wird von Schrauben mit Keramikköpfen gehalten, Krone, Tasten und Schutzelemente sind aufwendig mit schwarzem Kautschuk beschichtet. Auf dem Zifferblatt erinnern die

Totalisatoren im Look von Drehzahlmessern an die Instrumente im Rennwagen. Dahinter verbirgt sich das bewährte Kaliber 79420. Als Besonderheit treibt es unter anderem einen nachschleppenden Rattrapante-Zeiger an. Dieser Zeiger ermöglicht die Messung von Zwischenzeiten, während der Stoppzeiger weiterläuft. Bei Betätigung des Drückers bei 10 Uhr werden Schlepp- und Stoppzeiger sofort für eine neue Zwischenzeitmessung synchronisiert – und das beliebig oft. Sie sehen: Diese Uhr ist nichts für die Sparflamme.

IWC. ENGINEERED FOR MEN.

IWC Schaffhausen Boutique

Graben 12, A-1010 Wien, Telefon +43 1 512 12 20, Fax +43 1 513 04 71, www.iwc.de



IWC
SCHAFFHAUSEN



LUXUS IN INDIEN

REISEPROGRAMM:

- 1. TAG: ANKUNFT IN DELHI (MIT AUSTRIAN AIRLINES)**
Sie werden in der Ankunftshalle des Flughafens abgeholt, danach Transfer und Check-In im Hotel.
- 2. TAG: DELHI**
Frühstück im Hotel. Anschließend Stadtrundfahrt/ -gang in Delhi, mit Besichtigung von Old und New Delhi.
- 3. TAG: DELHI – AGRA (210 KM)**
Frühstück im Hotel. Transfer von Delhi nach Agra.
- 4. TAG: AGRA**
Frühstück im Hotel. Ganztägige Besichtigung des Taj Mahal, Agra Fort und dem Grabmal von Itmad-Du-Dulah.
- 5. TAG: AGRA – FATEHPUR SIKRI – RANTHAMBORE (280 KM)**
Frühstück im Hotel. Transfer von Agra nach Ranthambore mit einem Zwischenstopp in der verlassenen Stadt Fatehpur Sikri.
- 6. TAG: RANTHAMBORE – JAIPUR (180 KM)**
Jeep-Safari durch den Nationalpark (mit offenen Jeeps). Anschließend Transfer von Ranthambore nach Jaipur.
- 7. TAG: JAIPUR & FORT AMBER**
Stadtrundfahrt/ -gang in Jaipur.
- 8. TAG: JAIPUR – DELHI (270 KM)**
Transfer von Jaipur nach Delhi zu einem Hotel in der Stadt
- 9. TAG: DELHI - WIEN**

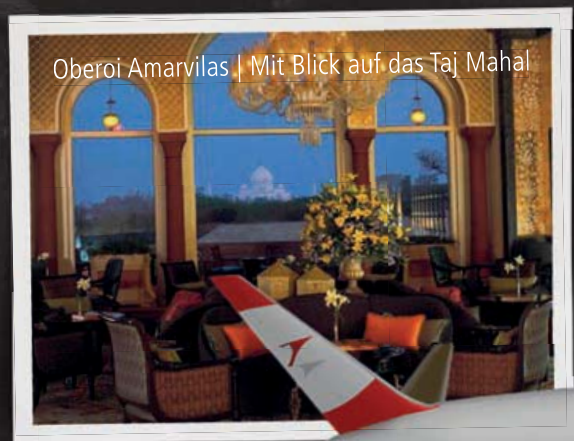
REISEID: GLIN3INL/GLIN4INL

Incredible India

The Oberoi | Pionier unter den 5*-Luxushotels



Oberoi Amarvilas | Mit Blick auf das Taj Mahal



**Raiffeisen
Reisen**

Ganz persönlich.



Preis pro
Person im DZ EUR

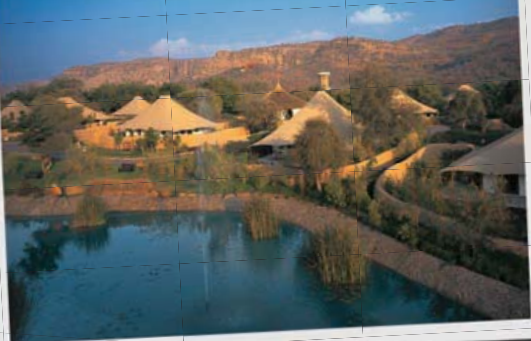
3.395,-

Mindestteilnehmerzahl
10 Personen

Austrian 
myHoliday

DELHI – AGRA – RANTHAMBORE NATIONALPARK – JAIPUR – DELHI

Oberoi Vanyavilas | Luxus pur im Jungle



Oberoi Rajvilas | Wohnen wie die Rajput Prinzen



TERMINE: Austrian Airlines ab/bis Österreich
16.10. – 24.10.2013 | 12.03. – 20.03.2014

LEISTUNGEN:

- Linienflug mit Austrian Airlines Wien – Delhi – Wien (in der Economy Class), Aufzahlung Business möglich!
- Zuflüge ab/bis Bundesländern auf Anfrage möglich
 - 23 kg Freigeäck, Bordverpflegung
- Sämtliche Flughafen- & Sicherheitsgebühren ab/bis Wien (höhere Zuschläge ab den Bundesländern) bei Austrian Flügen z.Z. 362,63 Euro/veränderlich
- 7 x Nächtigung in den Top 5* Luxushotels der **OBEROI** Kette, Basis Doppelzimmer/ Dusche und WC
 - Halbpension (tägliches Frühstück, 7 x Abendessen)
- Alle Ausflüge und Besichtigungen lt. Programm inkl. Eintrittsgebühren
 - Rikschafahrt in Jaipur, Elefantenritt in Fort Amber
- Safarifahrt in offenen Jeeps/Canter im Ranthambore Nationalpark

AUFZAHLUNGEN:

Einzelzimmerzuschlag: **EUR 1.795,-**
Business Class: ab **EUR 2.890,-** pro Person
Visum für Indien: **EUR 100,-** (inkl. Besorgung)

INFORMATIONEN & DETAILPROGRAMME::

Raiffeisen Reisebüro GmbH,
Tel.: 01 / 313 75 -82, E-Mail: buze@raiffeisen-reisen.at





44



26



62

12 50 Ausgaben, 50 Persönlichkeiten

Jack Nicholson und Queen Elizabeth, Marilyn Monroe und Philippe Starck, Donald Trump und George Clooney lassen grüßen.

18 „Ein Fest mit allen, die ich gemalt habe“

Die Malerin Xenia Hausner hasst Überraschungspartys, liebt Asien und tröstet sich mit Jane Fonda. Ein Interview.

26 Kunst am Werk

Wir haben junge Künstler eingeladen, sich mit unserem Magazin auseinanderzusetzen und eine Arbeit zu deluxe zu gestalten.

42 Der Partyschreck

Unser Autor Thomas Glavinic packt über das überfallsartige Beschenktwerden aus. Denn Überraschungspartys findet er entsetzlich.

44 Wie die Zeit vergeht

Gute Zeiten für Jaeger-LeCoultre, Swatch und Rolex: Sie haben heuer etwas zu feiern. Eine kleine Hommage anlässlich großer Jubiläen.

50 „Emotionen sind wichtiger als Präzision“

Swatch-Chef Nick Hayek über die nächste Generation von Schweizer Billiguhren, den starken Franken und die Konkurrenz mit Apple.

56 Hoch lebe die „wwwelt“

Das WWW ist heuer 20 Jahre alt. Und drei Navigationswerkzeuge durch die Datenwelt feiern ebenfalls Jubiläum.

58 „Hi, hier ist Marty“

Am 3. April 1973 hat Martin Cooper für Motorola den ersten Handy-Anruf der Geschichte getätigt. Ein Gespräch 40 Jahre danach.

62 Von rasenden Rentnern

Vom Aston Martin bis zum Porsche 911: Zahlreiche Marken und Modelle feiern in diesem Jahr einen runden Geburtstag.

70 Große Oper, große Gefühle

Seit 100 Jahren erklingen Arien in der Arena von Verona. Giancarlo Soave verpasst keine Vorstellung. Klatschen ist seine Berufung.



**FREDERIQUE CONSTANT
GENEVE**

Live your passion

Unterstützung der „Hearts of Children“ Charity Kampagne
mit Inès Sastre und World Heart Federation

Für weitere Informationen: Tel. (+43) 1 546 47-0,
info@frederique-constant.at, www.frederique-constant.at



84



74 Gott in Frankreich

Notre-Dame feiert 850-jähriges Jubiläum. Das architektonische Meisterwerk hat sogar mehr Besucher als der Eiffelturm.

80 Brandauer und der ganz große Hunger

Bühnengott Klaus Maria Brandauer plaudert mit unserem Autor Joachim Lottmann über „Jedermanns Fest“ und Elvis Presley.

84 Ein Sessel für die Ewigkeit

Zum 50. Geburtstag erhält der Shell Chair des legendären Möbeldesigners Hans J. Wegner einen Zwillingenbruder aus Teakholz.

86 Gegen gebaute Langeweile

Coop Himmelb(l)au gelten als Rock 'n' Roller der Branche. Wolf Prix, ihr Frontmann, gibt sich auch mit 70 Jahren nicht altersmilde.

92 Bon Hommage

Französische Luxushäuser gratulieren Lacoste zum 80-jährigen Jubiläum mit einzigartigen Sonderanfertigungen.

94 „Coolness ist eine Unart“

Modedesigner Alber Elbaz hat jetzt Verpackungen für Kosmetik entworfen. Ein Gespräch über Mascara, Zweifel und Schokolade.

100 Zauberstab

Auf der Weltausstellung 1883 wurde ein Farbstift vorgestellt. Heute ist er das wichtigste Accessoire auf dem schönsten Platz der Welt.

102 James' Jeans

Die Levi's 501 feiert 140. Geburtstag. Ist der Klassiker heute modisch bedeutungslos oder gibt es Grund zur Freude?

106 Sexy wie Newton, cool wie Testino

Modedefotografie spiegelt den Zeitgeist wider. Und das seit 100 Jahren. Gratuliert wird mit einer viel beachteten Schau.

114 Kunst und Kirche

Swarovski unterstützt die Basilica San Giorgio Maggiore und präsentierte im Rahmen der 55. Biennale von Venedig „Perspectives“.

WirtschaftsBlatt deluxe Medieneigentümer, Herausgeber, Verleger WirtschaftsBlatt Medien GmbH, Anschrift: Hainburger Straße 33, 1030 Wien, Telefon: 01/60 117-0, Redaktion: DW 305, Fax 259, **Vorsitzender der Geschäftsführung** Dr. Michael Tillian, **Geschäftsführung** Mag. Herwig Langanger, **Chefredakteurin** Dr. Esther Mitterstieler, **Redaktion** Alexander Pfeffer (Leitung), Yasmin El Mohandes, Mag. Christoph Pridun, **Anzeigen** Projekt- und Anzeigenleitung: Petra Wendt, DW 177, Mailadresse: deluxe@wirtschaftsblatt.at (Anzeigenabteilung), Druckunterlagenübermittlung: anzprod@wirtschaftsblatt.at, **Produktion** Leitung: Ing. Matthias Netopilek, Art-Direction: Mag. Jan Schwieger, Fotoredaktion: Yasmin El Mohandes, Litho: Theresia Öhler, Hersteller: Neografia a.s., Škultétyho 1, 036 55 Martin, Slowakei, Tel: +421 43 4201 243, Fax: DW 712, repro@neografia.sk, www.neografia.sk, **Web** www.wirtschaftsblatt.at, **Bankverbindung** BA-CA 09494402200, BLZ 12000. Alle Rechte, auch die Übernahme von Beiträgen nach § 44 Abs. 1 Urheberrechtsgesetz, sind vorbehalten. Gerichtsstand ist Wien. WirtschaftsBlatt deluxe erscheint achtmal im Jahr mit der Freitag-Ausgabe des WirtschaftsBlatt.

Offenlegung gem. § 25 MedienG. <http://www.wirtschaftsblatt.at/impressum>
Nächste Ausgabe: Freitag, 6.9.2013

Fotos: Colourbox, Hersteller, Prestel Verlag

BAUME & MERCIER

MAISON D'HORLOGERIE GENEVE 1830



CLIFTON

www.baume-et-mercier.com

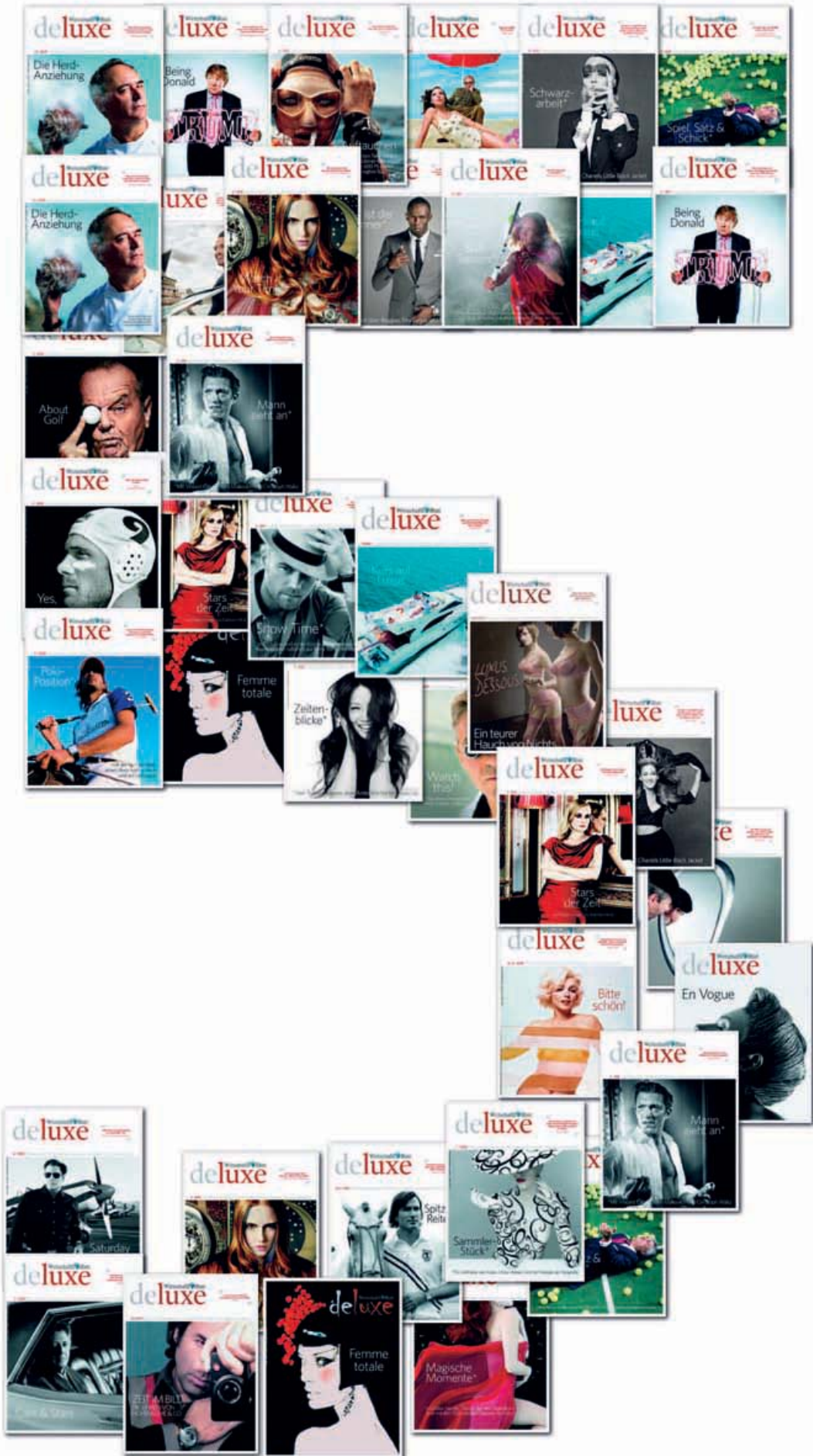
BUCHERER

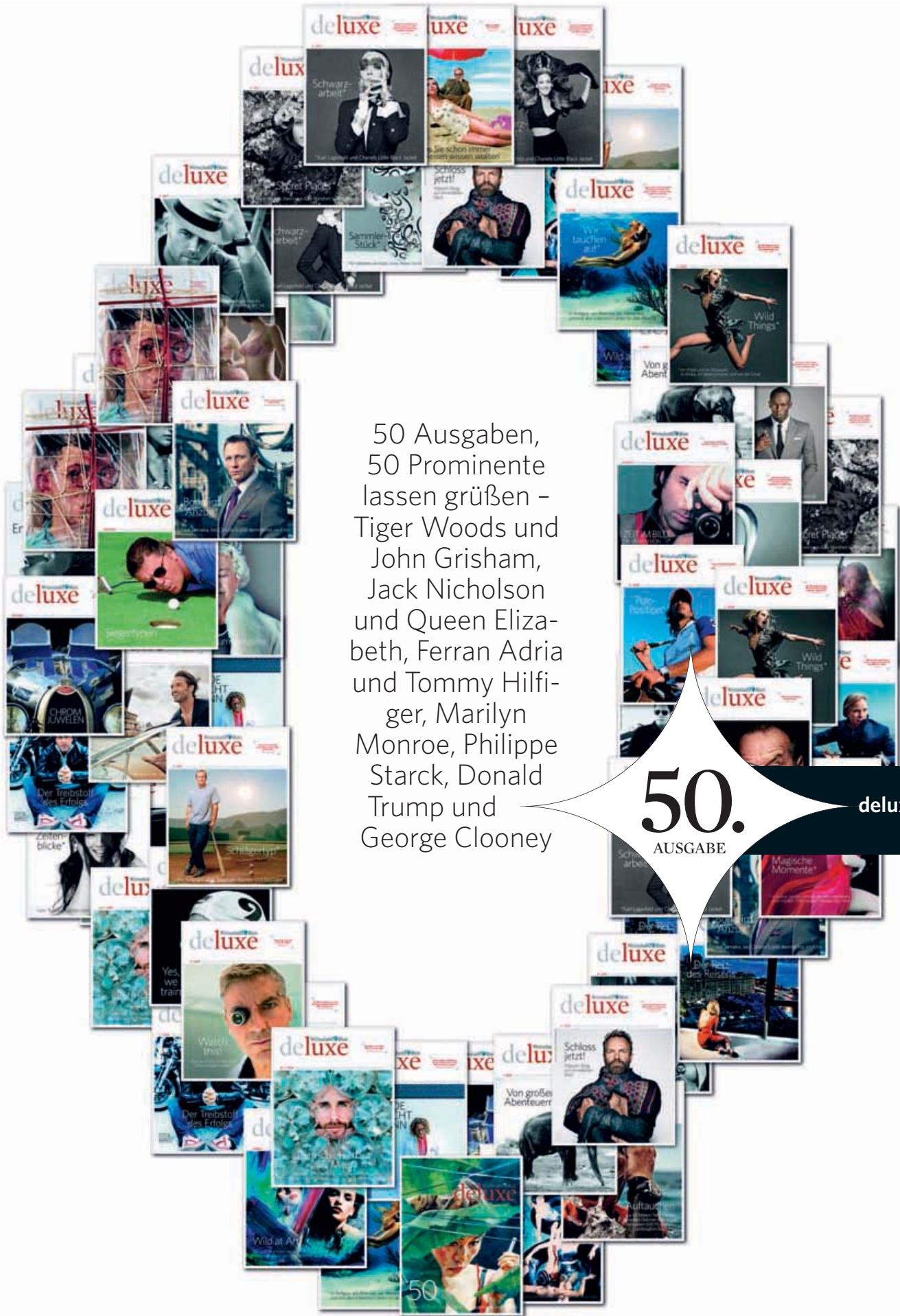
1888

UHREN SCHMUCK JUWELEN

WIEN 1 KÄRNTNER STRASSE 2 T 01 512 67 30 | BUCHERER.COM

JUBILÄUM





50 Ausgaben,
50 Prominente
lassen grüßen –
Tiger Woods und
John Grisham,
Jack Nicholson
und Queen Eliza-
beth, Ferran Adria
und Tommy Hilf-
inger, Marilyn
Monroe, Philippe
Starck, Donald
Trump und
George Clooney

50.
AUSGABE

deluxe

JUBILÄUM

2013 * Der Sport verhält sich zum Alltag wie das Heilige zum Profanen **Peter Sloterdijk** * Ich bereue nichts. Damit verschwendet man nur Zeit, die immer wertvoller wird **Peter Ustinov** * Mich erstaunen Menschen, die das Universum begreifen wollen, wo es doch schon schwierig genug ist, sich in Chinatown zu-rechtzufinden **Woody Allen** * 2012 * Nichts ist so gefährlich wie das Allzumodernsein. Man gerät in Gefahr, plötzlich aus der Mode zu kommen **Oscar Wilde** * Es ist nicht zu wenig Zeit, die wir haben, sondern es ist zu viel Zeit, die wir nicht nutzen **Seneca** * Wenn sich die Gäste wie zu Hause fühlen, benehmen sie sich leider auch so **Danny Kaye** * James, ich brauche dich. England auch! **Der Spion, der mich liebte** * Zwei Dinge wird ein Mann niemals verstehen: Das Geheimnis der Schöpfung und den Hut einer Frau **Coco Chanel** * Das Schöne am Sport ist, dass



ZITIERT

Seit 2007 erschien auf dem Cover jeweils ein kluger Spruch. Diesmal machen wir eine Ausnahme. Was wäre auch Xenia Hausners Bild hinzuzufügen?

man auch zuschauen kann **Stefan Wittlin** * Man versehe mich mit Luxus. Auf alles Notwendige kann ich verzichten! **Oscar Wilde** * Reisen ist tödlich für Vorurteile **Mark Twain** * 2011 * Die Ewigkeit dauert lange, besonders gegen Ende **Woody Allen** * Auch aus Steinen, die einem in den Weg gelegt werden, kann man Schönes bauen **Johann Wolfgang von Goethe** * Ohne Schnurrbart ist ein Mann nicht richtig angezogen **Salvador Dali** * Wer den Hafen nicht kennt, in den er segeln will, für den ist kein Wind der richtige **Seneca** * Der Ball weiß nicht, wie alt ich bin **Martina Navratilova** * Die Jugend wäre eine schönere Zeit, wenn sie erst später im Leben käme **Charlie Chaplin** * Reisen ... Entdecken, dass alle Unrecht haben mit dem, was sie über andere Länder denken **Aldous Huxley** * 2010 * Wenn ich die Folgen geahnt hätte, wäre ich Uhrmacher geworden **Albert Einstein** * Kleinliche Gebäude beherbergen kleinliche Gedanken **John Davison Rockefeller** * Ein Pferd ist



**INNOVATION UND
ZEITLOSIGKEIT.
NEUE TECHNIK,
NEUE MAßSTÄBE.
SEGEL SETZEN
IN DIE ZUKUNFT.**

IHRE TERRASSE. IHR SONNENSEGEL. EIN UNIKAT.

Jede Terrasse ist anders. Jede SunSquare Lösung ist anders. Kleines Segel, großes Segel, dreieckig, rechteckig, Wandbefestigung, Bodenbefestigung, Kombination. Alle SunSquare Lösungen haben etwas gemeinsam. Immer stabil, bei jeder Größe. Bei Windstärken ab 40 km/h rollt sich das Segel automatisch ein.

**sun
square**

www.sunsquare.com

JUBILÄUM

etwas, das vorne und hinten gefährlich und in der Mitte unbequem ist **Winston Churchill** * Ich selber werde nie durch das Meer, sondern nur durch die Menschen seekrank **Albert Einstein** * Ich weiß, dass ich die Bälle besser sehe als sie **John McEnroe über seine natürlichen Feinde** * Zeit ist ein guter Arzt, aber ein schlechter Kosmetiker **William Somerset Maugham** * Die Welt ist ein Buch. Wer nie reist, sieht nur eine Seite davon **Aurelius Augustinus** * 2009 * Man soll dem Leib etwas Gutes bieten, damit die Seele Lust hat, darin zu wohnen **Winston Churchill** * Modeschöpfer sind Männer, die das Zweitschönste auf der Welt tun: Frauen anziehen **Marcello Mastroianni** * Das Haus hat allen zu gefallen. Zum Unterschied zum Kunstwerk, das niemandem zu gefallen hat **Adolf Loos** * Schönheit ist eine Form von Genialität – höher sogar, da sie keine Erklärung braucht **Oscar Wilde** * Das Meer ist der letzte freie Ort auf der Welt **Ernest Hemingway** * Golf ist ein Spaziergang mit Ärgernissen **Mark Twain** * Wer sich selbst besiegt, ist stark **Laotse, chinesischer Weiser** * Zeit ist das, was man an der Uhr abliest **Albert Einstein** * Ich glaube an das Pferd. Das Automobil ist eine vorübergehende Erscheinung **Wilhelm II.** * Kunst ist nicht da, um definiert zu werden. Kunst ist da, um sie zu erleben **Daniela Truschinski** * 2008 * Als ich klein war, glaubte ich, Geld sei das Wichtigste im Leben. Heute, da ich alt bin, weiß ich: Es stimmt **Oscar Wilde** * Man kann viele Dinge kaufen, die unbezahlbar sind **Marie von Ebner-Eschenbach** * Luxus ist nicht das Gegenteil von Armut, sondern das Gegenteil von Gewöhnlichkeit **Coco Chanel** * Geld erwerben erfordert Klugheit; Geld bewahren erfordert eine gewisse Weisheit. Und Geld schön ausgeben ist eine Kunst **Berthold Auerbach** * Ich sterbe über meine Verhältnisse **Oscar Wilde** * Die Überschätzung eines Menschen kann von allem Luxus der teuerste sein **Hans Arndt** * Was nützen uns die Künste ohne den Luxus, welcher sie nährt? **Jean-Jacques Rousseau** * 2007 * Luxus ist zwar überflüssig und zugleich doch so notwendig **Voltaire** * Wer hat je Purpur angelegt, um ihn niemandem zu zeigen? **Seneca** * Zu viel von einer guten Sache kann wunderbar sein! **Mae West** * Steigerung des Luxus: eigens Auto, eigene Villa, eigene Meinung **Wieslaw Brudzinskiar** * Man verseehe mich mit Luxus. Auf alles Notwendige kann ich verzichten! **Oscar Wilde** *



CERAMIC

www.palido.com



Ringe € 495 bzw. 990, Armspange € 990

Die Kraft der Natur.

Hightech-Keramik · 18kt Gold · Diamanten


PALIDO
FINE JEWELS

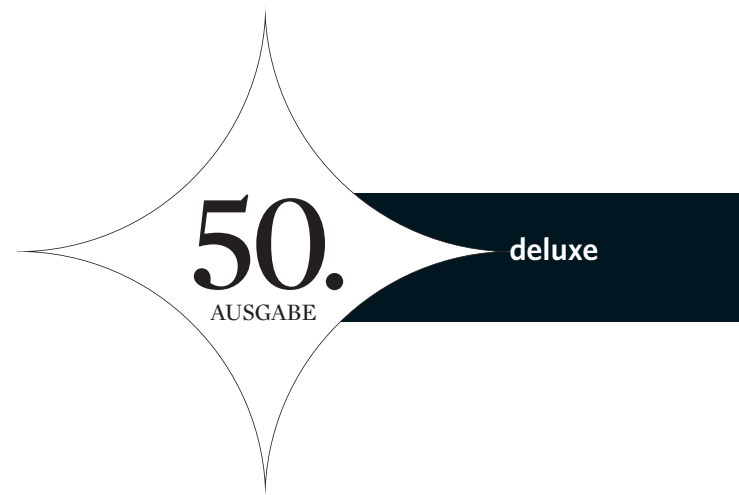


”

Ich will ein Fest,
mit allen, die ich
je gemalt habe

“

Die Malerin **Xenia Hausner** hat das Cover der 50. Ausgabe von WirtschaftsBlatt deluxe gestaltet. Sie hasst Überraschungspartys, liebt es, in Asien zu schauen und zu fotografieren, und tröstet sich mit Jane Fonda über ihren berühmten Familiennamen hinweg.



VON ALEXANDER PFEFFER UND YASMIN EL MOHANDES
FOTOGRAFIERT VON JÜRGEN HAMMERSCHMID

WirtschaftsBlatt deluxe: Für unsere Jubiläumsausgabe hat unser Autor Thomas Glavinic eine Kolumne rund ums Feiern geschrieben. Dabei heißt es: „Unfreiwilliges Feiern ist die entsetzlichste Angelegenheit, die es gibt. Überraschungspartys wecken sadomasochistische Assoziationen“. Wie ist das bei Ihnen?

XENIA HAUSNER: Kann ich sofort unterschreiben. Macht mir bitte, nie, nie, nie eine Freude mit einer Überraschungsparty!

Wie feiern Sie Ihren Geburtstag oder ein Jubiläum?

Ich habe noch nie einen Geburtstag mit einem Riesenfest gefeiert. Eher intim, mit sehr engen Freunden und Familie. Nicht spektakulär jedenfalls.

Wie ist unser Cover entstanden?

Ich arbeite an einer Ausstellung für Hongkong mit dem Titel „Look Left – Look Right“, ein Dialog zwischen Asien und dem Westen. Deswegen tauchen bei mir jetzt vermehrt Chinesinnen in den Bildern auf. Der Kopf hat also einen aktuellen Bezug.

Erklären Sie gerne Ihre Werke?

Ich gehe davon aus, dass sie sich selbst erklären. Im Grunde genommen sind die Bilder wie eine Projektionsfläche, der Betrachter kann seine eigene Sicht der Dinge hineinsehen. Und ich sage: Du hast recht.

Sie sprechen über Ihre Arbeiten ganz allgemein, aber nicht über einzelne Werke?

Über meine Werke rede ich nicht so gerne interpretativ. Ergreift es die Menschen so, dass sie etwas damit anfangen können und ihre eigene Lesart hineinbringen, dann sage ich: Wird schon passen. Es geht ja eher darum, dass da etwas im Werk ist, was Menschen in irgendeiner Form beschäftigt.

Bei Ihren Arbeiten stehen Frauen im Fokus. Steckt dahinter ein Konzept?

Ich habe schon auch Männer gemalt! Aber bei mir kommen statistisch sicher viel mehr Frauen vor. Und es liegt null Konzept dahinter, keine Ideologie, kein Feminismus: Für den bin ich natürlich, er ist aber nicht die treibende Kraft. Es ist eher irrational, man muss es so stehen lassen.

Das heißt, es ist einfach so.

Ja. Ich will es schon gar nicht mehr sagen, weil es inzwischen politisch unkorrekt klingt – von mir aber nicht so gemeint ist: Die Frauen sind das schönere Ge-

schlecht, sie sind kunstfähiger. Sie fragen mich das, aber Sie würden das einen Mann nicht fragen. Die ganze Kunstgeschichte dreht sich nur um Frauen. Gehen Sie in ein Museum, gehen Sie in eine Auktion! Die Frauen sind von jeher mehr im Fokus der künstlerischen Betrachtung gestanden als Männer. Aber die Frauen waren halt nicht Malerinnen. Und man hat einen Mann nie gefragt, warum malen Sie Frauen? Ist eh klar, dass er sie malt. Ich werde halt gefragt.

Ist der asiatische Einfluss in Ihrer Arbeit neu?

Nein, das ist jetzt ein Thema für eine Ausstellung. Ich habe in Shanghai vor zwei Jahren ausgestellt und nächstes Jahr gibt es eine Ausstellung in Hongkong. Meine Augen lieben Asien. Ich schaue dort gerne, fotografiere dort gerne und irgendwie fließt das alles auf Umwegen ins Werk ein.

Welche Erfahrungen haben Sie mit Chinesen und wie sind die Reaktionen auf Ihre Arbeiten?

Die Chinesen sind sehr zielstrebige und selbstbewusste Menschen. Sie haben ja selbst sehr viel interessante zeitgenössische malerische Positionen, darunter auch sehr viel figurative Malerei. Deswegen hat es sie auch interessiert, was ich mache. Und natürlich kam gleich: Wieso malen Sie nicht uns Chinesen? Und da habe ich gesagt, interessante Idee. So gibt es in der nächsten Ausstellung eine Gruppe von Bildern, die Asien als Thema aufgreifen.

Asien fasziniert Sie?

Das ist einfach für Maleraugen etwas Grandioses. Es wird noch mehr Gegenden in der Welt geben, aber Asien und Indien sind für Augenmenschen wahnsinnig beflügelnd, finde ich. Sicher auch, weil ich farbstark male, dieser Wahnsinn entfaltet sich dort an jeder Straßenecke. Ich bin begeistert.

Wird die Situation eines Porträts gemeinsam mit dem Modell erarbeitet?

Natürlich ist man in einem Dialog mit dem, der da sitzt, es geht ja genau darum, etwas zu erfahren. Aber das Bild mach ich mir mit mir selber aus.

Kommt es oft vor, dass der Protagonist sagt: „So sehe ich mich überhaupt nicht!“?

Die sagen oft: „Ah, um Gottes willen!“ Sie sitzen da und sehen das Bild ja nicht. Aber wenn sie aufs Klo gehen oder weggehen, dann werfen sie ja doch einen Blick auf das Tagespensum. Und dann stoßen sie auch manchmal Entsetzensschreie aus: „Ich schau ja aus wie meine Mutter!“ Und da kommen natürlich Sachen heraus, die ich nicht kenne, denn ich kenne deren Mütter und Väter nicht. Sie schauen hin und erkennen da auf dem Bild eine Familienwahrheit oder Typologie. Das beruhigt mich immer, denn ich denke mir dann, ich habe doch ein inneres Moment getroffen. Es geht ja nicht um eine äußere Ähnlichkeit, sondern eher um ein Stück innere Wesentlichkeit, falls man sie erwischt. Und wenn dann einer auf dem

„Asien und Indien sind für Augenmenschen wie mich wahnsinnig beflügelnde Teile dieser Welt“



Bell & Ross
TIME INSTRUMENTS



NEW BR 03 GOLDEN HERITAGE COLLECTION Ø 42 MM
Bell & Ross Österreich: +43 1 512 00 96 · e.Boutique: www.bellross.com · Bell & Ross Boutique: Spiegelgasse 2, A-1010 Wien



„Ich komme im Vergleich zum allgemeinen Verständnis von dem, was ein Künstler zu sein hat, zu bürgerlich rüber“

Bild ausschaut wie seine Mutter oder sein Vater, denke ich mir: Das kann nicht falsch sein, denn ich kenne die ja gar nicht und muss irgendwas herausgefiltert haben. Der Peter Simonischek hat gesagt: „Um Gottes willen, ich schaue ja aus wie mein Vater, wenn er seinen Mittagsschlaf macht.“ Das ist schon Jahre her und ich kannte den Vater gar nicht. Aber das habe ich verstanden; weil meine Sicht eine verschärfte oder in irgendeiner Form übersteigerte ist, schauen die Menschen oft uncharmanter aus. Das heißt, sie schauen aus wie der Vater, vielleicht.

Wir haben mit Simonischeks Sohn Maximilian vor Kurzem ein Interview geführt. Dabei kam heraus, dass er es leid ist, immer auf den berühmten Vater angesprochen zu werden. Wie ist das eigentlich bei Ihnen?

Es ist halt, wie es ist. Der Maximilian sollte sich gleich wappnen und eine offensivere Strategie zulegen und sich mit Michael Douglas trösten: Eine sehr erfolgreiche Künstlerbiografie, trotzdem hat er sich auch ein Leben lang mit Kirk beschäftigen müssen. Ich tröste mich mit Jane Fonda. Die ist schon so alt und hat schon alle Hüften repariert, aber es steht immer noch: Jane Fonda, in Klammer „80, Tochter von Henry Fonda“. Jetzt frage ich mich: Wer kennt Henry Fonda noch? Ich! Aber da muss man schon so alt sein wie ich. Wenn man sagt „Henry Fonda“ – den kennt keine Sau. Trotzdem schreiben sie immer noch: „Tochter von Henry Fonda“. Das ist eben ein Epitheton ornans.

Ist Ihnen die Malerei in die Wiege gelegt worden?

Nein, weiß ich nicht. Aber ich bin halt auch nach der Schule nach Hause gegangen und habe mich im Atelier auf einen Staffeleifuß gesetzt und habe erzählt, wie es in der Schule war, und das war halt so. Das ist natürlich das Gute, auch bei den Schauspielerkindern. Die Malerei hat nichts Mystifiziertes an sich, es gibt keine Andacht. Es ist ein Handwerk oder ein Schicksal, aber jedenfalls etwas, was man in Regelmäßigkeit und einer gewissen Bescheidenheit ausübt oder in einer leidenschaftlichen Verbundenheit zur Sache. Aber es gibt eine Alltagsnormalität.

War es für Sie eigentlich immer klar, dass Sie Malerin werden?

Nein, ich habe früher lange Bühnenbild gemacht, mir hat es Spaß gemacht. Was weiß ich, warum: Irgendwann habe ich mit der Malerei angefangen.

Können Sie sich vorstellen, noch einmal ein Bühnenbild zu machen?

Das kann es schon geben, wenn es ein interessantes Projekt ist. Mir wird ja immer ein Hang zum Drama attestiert – auch im wirklichen Leben! – und ich habe ein Vergnügen am Raum. Ich sehe immer, wie viele gute Maler furchtbar schlechte Bühnenbilder machen. Die werden immer gefragt, weil sie prominent sind. Ich nenne jetzt keine Namen. Da kommen oft sehr bescheidene und unkühne Lösungen heraus. Im besten Fall nimmt einer ein Bild oder irgendein Kunstwerk von sich und stellt das auf die Bühne. Im Grunde ist es ein Regie-Einfall, zu sagen: „Aha, die Kunst von dem nehme ich als tragenden Gedanken oder optische Chiffre für meine Inszenierung.“ Das ist eigentlich ein ganz anderer Ansatz. Da sagt ein Regisseur: „Aha, das interessiert mich, was der Künstler macht. Ich könnte mir das vorstellen als optische Klammer für das, was ich sagen will.“

Sie malen in Wien und in Berlin, haben dort Ateliers. Erkennt man bei Ihren Werken, wo sie entstanden sind?

An manchen Stellen könnte man das. Ich habe österreichische Landeier gemalt, da kann man sich ausrechnen, dass sie nicht in Berlin entstanden sind. Dort suche ich mir auch Menschen, das sind dann so Großstadtplanzen. Aber die Geschichten kommen ja doch aus mir heraus. In der Regel, glaube ich, kann man das nicht unterscheiden.

Das Badezimmer wird mehr und mehr zur persönlichen Wohlfühlzone und zu einem Ort des bewussten Rückzugs. Dabei stehen intelligentes Design, Ästhetik und fortschrittliche Lösungen im Vordergrund.

Luxus verbindet Funktionalität & Design



ODÖRFER zeigt Dornbracht

Jeder hat seine eigene Definition von Luxus: Für viele ist die morgendliche Dusche genau der Kick, um den Tag erfrischt beginnen zu können. Oder das wohltuende Vollbad als abendliche Entspannungsübung nach der Hektik des Büros. All dies geschieht im Bad, in dem wir immer mehr Zeit verbringen.

Die aktuellsten Trends im Badezimmer unterstreichen diese Entwicklung. Von der Natur inspiriert, verschaffen Regenduschen ein Gefühl wie unter frei-

em Himmel: Diverse Regenarten, Nebel und Licht ergänzen sich zur persönlichen Lieblingschoreografie, unterstützt von Düften aus hochwertigen ätherischen Ölen. Die Steuerung erfolgt über neue, digitale Smart Tools, die eine einfache und intuitive Anwendungslogik bieten.

Organisch-minimalistisches Design der aktuellen Armaturen von Philippe Starck verbindet weiche Formen und fließende Übergänge mit intelligenten Funktionen und ökologischen Werten. Die Griffe sind ergonomisch geformt, ver-

schmelzen visuell mit den Armaturenkörpern und ergeben in jeder Position ein harmonisches Bild. Der breite Brausestrahl lässt das Wasser besonders sinnlich und voluminös erleben – bei einzigartig niedrigem Verbrauch.

SELBSTREINIGEND

Neue Dusch-WCs machen die Toilettenbürste weitestgehend überflüssig, denn sie verfügen über eine Selbstreinigungsfunktion. Mithilfe einer speziellen Technologie und elektrolytisch aufbereitetem Wasser werden

Kalkablagerungen und Schmutz aktiv beseitigt.

Zusätzlich setzt die im Toilettendeckel integrierte UV-Lampe in Verbindung mit einer Zirkon-Beschichtung den Zersetzungsprozess von organischen Substanzen mittels Photokatalyse in Gang. Das heißt: Adieu Schmutz, Kalk, Schimmel und Bakterien! Übrigens: Elektrolytisch aufbereitetes Wasser ist absolut umweltverträglich, enthält keinerlei Schadstoffe und kann dem Wasserkreislauf bedenkenlos wieder zugeführt werden.



ODÖRFER zeigt Axor



Toto Dusch-WCs reinigen sich selbst

ODÖRFER AUSSTELLUNG

2345 BRUNN AM GEBIRGE
Wiener Straße 131-133
Tel: 02622/87900-5310
www.odoerfer.at

Mo-Fr von 9.00 bis 18.30 Uhr
und Sa von 9.30 bis 16.00 Uhr



„Ein Porträt zu malen ist wie die gemeinsame Besteigung eines Berges. Und nachher sind wir Kriegskameraden“

Könnten Sie auch ein Bild in Berlin anfangen und in Wien fertigmalen?

Ja, habe ich auch schon gemacht. Schrecklich. Das passiert, wenn man nicht loslassen kann, wenn man das Bild unbedingt fertigmachen will. Das hat grauenvolle Konsequenzen! Es ist gar nicht so einfach, weil man ein Biotop verlagern muss, man transportiert ja nicht nur eine Platte. Aber es gibt auch einen Pluspunkt: Man reißt das Bild aus seiner Wiege und stellt es an einen anderen Ort. Das ist ein Korrektiv. Wenn man ein Bild direkt vom Atelier in eine Ausstellung bringt, zeigt das oft eine heilsame oder bestürzende Wirkung. Man sieht sofort, was falsch ist. Der andere Raum zwingt einen, das Bild frisch zu be-

trachten, und man erkennt schlagartig, dass man sich an mancher Stelle umsonst herumgeschlagen, aber an anderer Stelle etwas Falsches nicht erkannt hat.

Wilde Partys, Rauchen, Trinken, Alkohol: Erfüllen Sie Klischees?

Ich habe ja das Problem, dass ich so atypisch aussehe. In meinem Habitus erfülle ich nicht die Erwartungen, die an eine Künstlerpersönlichkeit geknüpft sind. Die Menschen denken eben sehr simpel und haben Klischee-Schubladen. Ich komme im Vergleich zum allgemeinen Verständnis von dem, was ein Künstler zu sein hat, zu bürgerlich rüber. Das ist so, weil die Leute deppert sind und nicht glauben wollen, dass der Grad an Selbststilisierung nicht unbedingt mit einem starken Werk verbunden sein muss. Wenn Sie weg sind, schlüpfte ich dann hier aus diesem hübschen Sakko in meinen bekleckerten Pullover und male weiter.

Sie sind für Ihre Porträts berühmt, scheuen aber auch nicht vor Auftragsporträts zurück.

Ja, weil der Blick auf den Menschen immer derselbe ist. Aber ich gebe zu, es kommt öfter vor, dass ich jemanden beauftrage, für mich Modell zu sitzen, als umgekehrt.

Was muss eine Person auszeichnen, damit sie von Ihnen porträtiert wird?

Das klingt schon so arrogant in der Fragestellung, so kann ich das hier gar nicht beantworten. Ich muss von einem Menschen angezogen sein, das ist für mich der eigentliche Ausgangspunkt. Ich bin aber selber neugierig und steige gern in mein Gegenüber ein, ob Auftrag oder nicht Auftrag. Ich muss also irgendwie einen Bezug haben. Es ist ja eine gemeinsame Reise, auf die wir uns begeben. Ich lerne die Menschen kennen, die da sitzen, und die lernen mich auch kennen, auch wenn sie kein Porträt von mir malen. Das ist wie die gemeinsame Besteigung eines Berges. Und nachher sind wir Kriegskameraden (lacht). Übrigens: Das eine Fest will ich unbedingt einmal machen: eine Party mit allen, die ich je gemalt habe. Das wird ein Bombenfest!

Wie viele Porträtierte sind im Laufe der Jahre zusammengekommen?

Ich habe schon einmal gezählt, aber das weiß ich jetzt auch nicht. Sicher 200 oder mehr. Es gibt mehr Bilder als Menschen, denn ich male manchmal ein paar Versionen von einem Menschen. Aber das Fest muss sein. Das kommt einmal. Das ist das einzige Fest, das mir wirklich wichtig ist. Im Sommer muss es sein, bei schönem Wetter, das muss man halt von langer Hand planen, viele Anreisen etc. Und dann große Sause mit allen. Die haben ja alle diese Art, man kann sie nach Jahren wiedersehen, sie wissen ihre Schmerzpunkte, wie sie sich verrenkt haben. Und wenn zwei auf einem Bild sind, dann blinzeln die einander immer so zu und machen so kleine Gesten, wie ihre Haltung damals war, eine Art Geheimbund! Und dann verfallen sie in Lachsalven, weil das sozusagen Schmerzen sind, die man nie vergisst! ★



Modernes Dachterrassenapartment

Inmitten bester Lage des 4. Bezirkes besticht dieses Dachterrassenapartment auf einem kleinen, exklusiven Neubauprojekt. 174 m² moderne Wohnfläche bieten eine großzügige, loftartige Atmosphäre und eine Sonnenterrasse mit 90 m² lässt keine Wünsche offen.

Kaufpreis 1.980.000 EUR | HWBmax=28,78 kWh/m²a B

Repräsentative Alt- und Neubauwohnungen in bester Innenstadtlage

In einem der bemerkenswertesten Straßenzüge der Innenstadt wird ein wunderschöner Altbau auf höchstem Niveau komplett saniert sowie um einen Neubauteil erweitert. Garagenstellplätze vorhanden.

Kaufpreis ab 605.000 EUR | HWBmax=40 kWh/m²a B



Exklusive Dachgeschoßwohnung in Gegend zur Innenstadt

Diese repräsentative, großzügige Dachterrassenwohnung mit 258 m² Wohnfläche besticht durch ihre wunderschöne Aussicht in den Garten des Theresianums und die ausgezeichnete Lage im 4. Bezirk nahe der Grenze zum 1. Bezirk.

Kaufpreis 2.299.000 EUR | HWBmax=38,33 kWh/m²a B



Luxus erleben **LUXUS LEBEN**

Mit langjähriger Erfahrung und persönlicher, individueller Beratung vermitteln wir unseren Kunden erfolgreich exklusive Wohnimmobilien für gehobene Ansprüche. Auf höchstem Niveau.



Für nähere Informationen kontaktieren Sie bitte
Frau Irene Rief-Hauser, MSc.
+43-1-512 76 90-413 | i.rief-hauser@ehl.at | www.wohnung.at





Alex Kiessling

*1980 in Wien; lebt und arbeitet in Wien; studierte an der
Universität für Angewandte Kunst bei Prof. Wolfgang Herzig
www.alexkiessling.com

KUNST AM WERK

Wir feiern. Sie gratulieren. Anlässlich der 50. Ausgabe haben wir junge Künstler eingeladen, sich mit unserem Magazin auseinanderzusetzen und eine Arbeit zu deluxe zu gestalten – eine gute Gelegenheit, sich von ihnen ein Bild zu machen.

VON ALEXANDER PFEFFER UND YASMIN EL MOHANDES
FOTOGRAFIERT VON PHILIPP HORAK



GRATULATION



Was sollten wir über Sie wissen?

In meinen Bildern setze ich mich derzeit vorrangig mit den Themen Identität, Spiel und Traum und visuell traumhaften Strukturen auseinander. Zugunsten der Sphärik und Bildspannung wird die Narration in meinen figurativen Arbeiten bewusst reduziert. Die so entstehenden Verschränkungen und Verschlüsselungen lassen dem Betrachter viele Wege der Rezeption offen und führen trotz der starken visuellen Vorgaben immer wieder zu neuen Interpretationen des Bildgefüges.

Warum ausgerechnet Künstler?

Da ich mich schon von klein auf für Kunst begeistert habe, stellte sich für mich die Frage einer Karriere als Banker- oder Rechtsanwalt nicht.

Wer sind Ihre Helden?

Menschen mit Zivilcourage, die gegen Gier und Opportunismus klar Position beziehen.

Ihr größter Erfolg?

Für mich persönlich ist es ein großer Erfolg, mir die Freiheit erarbeitet zu haben, von dem Leben zu können, was mich wirklich fasziniert.

Welchen Luxus leisten Sie sich?

Per Definition des Wortes Luxus verfüge ich über reichlich viel Eigen-Zeit. Das halte ich für sehr luxuriös.

Bitte ein Statement zum Werk.

Meine Arbeit für das WirtschaftsBlatt deluxe reiht sich in eine Serie von graphischen Werken ein, deren Inhalte und Kontexte aus einem längeren Aufenthalt in Tokio resultieren. Hierbei verwende ich nicht nur Tuschestifte, sondern auch sogenannte „Deleterscreens“ oder „Screentones“. Das sind für japanische Manga-Zeichner typische Folien, die mit einer Cut-out-Technik aufgetragen werden. Ich verwende sie teils klassisch zum Schattieren, teils unkonventionell und frei. Um eine Brücke zwischen einem freien Werk und der Jubiläumsausgabe des WirtschaftsBlatt deluxe zu schlagen, habe ich mich als Referenz zur 50. Ausgabe in der Anzahl der „Punkte“ auf 50 beschränkt. So ist eine unabhängige Grafik entstanden, die sich trotzdem partiell auf das Magazin bezieht.



Um eine Brücke zwischen einem freien Werk und der Jubiläumsausgabe des WirtschaftsBlatt deluxe zu schlagen, habe ich mich als Referenz zur 50. Ausgabe in der Anzahl der „Punkte“ auf 50 beschränkt

GRATULATION



Iv Toshain

*1980 in Sofia; lebt und arbeitet in Wien; studierte an der Akademie der bildenden Künste bei Prof. Franz Graf
www.toshain.com



FEMINISM

GRATULATION



Was sollten wir über Sie wissen?

Die weiße Haarsträhne ist echt!

Warum ausgerechnet Künstlerin?

Die Kunst sucht dich aus!

Wer sind Ihre Helden?

Mein Vater.

Ihr größter Erfolg?

Wenn eine Idee beim Materialisieren in ein Kunstwerk beginnt, sich selbst zu übertreffen.

Welchen Luxus leisten Sie sich?

Wurfsterne zu vergolden.

Bitte ein Statement zum Werk.

In meiner Arbeit erzeugt das Symbol, die Form des Sternes ambivalente Spannungsfelder. Einerseits steht er für Erfolg, Reichtum, Prominenz, Glamour, Superstars und für die Geburt, andererseits verkörpert er die gegensätzliche Bedeutung – Macht, Aggression, Gewalt, Verletzung und Tod. Wurfsterne, Morgensterne und das Werk „Orden“ repräsentieren diese Idee.

In meiner Arbeit erzeugt das Symbol, die Form des Sternes ambivalente Spannungsfelder



GRATULATION



Marianne Vlaschits

*1982 in Mödling; lebt und arbeitet in Wien; studierte an der Akademie der bildenden Künste bei Prof. Hubert Schmalix
www.vlaschits.com



**Was sollten wir über Sie wissen?**

Dass meine Bilder super sind und man sie noch recht günstig kaufen kann?

Warum ausgerechnet Künstlerin?

Weil ich für alles andere, was mich interessiert hätte, in Mathematik zu schlecht war. Und man soll ja machen, was man am besten kann.

Wer sind Ihre Helden?

Ich bewundere Menschen, die ihr eigenes Ding konsequent durchziehen wie zum Beispiel Ludwig II., König von Bayern, oder Künstlerinnen wie Maria Lassnig und Hilma af Klint; andererseits Menschen, die sich für die Schwächeren und das allgemeine Wohl einsetzen, wie Tierschützer zum Beispiel. Im Idealfall sind beide Eigenschaften in einer Person vereint. Meine Eltern sind übrigens auch sehr toll!

Ihr größter Erfolg?

Da nichts so schnell langweilig wird wie Erfolg: immer der neueste! Gerade freue ich mich sehr darüber, dass ich für die geniale Band „Hercules and Love Affair“ das Artwork für ihr neues Album, welches kommenden Winter erscheint, machen darf.

Welchen Luxus leisten Sie sich?

Das zeitfressendste Hobby überhaupt – ich bin Spielerin in Österreichs bisher einziger Roller-Derby-Mannschaft, wir müssen regelmäßig ins Ausland fahren, wenn wir spielen wollen und alles selber zahlen, da wir noch keinen Sponsor dafür haben. Wir sind aber schon recht erfolgreich in Europa und es macht großen Spaß, so eine Sportart aufzubauen und zu etablieren. Und ab und zu gönne ich mir den Luxus, absolut nichts zu machen.

Bitte ein Statement zum Werk.

Ich habe mir einfach nur versucht vorzustellen, wie die WirtschaftsBlatt deluxe-Redaktion das Jubiläum wohl feiern wird. Und wem die Abkürzung YOLO nichts sagt: Sie steht für „You only live once“.



Ich habe mir einfach nur versucht vorzustellen, wie die WirtschaftsBlatt deluxe-Redaktion das Jubiläum wohl feiern wird. Und wem die Abkürzung YOLO nicht geläufig ist: Sie steht für "You only live once"

GRATULATION



Hanakam & Schuller

*1979 in Essen und 1984 in Friesach; leben und arbeiten in
Wien; studierten an der Universität für Angewandte Kunst bei
Prof. Erwin Wurm www.hanakam-schuller.com





In den Arbeiten zeigen wir Objekte, die durch die Zuordnung von Eigenschaften und Funktionen zu emotional besetzten Charakteren werden

Was sollten wir über Euch wissen?

Wir leben und arbeiten gemeinsam seit unserer Studienzeit in Wien, und für unsere Filmarbeiten und Projekte verbringen wir viel Zeit außerhalb von Wien, etwa in Essen, im Ruhrgebiet, wo Markus auch herkommt. Gearbeitet haben wir aber auch schon in Los Angeles, Paris, Rom, Ungarn und Südfrankreich, teilweise leben wir als Artists in Residence länger an diesen Orten, manchmal sind wir für die Spanne unserer Dreharbeiten vor Ort.

Warum ausgerechnet Künstler?

Markus: Ich wollte ursprünglich Kommunikationsdesign an der Universität Essen studieren, wurde dort aber für Kunst und Kunstpädagogik aufgenommen. Nach meinem Wechsel nach Wien an die Angewandte war dann klar, dass das auch mein Beruf werden sollte.

Roswitha: Ich hätte mir zu Studienbeginn auch vorstellen können, im Bereich der Kunstvermittlung oder Recherche zu arbeiten. Da Markus und ich aber immer mehr in Teams zusammengearbeitet hatten und später auch als Duo, war die Ausrichtung hin zur selbstständigen künstlerischen Arbeit klar.

Wer sind Ihre Helden?

Han Solo, Donald Duck, die Enterprise-Crew und viele andere. Helden sind etwas Tolles in der Fiktion. Im realen Leben sind es Menschen mit Haltung; die ist unabhängig von Alter, Herkunft oder Beruf.

Ihr größter Erfolg?

Roswitha: In der Arbeitswelt Kunst ist es schwer, einen Erfolg ursächlich auszumachen, uns ist es wichtiger, Schritt für Schritt auf dem Erreichten aufzubauen. Ein einzelner Erfolg, eine Ausstellung, ein Stipendium, was auch immer, ist alleine nicht nachhaltig.

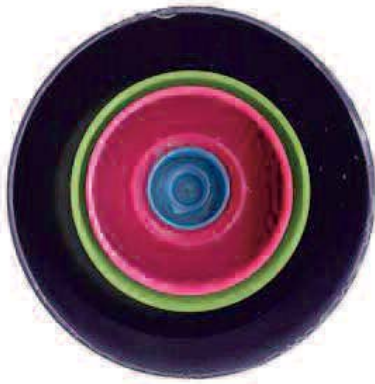
Markus: Aber die Weiterentwicklung macht es aus, so ist es natürlich für uns wichtig, dass die Arbeiten an guten Orten gezeigt werden, in den letzten Jahren waren Arbeiten etwa im Palais de Tokyo in Paris zu sehen, bei der Moscow Biennale oder kürzlich im Eyebeam Center in New York. Auch das Schindler-Stipendium in Los Angeles und die Verbindung zum MAK in Wien waren sehr wichtig für uns.

Welchen Luxus leisten Sie sich?

Wenn es das Arbeitspensum einmal zulässt: lange ausschlafen und Russische Punschtorte oder Annatorte beim Demel.

Bitte ein Statement zum Werk.

Wir arbeiten hauptsächlich in den Bereichen Video, interaktive Kunst und Zeichnung, wobei wir uns dabei diverser Aspekte der Populär- und Konsumkultur bedienen. In den Arbeiten zeigen wir Objekte, die durch die Zuordnung von Eigenschaften und Funktionen zu emotional besetzten Charakteren werden. Es handelt sich dabei um ursprünglich anonyme Objekte, industriell gefertigte Kunststoffteile, die als konkretes Objekt oder digitale Kopie in Filmen, Animationen und Installationen eingesetzt werden.



DER PARTYSCHRECKEN

Unser Autor **Thomas Glavinic** packt über das überfallsartige Beschenktwerden aus. Denn Überraschungsparty findet er entsetzlich.



„Das Wort Überraschungsparty weckt sadomasochistische Assoziationen“

Unfreiwilliges Gefeierte werden ist eine entsetzliche Angelegenheit, das Wort „Überschungsparty“ weckt sadomasochistische Assoziationen. Über wen ist diese Katastrophe nie hereingebrochen: Man wird nichts ahnend in einen Raum geschoben, in dem sich eine Meute wohlmeinender Freunde versteckt hält, die einem zum Geburtstag oder einem anderen wichtigen Ereignis gratulieren will, und bereit im letzten Moment voller Grimm, unbewaffnet außer Haus gegangen zu sein. Nun steht man vor lachenden und klatschenden Menschen, die einen absurderweise auch noch mit ausgesprochen atonalem Gesang hochleben lassen, wird von all diesen glückstrahlenden Leutchen so übertrieben bejubelt, als hätte man gerade einen bösen Drachen erlegt, der das Dorf bedrohte, schämt sich in Grund und Boden und muss dafür auch noch dankbar sein.

Das kommt nämlich strafverschärfend hinzu: All diesen Gratulanten schuldet man Dankbarkeit. Fürs Kom-

men und für die nette Idee. Und für die Liebe, mit der sie die Geschenke ausgesucht haben, wobei es natürlich keine Rolle spielt, dass die meisten aus dem Online-Versand irgendeiner dubiosen Firma stammen, um die netten Geschenke geht es und um die nette Idee und darum, dass man nun, noch immer beäugt und angestarrt von Dutzenden Augenpaaren, endlich damit beginnt, seine Geschenke auszupacken und sich darüber zu freuen.

Wehe dem, der sich nicht freut, üble Nachrede ist ihm gewiss. Aus den Päckchen mit den schönen Schleifchen fallen einem klebrige Schlüsselanhänger in die Hände, die offensichtlich kurz zuvor noch vom Sprössling der Schenker als Spielzeug verwendet wurden, gerahmte Fotos, auf denen man aussieht wie ein vollendeter Kretin, abscheuliche Vasen, originelle Scherzartikel, zu große T-Shirts, zu kleine T-Shirts, hässliche T-Shirts, noch mehr originelle Scherzartikel, Bücher, die man nie lesen wird, DVDs, die man weiterschenken wird, und während neben einem der Geschenkpapierberg zu einer Müllhalde anwächst, werden einem zwei Tatsachen bewusst. Erstens: Die Schenker haben hin und her überlegt, wie viel Geld sie ausgeben wollen, sprich: was man ihnen wert ist. Zweitens: Es wird erwartet, dass man diese Gaben mit Lächeln, mit Lachen, ja mit ausgelassener Freude entgegennimmt. Das alles ist verbesserungsfähig.

Wenn Sie einem vernünftigen Menschen eine Freude bereiten wollen, sagen wir, zu seinem Geburtstag, machen Sie es so: Schenken Sie ihm etwas wirklich Wertvolles. Und jetzt rede ich nicht von Ihrer Zeit oder anderem Unsinn, auf Ihre Zeit kann er zur Not verzichten, schenken Sie ihm eine tolle Uhr, ein Auto, eine Reise, tun Sie es diskret und tun Sie es so, dass er gar nicht auf die Idee kommt, vor Ihnen auf die Knie fallen zu müssen. Wenn Sie diese Größe aufbringen, wird der Beschenkte sich zeitlebens daran erinnern, und zwar anders als an das weiter oben beschriebene Szenario, an das er sich allerdings auch zeitlebens erinnern wird, ungefähr mit demselben Vergnügen wie an den Tag irgendeiner epochalen Blamage vor versammelter Schulklasse. Nein, an Ihr Geschenk wird er sich für immer und ewig mit Freude und Glück erinnern. Es könnte zwar sein, dass Sie in den Wochen vor seinem darauffolgenden Geburtstag mit verstärkter Anrufintensität seinerseits rechnen müssen, aber dann haben Sie sich eben verschenkt. Dann haben Sie danebengeschenkt, so etwas kommt nun mal vor, aber dann kriegt der Kerl eben das nächste Mal eine Tafel Schokolade. Zum Schenken gehört dreierlei: ein kluger Schenker, ein großzügiges Geschenk, ein würdiger Beschenker. ★



HOLTER

eintauchen und wohlfühlen

www.holter.at

4600 WELS

1230 WIEN

5020 SALZBURG

6380 ST. JOHANN/TIROL

6060 HALL/TIROL

HOLTER

Bäder für besondere Momente. In österreichweit fünf Ausstellungen zeigt HOLTER eine einzigartige Auswahl an Gestaltungsvarianten und Produkten, mit denen sich individuelle Bäderträume verwirklichen lassen. In stilvollem Ambiente können Besucher dort die vielfältigen Verwendungsmöglichkeiten von Materialien, Farben und Formen hautnah erleben. Vereinbaren Sie einen Beratungs- und Planungstermin. Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Alpina

130
JAHRE

Die genossenschaftlich organisierte „Vereinigung der Schweizer Uhrmacher“, aus der später das Uhrenlabel Alpina hervorging, konstituierte sich 1883. Mitte der 1980er-Jahre verschlief Alpina die Renaissance mechanischer Uhren. Fortan dümpelte die in deutschem Besitz befindliche Traditionsmarke jahrelang vor sich hin. Dann entdeckte der holländische Unternehmer und Frederique-Constant-Eigentümer Peter Stas Alpinas schlummerndes Potenzial. Die erste neue Kollektion kam 2003 heraus. Inzwischen liegt die Jahresproduktion bei rund 8000 vorwiegend sportiven Zeitmessern. Nostalgie pur ist der zum Geburtstag präsentierte Chronograph „Alpina130“ mit vergoldetem Stahlgehäuse und dem Automatikkaliber AL-860, einem Umbau des Sellita SW 500. Auf dem Ziffernblatt finden sich analog zum Original innen eine Tachymeter- und außen eine Telemeterskala. Die Wasserdichte reicht bis fünf Atmosphären.



10
JAHRE

Breitling for Bentley



Die Besonderheit des Kalibers B06 von Breitling geht zurück auf das Jahr 1926 und Gaston Breitling: Zur Optimierung der Ablesbarkeit umrundet der Chronographenzeiger das Zifferblatt in nur 30 Sekunden. Dieses Prinzip griff Breitling 2003 zum Start der Kooperation mit Bentley Motors wieder auf. Die Mechanik des „30-Sekunden-Chronographen“, hausintern „25B“ genannt, stammte von Eta und Dubois-Depraz. Zehn Jahre erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen zwei renommierten Marken sind Anlass genug, in der neuen, stählernen „Bentley B06“ eigene Manufakturteile ticken zu lassen. Weil der Chronographenzeiger doppelt so schnell wie üblich rotiert, lassen sich die Sekundenbruchteile exakt vom kunstvoll per Lasertechnik durchbrochenen Zifferblatt ablesen. Bedingt durch diesen konstruktiven Kunstgriff drehen die beiden Totalsatoren in 15 Minuten und sechs Stunden.

50
JAHRE

Tag Heuer Carrera

1963 wollte Jack W. Heuer, ein Grandseigneur der gestoppten Zeit, für seinen neuen Chronographen nicht nur ein puristisch gestaltetes, sondern auch ein möglichst großes Zifferblatt. Und hier gelang ihm ein echter Geniestreich, denn er ließ den innen liegenden Metall-Spannring des Plexiglasses erstmals mit der Sekundenskala bedrucken. Bei der Namensgebung kam Jack der Zufall zu Hilfe. Während der „12 Stunden von Sebring“ erzählte ihm der Rennfahrer Ricardo Rodriguez von der „Carrera Panamericana“. Den 50. Geburtstag der 1997 reanimierten Chronographen-Legende feiert TAG-Heuer u.a. mit dem 45 mm großen „Carrera Calibre 1887 Jack Heuer Chronograph“. Der besticht durch ein neues pultförmiges „Bullhead“-Design mit oben liegenden Bedienelementen. Die Schale aus Titan und Stahl ist wasserdicht bis zehn Atm. Fürs Stoppen ist das Automatikkaliber 1887 zuständig.



WIE DIE ZEIT VERGEHT

Gute Zeiten für Swatch, Rolex und Jaeger-LeCoultre: Sie und eine Reihe weiterer Marken haben heuer etwas zu feiern. Eine kleine Hommage anlässlich großer Jubiläen.

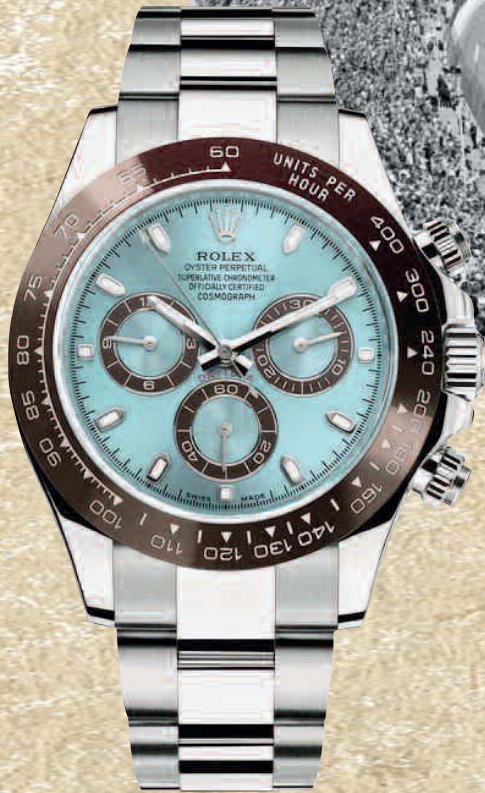
VON GISBERT L. BRUNNER

180
JAHRE

Jaeger LeCoultre

Antoine LeCoultre, ein begnadeter Uhrmacher, legte 1833 das Fundament für Jaeger-LeCoultre. 1907 brachte die Grande Maison das nur 1,38 mm dicke Handaufzugswerk 145 mit dem Beinamen „Rasierklinge“ auf den Markt. Ganz so flach ist das neue Kaliber 849 mit seinen 1,85 mm Bauhöhe nicht. Weil sich die verfügbaren Toleranzen bei dieser geringen Bauhöhe auf ein Minimum reduzieren, sind beispielsweise die Lagersteine sorgfältigst einzupressen. Alle 123 Komponenten wirken in einer 30 mm großen, nur 4,05 mm hohen Platin-Armbanduhr zusammen. Die Gangautonomie beträgt zwar nur 35 Stunden, aber das manuelle Spannen der Zugfeder bereitet richtige Freude. Das Geizen der Manufaktur bei den Dimensionen verschont übrigens keines der nur 880 Exemplare der „Master Ultra ThinJubilee“ vor dem gnadenlosen 1000-Stunden-Test.





50
JAHRE

Rolex
Daytona

Schon 1902 fand auf dem Daytona-International-Speedwaykurs ein erstes Autorennen statt. Die faszinierende Ausstrahlung dürfte letztlich dazu beigetragen haben, dass Rolex den 1963 lancierten Chronographen, Referenz 6238, „Daytona“ taufte. Bis etwa 1967 entstanden von dem Stopper mit Valjoux-Handaufzugswerk rund 3600 Stück. Das chronographische Automatikzeitalter begann 1988 mit einem modifizierten, auf vier Hertz Unruhfrequenz entschleunigten „El Primero“-Kaliber von Zenith. Das hauseigene 4130 mit Vertikalkupplung und 72 Stunden Gangautonomie sorgte ab 2000 in der stählernen Referenz 116520 für Furore. Selbiges findet sich zum Jubiläum in dem bis zu zehn Atmosphären waserdichten „Cosmograph Daytona“ mit Oyster-Gehäuse und -Band aus massivem Platin. Allem, was Kratzer machen könnte, widersetzt sich die braune „Cerachrom“-Lunette samt gravierter Tachymeterskala.

Chronoswiss

30
JAHRE

Zu den Pionieren des Regulator-Zifferblatts bei Armbanduhren gehört zweifelsohne Chronoswiss. Die einst bayerische, inzwischen aber schweizerische, Uhrenmarke zelebriert 2013 ihren 30. Geburtstag. Aus diesem Anlass ist das Sondermodell des 25 Jahre alten Flaggschiffs „Regulateur“ fast schon eine Pflichtübung. Beim neuen „Regulateur 30“ sucht man den kleinen Stundenzeiger vergebens: Stattdessen findet sich bei der Zwölf ein Fenster, in dem die Stunden digital erscheinen. Der Minutenzeiger ist aus dem Zentrum in die obere Zifferblatthälfte gewandert, bei der Sechs rotiert der Sekundenzeiger. In Rotgold entstehen 130 dieser Uhren, in Stahl insgesamt 300. Beide Versionen messen 40 Millimeter, besitzen massive Silberzifferblätter mit guillochierter Optik. Das Automatikwerk vom Kaliber C.283 verfügt über 42 Stunden Gangautonomie.



MONTBLANC TIMEWALKER CHRONOVOYAGER UTC



© Montblanc®

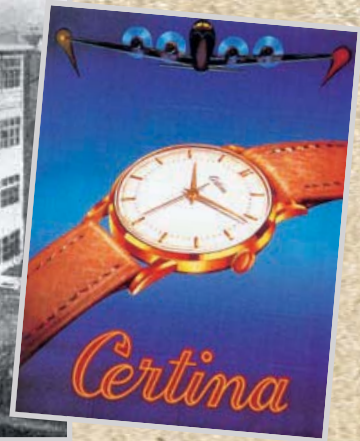
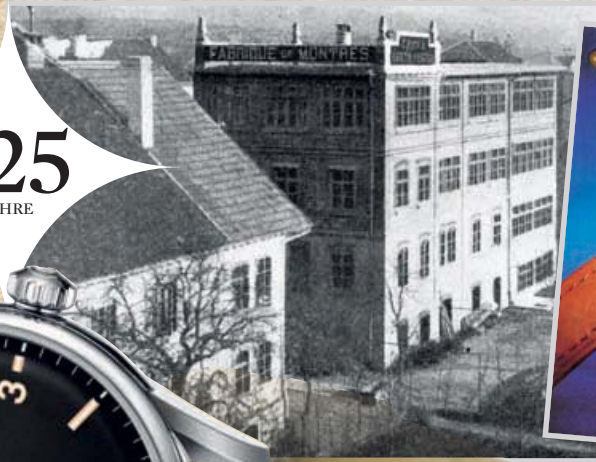
Eine zweite, mit der koordinierten Weltzeit (UTC) synchronisierte Zonenzeit macht diesen automatischen Chronographen zum perfekten Begleiter für alle Vielreisenden. Sein robustes Edstahlgehäuse mit einem Durchmesser von 43 mm mit satiniertes Lünette und Drückern verbindet elegantes Design mit der traditionellen Uhrmacherkunst. Dieser Chronograph verfügt über eine zweite Zonenzeit mit Tages/Nachanzeige, die über 24 Stunden auf dem Höhenring angezeigt wird, eine Datumsanzeige, einen zentralen Sekundenzeiger sowie zwei zusätzliche Zähler für bis zu 30 verstrichene Minuten und maximal zwölf verstrichene Stunden. Gefertigt in der Montblanc Manufaktur in Le Locle, Schweiz. **MONTBLANC. A STORY TO TELL.**

**MONT
BLANC** 

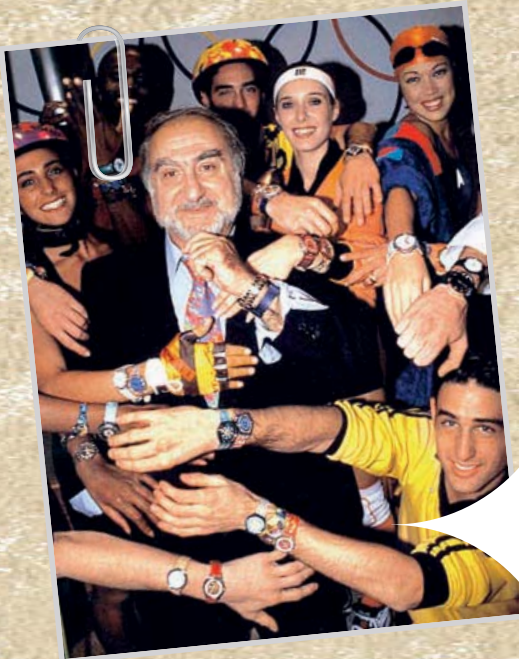
MONTBLANC.COM

Certina

125
JAHRE



Auf 125 Jahre Firmengeschichte blickt das Swatch-Group-Mitglied Certina nicht ohne Stolz zurück. Zum unangefochtenen Leadermodell avancierte ab 1958 die „DS“, ein Kürzel von „Doppelte Sicherheit“. Armbanduhren dieses Namens überstanden härteste Torturen, zum Beispiel in der Radnabe eines BMW-Rennwagens. Von der Jubiläums-„DS“ fertigt das Geburtstagskind 5000 Exemplare. Jedes zeigt die Zeit mithilfe des brandneuen Automatikkalibers Eta „Powermatic 80“. Seine Gangautonomie liegt, wie der Name andeutet, bei rund 80 Stunden. Dadurch läuft die Uhr auch nach einem Wochenende ohne Uhr am Arm auch am Montag noch in gewohnter Präzision. Ein Saphirglasboden gestattet Blicke auf das traditionelle, die Schwungmasse zierende Schildkröten-Logo. Das Edelstahlgehäuse misst 40 Millimeter. Wasser widersetzt es sich bis zu zehn Atmosphären Druck.



30
JAHRE

Swatch

Genau betrachtet begann die Geschichte der Swatch 1978 bei der Eta mit der Entwicklung des ultraflachen, aber auch sündhaft teuren „Delirium tresmince“. Das preisgünstige Plastik-Pendant, intern „Delirium vulgaris“ genannt, nahm ab 1979 sukzessive Gestalt an. Im Herbst 1982 durfte sich die Swatch, was Swiss Watch oder Second Watch bedeuten kann, erstmals bei Feldversuchen im texanischen Dallas beweisen. Obwohl sie mit Pauken und Trompeten durchfiel, debütierte die erste Kollektion mit zwölf Modellen am 1. März 1983. Nach Startschwierigkeiten entwickelte sich die Swatch zum echten Millionenseller. An 30 Jahre Erfolgsgeschichte erinnert unübersehbar die „Swatch Est. 1983“ mit transparenter Kunststoffschale. Der Zifferblattring mit allen Jahreszahlen von 1983 bis 2013 umrahmt das Quarzwerk, dessen wichtigste Bauteile durch ihre goldene Farbe ins Auge stechen.



ROZET & FISCHMEISTER

LIVING A LEGEND - ROZET & FISCHMEISTER

Gegründet 1770 von Nikolaus Rozet, einem Hugenotten, der von Frankreich nach Wien kam, gilt das heutige Unternehmen Rozet & Fischmeister als eine der ersten Adressen in Wien für kostbares Tafelsilber und ist jedem Wiener ein Begriff. Immer wieder steht man fasziniert vor der wunderschönen historischen Auslage des Geschäfts am Kohlmarkt 11. Der Kohlmarkt, „einer der Lieblingsplätze der schönen Welt“, wie ein Dichter so schön formulierte, steht heute für die Verbindung von Tradition und Moderne. Hier reihen sich internationale Juweliere wie Cartier und Tiffany und weltbekannte Marken wie Gucci und Dolce & Gabbana nahtlos neben alteingesessene Traditionshäuser ein.

TRADITION UND MODERNE

Heute betreiben Georg Fischmeister und sein 27-jähriger Sohn Franz das Geschäft am Kohlmarkt. Neben edlen Kostbarkeiten aus Silber finden die Schmuckkreatio-

nen von Franz Fischmeister eine immer größere Anhängerschaft. Mit seinen exquisiten, sehr modern anmutenden Edelsteinkollektionen knüpft Franz Fischmeister an die große Schmuckhandwerkstradition seiner Familie an. Nach Lehr- und Wanderjahren für Weltmarken wie Cartier und Asprey in London, kehrt Franz Fischmeister in seine Heimatstadt Wien zurück. Der studierte Gemmologe schloss seine Ausbildung beim renommierten Juwelier Seitner in Wien zum Goldschmied mit dem Meisterbrief ab. Heute hat Franz Fischmeister seine eigene Formensprache gefunden und ausgebaut und bereits mehrere Preise für seine Schmuckkreationen erhalten.

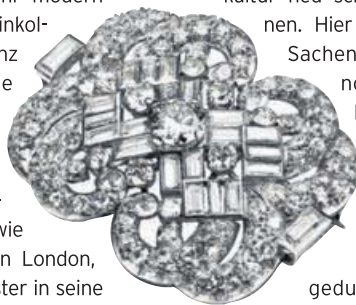
Liebhabern und Kennern von „Vintage Jewellery“ ist das Traditionshaus längst ein Begriff - die schönsten Stücke aus den 40er, 50er und 60er Jahren findet man hier. 14-karätige Goldarmbänder, in einem der Haut besonders schmeichelnden Goldton, wie es ihn heute nicht mehr gibt, gehören zu den vielen Besonderheiten bei Rozet & Fischmeister.

Auch wieder in Mode gekommene Broschen und so manches skurrile Stück, wie ein Ring mit einem täuschend echt aussehenden Glasauge, finden sich im schier unerschöpflichen Fundus der Fischmeisters.

GRÜSS GOTT, HERR HOFRAT

Der besondere Stil spiegelt sich auch im kultivierten Umgang mit den Kunden und dem beinahe entrückten Ambiente wider. Hier wird die Liebe zu den schönen Dingen mit Muße zelebriert. Alleine der Anblick des Silbergeschirrs - das sich wunderbar zu modernem

Porzellan kombinieren lässt - lädt dazu ein, die hohe Kunst der Tischkultur neu schätzen zu lernen. Hier kann man in Sachen Tischkultur noch einiges lernen und die Herren Fischmeister sind besonders nette und geduldige Lehrmeister, ohne jemals zu befehlen.



HIGHLIGHTS UND ERFOLGE

Zahlreiche Anekdoten zeugen von der einzigartigen Stellung, die Rozet & Fischmeister seit jeher eingenommen hat. So ist das legendäre silberne Kaffeeservice „Alt Wien“ nach wie vor erhältlich, ursprünglich ein Geschenk der Stadt Wien an Erzherzog Karl, anlässlich der empfindlichen Niederlage, die er Napoleon 1820 zugefügt hat. Etwas später bekam Ignaz Franz Rozet den

Titel k.k. Hofgalanteriewarenhändler vom Kaiser verliehen und nahm Franz Karl Fischmeister (1820-1902) in sein Geschäft auf, in dem er neben den herkömmlichen Galanteriewaren auch Orden herstellte. Die berühmten Schmetterling-Broschen in feinsten Fensteremailtechnik entwarf sein Sohn, Gustav Fischmeister, während dessen erfolgreicher Zusammenarbeit mit dem französischen Künstler René Lalique. Von höchster symbolischer Bedeutung ist die Fertigung des Siegelstempels für die Unterzeichnung des österreichischen Staatsvertrages durch

Leopold Figl als Geschenk von Rozet & Fischmeister an das Land.



**Geschäftsführer von Rozet&Fischmeister
Georg Fischmeister, Franz Fischmeister**

”

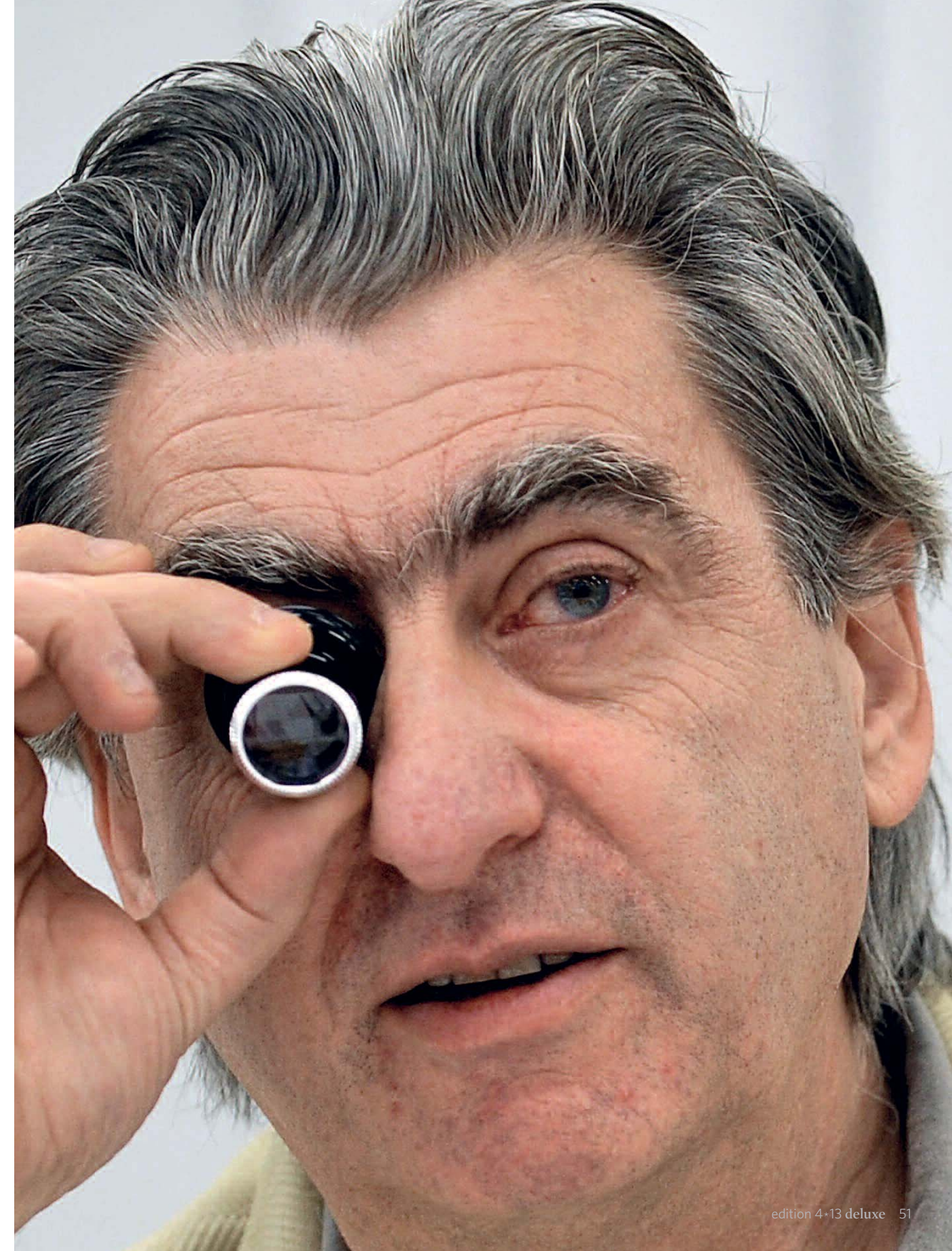
Emotionen
sind bei Uhren
wichtiger als
Präzision

“

Swatch

30
JAHRE

Swatch-Chef **Nick Hayek** über die nächste Generation von Schweizer Billiguhren, den starken Franken und die Konkurrenz mit Apple. VON JÜRGEN DUNSCH





„Der Name Swatch steht für ‚second watch‘, also für eine originelle Zweituhr“

deluxe: Herr Hayek, verraten Sie bitte, warum Sie stets zwei Uhren tragen.

NICK HAYEK: Mein Vater trug sogar vier Uhren. Er betrachtete alle unsere Marken als seine Kinder und wollte keines benachteiligen. Ich hingegen trage meist zwei. Wahrscheinlich will ich damit dazu ermuntern, dass alle zwei Uhren tragen. Das wäre für unseren Markt gar nicht so schlecht.

Und als Marketing-Gag gut für Ihren Produktionsstandort Schweiz.

Auf der Bilanzpressekonferenz der Swatch Group dieses Jahr in Grenchen in einer noch nicht fertiggestellten Zifferblattfabrik haben wir für die Journalisten und Analysten Gummistiefel als Geschenke verteilt. Werkplatz Schweiz heißt ja anpacken, wenn nötig auch draußen im Dreck. „Swiss made“-Stiefel haben wir leider keine gefunden, aber immerhin „Made in Italy“. Was die Schweizer Uhrenindustrie angeht, so ist es existenziell, auch qualitative Massenprodukte wie die Swatch herzustellen. Man darf nicht nur immer auf mehr Luxus setzen, wie dies viele in der Uhrenindustrie tun. Die jetzige Situation erinnert mich an das, was vor dreißig Jahren war. Erst mit der massentauglichen und in jeder Hinsicht ungewöhnlichen Swatch hat mein Vater die Schweizer Uhrenindustrie gerade noch gerettet.

Jetzt bringen Sie mit der „Sistem 51“ eine weitere preisgünstige Uhr auf den Markt. Ist sie etwas Besonderes oder einfach nur ein

Mittel gegen die Billigkonkurrenz?

Wie die erste Swatch vor 30 Jahren stellt diese Uhr eine Revolution in der Branche dar. Obwohl eine mechanische Uhr mit automatischem Aufzug, besteht sie wie damals das viel einfachere Quarzmodell nur aus 51 Teilen. Sie wird vollautomatisch gefertigt, erlaubt einen Verkaufspreis zwischen 100 und 200 Franken und zeigt dennoch überragende Eigenschaften, so eine Gangreserve von 90 Stunden und eine Toleranz gegenüber der Normalzeit von höchstens plus/minus fünf Sekunden am Tag. Vor allem aber ist sie zu einhundert Prozent ein Schweizer Produkt, das wie die Swatch-Uhren ein Millionenpublikum rund um die Welt finden wird.

Aber vernichtet eine solche vollautomatisch hergestellte Uhr nicht letztlich Arbeitsplätze in der Schweiz, zu deren Fürsprecher Sie sich immer machen?

Es handelt sich dabei um eine neue Produktlinie und ersetzt keine bestehende, darum braucht es auch zusätzliche gut ausgebildete Fachkräfte, zum Beispiel zur Fertigung der einzelnen Komponenten für die „Sistem 51“. Darüber hinaus mussten völlig neue Maschinen entwickelt werden. All dies bringt Arbeitsplätze ebenso wie der Mehrabsatz durch die Innovation, welche diese Uhr darstellt. In diesem Zusammenhang erinnere ich Sie daran, dass die Swatch Group 2012 weltweit 1500 Mitarbeitende eingestellt hat, davon allein 900 in der Schweiz.



Der richtige Standort zählt ...



Residenz am Nussberg

Wien XIX, Nussberggasse 2c, Appartements von 200 bis 315 m²

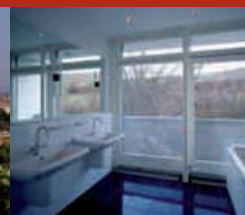
Eingebettet in die malerischen Weingärten Nussdorfs finden Sie eines der exklusivsten Apartmentobjekte Wiens. Die aussergewöhnliche Anlage erfüllt alle Anforderungen für Wohn-Connaisseurs: moderne Architektur, großzügige Fensterfronten, grandiose Aussicht über Wien, Echtholzböden, mit Schieferstein getäfelte Kamine, funktionelle Küchen, Garagenplätze sowie jede Menge liebevoller Details.

Tief im Inneren des Südhanges wurde der original erhaltene alte Bockkeller zum urigen Mehrzweckgewölbe adaptiert – ideal für Feierlichkeiten geeignet. Eigene Kellerabteile dienen der Lagerung erlesener Weine. Zur Erholung steht ein exklusiver Spa-Bereich, Sauna und Dampfbad, ein Indoor-Pool sowie ein Außenbecken inmitten einer Grün-Oase zur Verfügung. Alle Wegstrecken sind überdacht zu begehen.

Beratung & Infos unter:



01 535 01 01



Wohnungen

Büros

Geschäftslokale

Hausverwaltung

Kann die „Sistem 51“ bei den wichtigen chinesischen Kunden reüssieren? Diese wollen doch vor allem Luxusuhren.

Verzeihen Sie, das ist ein Irrglaube. Nur relativ wenige der 1,3 Milliarden Chinesen sind wirklich reich. Was aber alle mögen, ist „Swiss made“ und das sind Produkte, die qualitativ hochstehend sind und Emotionen wecken. Swatch wie auch unsere Marke Tissot passen perfekt in dieses Segment, das auch aus der chinesischen Mittelschicht besteht.

Sie reden gerne von Innovationen. Wann bringen Sie eigentlich die erste echte Smartwatch?

Wir verfügen schon jetzt über ein großes Technologie-Reservoir. Dazu zählen eine Fabrik für Mikrochips und eine für Batterien in der Schweiz. Außerdem haben wir schon einige interaktive Uhren gemacht, wie etwa die Pager-Uhr vor über 20 Jahren – zugeben, nicht gerade ein Riesenerfolg. Das lag jedoch primär an den vielen verschiedenen nationalen Telekom-Regeln für diesen Dienst.

„Ich würde es begrüßen, wenn Apple eine interaktive Uhr lancieren würde“

Was geschieht hier als Nächstes?

Mit unserer langen Erfahrung mit interaktiven Uhren und unserem weit fortgeschrittenen technologischen Know-how auf diesem Gebiet sind wir für die Einführung interaktiver Uhren gut vorbereitet. Wir haben den ersten Uhren-Touchscreen vor über zehn Jahren erfolgreich bei Tissot eingeführt. Und die Swatch Touch verfügt – dies ist einmalig auf der Welt – über den ersten gekrümmten Touchscreen aus Plastik. Im kommenden Jahr werden weitere interaktive Möglichkeiten kommen. Es wird aber anfangs eher ein Nischenmarkt sein.

Manche sehen hier schon bald einen Massenmarkt.

Der wichtigste Grund liegt darin, dass Uhren mit Emotionen verbundene Schmuckstücke, Telefone und Computer aber in der Regel Konsumgüter mit schnellem Ablaufdatum sind. Telefone und Computer machen alle sechs Monate Technologiesprünge, Uhren sind viel stabiler. Außerdem nutzen viele gern mehrere Uhren nebeneinander. Wissen Sie, woher der Name Swatch stammt? Er steht für „second watch“, also für eine originelle Zweituhr. Es gibt weitere bremsende Elemente für eine „Smartwatch“. Uhren müssen wasserdicht sein. Sie erlauben grundsätzlich nur ein relativ kleines Display und sollen nicht ständig aufgeladen werden müssen.

Beunruhigt es Sie nicht, dass Apple mit einer iWatch bald auf den Markt kommen könnte?

Ich würde es sogar begrüßen, wenn Apple wirklich eine interaktive Uhr lancieren würde. Dies lenkt die Aufmerksamkeit noch mehr auf unseren Markt. Aber Uhren sind eben nicht gleich Uhren. Seit es die vielen elektronischen Wunderdinge wie Smartphones, iPads, iPods gibt, haben wir noch mehr mechanischen Uhren verkauft. Dies zeigt, dass der Konsument die Emo-

tionalität an die erste Stelle, vor die Präzision stellt. Wir haben im Übrigen gute Kontakte mit Apple, da gibt es viele Berührungspunkte. Aber eine eigentliche Zusammenarbeit gibt es nicht. Dazu brauchte man ja einen Vertrag, und „American Style“-Verträge unterschreiben wir nicht.

Mit Harry Winston haben Sie eine Luxusmarke in der Schmuckbranche hinzugekauft. Warum?

Wir sind bei Zukäufen sehr selektiv und gehen nicht einfach shoppen. Wenn es um Uhren geht, besitzt die Swatch Group in jedem Segment starke Marken. Da brauchen wir keine Zukäufe. Im Schmuck hatten wir aber Nachholbedarf.

China ist zu einem der wichtigsten Absatzgebiete von Swatch geworden. Ein Klumpenrisiko?

Ich muss Ihnen widersprechen. China, einschließlich Hongkong und Taiwan, ist kein Klumpenrisiko, sondern eine Klumpenchance. Lassen Sie sich durch die aktuellen Meldungen nicht beirren. Die Volksrepublik repräsentiert einen riesigen Markt. Die potenzielle Nachfrage ist bei Weitem noch nicht gestillt. Im Übrigen ist Swatch weltweit und regional sehr gut aufgefächert und wächst dynamisch, auch ohne Chinesen.

In der jüngeren Vergangenheit war von Ihnen nur noch wenig zur Frankenstärke gegenüber dem Euro zu hören. Sind Ihre früher geäußerten Sorgen verflogen?

Obwohl unsere Exportquote 90 Prozent beträgt, kommen wir aufgrund unserer unternehmerischen Leistungsfähigkeit mit der Frankenstärke einigermaßen zurecht. Aber wir müssen auch an die kleineren und mittleren Unternehmen im Land denken. Sie sind oftmals Zulieferer und sind einem noch größeren Druck ausgesetzt. Langfristig wäre ein Wechselkurs bei 1,20 zum Euro ein großes Problem für die Schweiz. Aber ich muss unserer Nationalbank ein Kränzlein winden für die Einführung des Mindestkurses im September 2011. Das war eine kluge Entscheidung. Ohne sie stünden wir wohl bei nur noch einem Franken zum Euro und bei 70 Rappen zum Dollar, was katastrophal und unverantwortlich wäre.

Wie laufen vor dem Hintergrund der Frankenstärke die Geschäfte in Deutschland?

Eines der erfolgreichsten Produkte im Moment auf dem deutschen Markt ist die „Schwyzerdütsch“-Version des Swatch-Group-Geschäftsberichts. Aber im Ernst: Der deutsche Markt ist sehr wichtig für uns und entwickelt sich auch ausnehmend positiv.

Ehe Sie in das Unternehmen Ihres Vaters eintraten, machten Sie sich als Filmregisseur einen Namen. Könnten Sie sich das noch einmal vorstellen?

Diese Sehnsucht habe ich nicht. Warum auch? Als Regisseur erzählte ich fiktive Geschichten, heute biete ich reale Geschichten. Das ist doch viel besser.

Jetzt haben Sie die ganze Zeit gar nicht wie gewohnt Ihre Zigarre angezündet.

Ich kann ohne Weiteres darauf verzichten, wenn mein Gesprächspartner dies wünscht oder wenn ich vor lauter spannenden Themen nicht zum Rauchen komme. Ich bin ein unabhängiger Raucher. ★

Von Ihnen
die Vision.
Von uns die
Immobilie.

ORAG

Immobilien. Seit 1871.

www.oerag.at

IMMOBILIEN
VERMITTLUNG

LIEGENSCHAFTS
VERWALTUNG

ARCHITEKTUR
BAUMANAGEMENT

FACILITY
MANAGEMENT

1010 Wien, Herrengasse 17, T +43 (1) 534 73-0





15 Jahre Mozilla

Mozilla feiert 15. Geburtstag und ist mehr als „nur“ der Firefox-Browser. Netscape, mit dem Communicator damals der größte Konkurrent zu Microsofts Internet Explorer, übertrug der Open-Source-Organisation die Koordination der Entwicklung der Mozilla Application Suite. Zum Jubiläum erschien nun Firefox 20.



10 Jahre Safari

Apple begab sich ab 2003 auf Safari. Die erste Version des Browsers wurde von Steve Jobs auf der Macworld als Alternative zu Netscape, Opera und Internet Explorer für Apple-Rechner vorgestellt. Seit 2007 gibt es Safari auch für Windows. Im Herbst wird Safari 7 zusammen mit OS X 10.9 Mavericks erscheinen.



5 Jahre Chrome

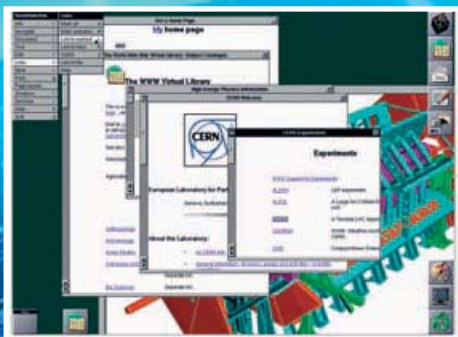
Google ist als Suchmaschine für viele Menschen das Tor zur „Wwwelt“. Und mit Chrome wurde 2008 von dem Konzern im kalifornischen Mountain View ein eigener Browser vorgestellt. Er fand mit seiner Geschwindigkeit und dem reduzierten Design vom Start weg viel Beachtung.

HOCH LEBE DIE WWWWELT

www

20

JAHRE



„Die Welt ist eine Google“, formulierte Autor Peter Glaser pointiert. Wie auch immer – das WWW ist heuer 20 Jahre alt. Und drei Navigationswerkzeuge durch die Datenwelt feiern ebenfalls Jubiläum. Mozilla, Chrome und Safari sind in Summe 30.

Am Anfang war das Wort: Am 30. April 1993 erklärte das europäische Kernforschungszentrum Cern, dass das WWW allen Interessierten kostenlos zur Verfügung steht: „Das Cern verzichtet auf alle geistigen Eigentumsrechte an diesem Code, sowohl als Quellcode als auch in binärer Form, und jedermann erhält die Erlaubnis, ihn zu nutzen, zu kopieren, zu verändern und weiterzuverteilen.“ Es entstand ein Kulturraum, der heute ganz einfach nicht mehr wegzudenken ist: „Es gibt keinen Bereich der Gesellschaft, der nicht von dieser Erfindung verändert wurde“, sagte Cern-Chef Rolf Heuer anlässlich des 20-jährigen Jubiläums. Das Netz habe Kommunikation und Leben der Menschen verändert. Die Technik war ursprünglich entwickelt worden, damit Wissenschaftler untereinander besser kommunizieren können. Der Forscher Tim Berners-Lee stellte damals die erste Webseite ins Netz, die anlässlich des Jubiläums wieder aufrufbar ist. *

www.isseymiyakeparfums.com

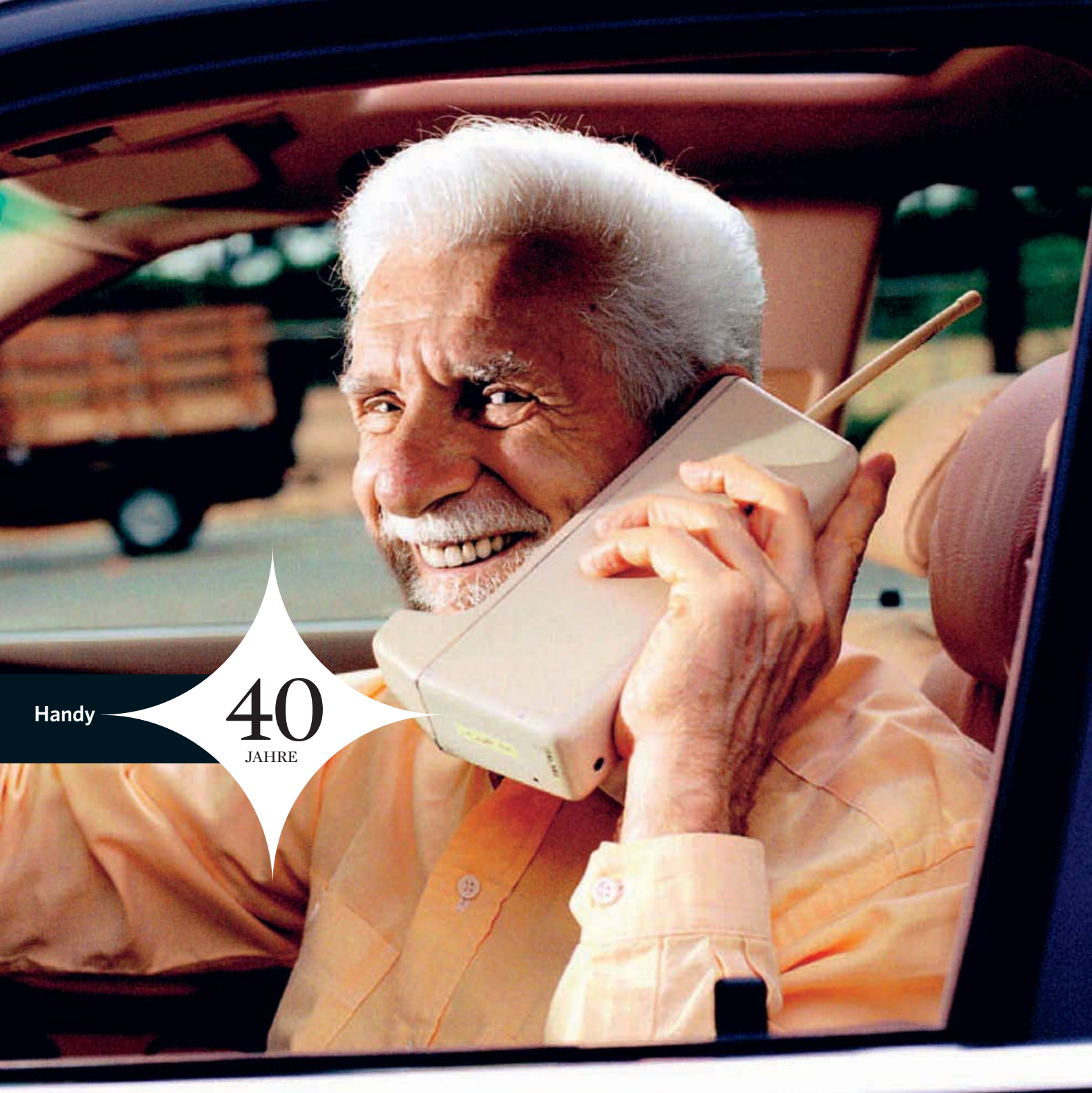
PARFUMS

PLEATS PLEASE

ISSEY MIYAKE



THE NEW FRAGRANCE BY ISSEY MIYAKE



Handy

40
JAHRE

„HI, HIER IST MARTY“

Am 3. April 1973 hat **Martin Cooper** für Motorola den ersten Handy-Anruf der Geschichte getätigt. Im Gespräch erläutert er die wichtigsten Meilensteine des Mobilfunks, warum Smartphones so kompliziert sind und was gute Technik auszeichnet. VON ANDREAS HIRSTEIN

deluxe: Herr Cooper, Sie waren Ingenieur bei Motorola und führten das erste Telefonat mit einem Handy. Was sagten Sie zu Ihrem Konkurrenten Joel Engel von AT&T?

MARTIN COOPER: Ich erinnere mich an den Beginn des Gesprächs: „Hi Joel, hier ist Marty, Marty Cooper. Ich rufe Sie von einem Mobiltelefon an, einem echten Mobiltelefon, einem tragbaren, persönlichen Mobiltelefon.“ Wenn ich mich recht erinnere, war es eine Weile still in der Leitung.

Hatten Sie den Anruf nicht angekündigt?

Nein, es war ganz spontan. Ich zeigte das Gerät einem Journalisten und dachte mir, warum nicht Joel anrufen, und per Zufall nahm er selbst den Hörer ab.

Das erste kommerzielle Handy von Motorola erschien erst zehn Jahre später. Warum dauerte es so lange?

Sie finden das eine lange Zeit. Aber wenn Sie sich anschauen, wie lange technische Entwicklungen vom ersten Prototyp bis zum Produkt dauern, dann sind zehn Jahre nicht ungewöhnlich. Wir mussten nicht nur das Endgerät entwickeln, sondern das gesamte komplexe System des Mobilfunks mit Basisstationen und Vermittlungszentralen. Daneben mussten die gesetzlichen Voraussetzungen für den Mobilfunk geschaffen werden und wir mussten die späteren Netzbetreiber auswählen und gleichzeitig gegen das AT&T-Monopol kämpfen. Zehn Jahre waren eine ziemlich kurze Zeit.

Was waren die größten Hürden?

Wir arbeiteten erstmals im hochfrequenten Bereich von 1000 Megahertz. Das war doppelt so hoch wie die damals höchste verwendete Frequenz.

Warum zeigten Sie den Prototypen in einem so frühen Stadium? Ihre Konkurrenten werden sich gefreut haben.

AT&T erfand das Konzept der zellularen Telefonie und kündigte Ende der sechziger Jahre ein solches Mobilfunksystem an. Sie wollten aber erstens ihr Monopol behalten und zweitens favorisierten sie Autotelefone gegenüber Handys. Natürlich waren wir gegen dieses Monopol. Und wir glaubten, dass die Zeit reif sei für die persönliche Handy-Kommunikation und Autotelefone nicht die Zukunft gehörte. Wir erhoben bei den staatlichen Stellen Einspruch. Ende 1972 erfuhren wir, dass eine Entscheidung der Regierung bevorstand.

Und die wollten Sie beeinflussen?

Denken Sie daran: AT&T war die größte Firma der Welt und wir waren dieses kleine Unternehmen in Chicago. Wir mussten deswegen die Aufmerksamkeit der Menschen erregen. Daher war es meine Idee, einen Prototyp zu bauen und die Technik öffentlich vorzuführen – in New York und dann in Washington.

Wissen Sie, dass das Mobiltelefon auf Deutsch Handy heißt?

Ja, das ist interessant. Im Zweiten Weltkrieg entwickelten wir bei Motorola ein Funkgerät, das die Soldaten wie einen Rucksack trugen. Ein großer schwerer Apparat: das Walkie-Talkie. Nach Einführung der Transistoren konnten wir ein in der Hand portables Funkgerät bauen, das wir Handie-Talkie nannten.

Sie meinen, dass sich der Begriff Handy vom Handie-Talkie ableitet?

Oh, das würde ich nie behaupten. Sind Sie Deutscher?

Ja, ich gestehe.

Ich weiß, wie die Deutschen sind: Sie wollen alles selbst als Erste erfinden und ich will nicht den Anspruch erheben, der Urheber des Begriffs Handy zu sein. Aber es ist ein guter Name.

Was sind die drei wichtigsten Meilensteine in der Geschichte des Mobilfunks?

Der erste war die erreichte Zuverlässigkeit der Verbindungen. In den 80er-Jahren war das noch ein großes Problem. Die zweite Herausforderung war die Senkung der Preise. Wissen Sie, wie teuer das erste Handy 1983 war?

Mehrere Tausend Dollar?

4000 Dollar, in damaliger Währung. Heute entspricht das mindestens dem Doppelten. Als Mobiltelefone dann für viele er-

„AT&T war die größte Firma der Welt, und wir waren dieses kleine Unternehmen in Chicago“

schwinglich wurden, ging es drittens darum, die knappen Frequenzen effizienter zu nutzen. Das führte zum Wechsel vom analogen zum digitalen Mobilfunk.

Haben Sie den Erfolg des Smartphones erwartet?

Ich wünschte, ich wäre so klug. Leider nein. Bedenken Sie: 1973 gab es keinen PC, keine Digitalkamera, kein Internet. Man hätte ein Genie sein müssen, um das Smartphone vorherzusehen. Was wir dagegen glaubten, war, dass irgendwann jedermann ein Handy besitzen würde. Ein Smartphone mit zwei Kameras und einer Rechenleistung, die einem damaligen Supercomputer entsprach, das ahnten wir nicht.

Benutzen Sie ein Smartphone!?

Ja, ständig, und ich habe immer das Neueste. Ich zeige Ihnen mein Derzeitiges, obwohl ich jetzt langsam ein Neues brauche. Dies hier ist ein Motorola Razr M. Ich mag es, weil das Display fast bis zur oberen Kante des Gehäuses reicht. Das macht das Gerät trotz großem Bildschirm handlich.

Sie haben ein Android-Gerät. Sind wir auf dem Weg in ein neues Monopol?

Im Moment dominiert Android iOS und Windows Phone. Aber das kann sich ändern und es wird noch ganz neue Systeme geben. Wie lange ist es her, dass die Leute sagten, Apple sei unschlagbar?

Was halten Sie von den drei Systemen heute?

Windows gefällt mir am besten. Es ist das neuste System. Generell finde ich aber, dass alle Produkte viel zu kompliziert sind. Sie alle sind für Technikfreaks wie Sie und mich. Wir sind aber nicht typisch. Die meisten Leute kümmert es nicht, wie viele Apps sie installieren können, sondern wie sie nützliche Funktionen bekommen. Gute Technik ist transparent und intuitiv. Sie sollten nicht einmal merken, dass sie da ist.

Sie finden, alle Smartphones seien zu kompliziert?

Ja. Ich denke, wir sind immer noch ganz am Anfang der Entwicklung. Ich gebe Ihnen ein Beispiel: Nehmen Sie das Auto, das Produkt einer reifen Industrie. Wissen Sie, wie viele Modelle es in den USA gibt? 394, das habe ich gerade gestern gelesen. Und jedes Modell können Sie in der Farbe, mit den Funktionen und Polstern bestellen, die Sie wollen. Sie haben vermutlich 100 Millionen Möglichkeiten, ein Auto nach Ihren Wünschen zu konfigurieren. Vergleichen Sie das mit einem Smartphone: Alle kriegen dasselbe Produkt und müssen es selbst konfigurieren. Das ist ein Zeichen einer unreifen Industrie.

Was erwarten Sie in Zukunft?

Ich denke die Hardware erreicht eine Grenze. Man kann das Te-

lefon kaum mehr kleiner machen. Man kann nicht mehr viele neue Dinge hineinpacken, weil sich dann die Batterielaufzeit verkürzt. Also beginnt sich der Fokus, auf die Software zu verschieben. Das Telefon sollte in der Lage sein, Ihnen einige simple Fragen zu stellen und sich dann automatisch zu konfigurieren. Das wäre eine gute Technik. Das Ideal wäre, dass das Telefon, sobald Sie es in die Hand nehmen, in einer Datenbank nachsieht, welche Funktionen Sie sich wünschen.

Heute sind Patente ein großes Thema. Apple und Samsung überziehen sich gegenseitig mit Klagen. War das in den siebziger Jahren auch schon so?

Nein, überhaupt nicht. Das Patentsystem ist kaputt. Patente schützen nicht mehr die Erfinder. Sie sind selbst zu einem Geschäftsmodell geworden. Sie dienen nur noch dazu, Monopolstellungen zu begründen. Jemand muss das Problem lösen.

Die Europäer halten ihren GSM-Mobilfunk gegenüber dem amerikanischen für überlegen. Was denken Sie?

Ich kann nicht sagen, welches System das bessere ist. Aber ich glaube auch hier an Wettbewerb. Dass wir in den USA zwei Systeme hatten (Anm.: GSM und CDMA), halte ich für einen Vorteil. Zwei Wettbewerber sind besser als einer. Aber jetzt bildet sich ohnehin ein weltweiter Standard heraus – LTE. Ich weiß nicht, ob das gut ist, obwohl es ganz unterschiedliche Ausprägungen geben wird.

Gibt es für weiteres Wachstum des mobilen Internets genug Frequenzen?

Frequenzen sind ein wichtiges Thema. Cisco schätzt, dass wir in fünf Jahren 20 bis 40 Prozent mehr Datenvolumen haben werden als heute. Ich glaube aber trotzdem nicht, dass wir eine Krise erleben. Wir haben dieses Problem in den letzten 100 Jahren schon oft gehabt und immer hat die Technik eine Lösung gefunden. Ich glaube, wir brauchen für den mobilen Datenverkehr nicht mehr Frequenzen, sondern eine bessere Technik. Diese Technik existiert schon heute und damit beschäftige ich mich nun hauptsächlich.

Worum geht es?

Zum Beispiel um sogenannte smarte Antennen, welche die Signale zielgerichtet an ein Mobilgerät senden, statt sie im gesamten Raum zu verbreiten. Allein damit kann man die Kapazität der heutigen LTE-Netze verzehn- oder verzwanzigfachen.

Warum wollten Sie eigentlich Ingenieur und nicht Wissenschaftler werden?

Oh. Niemand hat mich das bisher gefragt. Ich erinnere mich, dass ich schon als Kind immer wissen wollte, wie die Dinge funktionieren. Ich war neugierig, habe dann viel Science-Fiction gelesen. Ich denke, wenn Sie das zusammennehmen, landen Sie beim Ingenieur.

Oder beim Wissenschaftler, der doch noch viel freier denken kann.

Ich sage Ihnen, warum. Im College wollte ich Physiker werden. Wir mussten auch Laborversuche in Chemie machen. Und das ist genauso schlimm wie kochen. Ich kann es nicht. Ich schaute ins Curriculum und sah, dass man als Elektroingenieur keine Chemie belegen musste. Da war meine Entscheidung gefallen. *

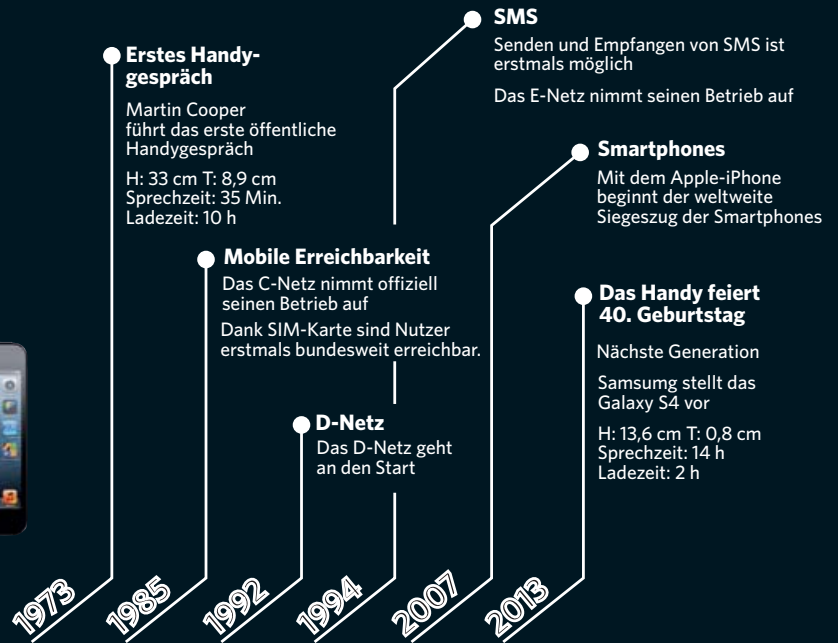
„Patente schützen nicht mehr die Erfinder, nun dienen sie dazu, Monopolstellungen zu begründen“

ZUR PERSON



Der Ingenieur Martin Cooper (84) wurde in Chicago als Kind ukrainischer Einwanderer geboren. Von 1954 bis 1983 war er bei Motorola beschäftigt und leitete dort die Entwicklung des ersten kommerziellen Handys der Welt. In den achtziger Jahren verließ er Motorola und gründete eigene Firmen. Für seine Verdienste um den Mobilfunk erhielt er dieses Jahr den Draper Prize der National Academy of Engineering in den USA.

HANDYENTWICKLUNG VOM 3. APRIL '73 BIS HEUTE



SCHLADMING DACHSTEIN

SPORT. SPA. STYLE.
in den Schladminger WM-Bergen



BERG-LIEBE 3 Nächte inkl. HP p.P. im DZ ab € 384,- Limitiertes Angebot.
Reichhaltiges Frühstücksbuffet, 5-Gang-Wahlmenü od. Buffet, Acquapura SPA Wellness- & Wasserwelt, Aktivprogramm uvm. **HIGHLIGHTS: 1x Sportlerrmassage, 1x Wanderkarte, 1x Rucksackfüllung, „Schladming-Dachstein“ Sommerkarte (25.05. - 13.10.13).** Das neue 4*-Superior Falkensteiner Hotel ist ein faszinierender Mix aus Urban Lifestyle und uriger Berghütte.
Tel. +43/(0)3687/214-911; schladming@falkensteiner.com
www.schladming.falkensteiner.com

FALKENSTEINER
Hotel Schladming *****

© TVB Schladming-Dachstein

AUTO

Vom Aston Martin bis zum Porsche 911: Zahlreiche Marken und Modelle feiern in diesem Jahr einen runden Geburtstag und blicken umso optimistischer in die Zukunft.

VON THOMAS GEIGER



**VON
RASENDEN
RENTNERN
UND
HEISSSPORNEN
MIT
HISTORIE**



50
JAHRE

Porsche
911



Corvette

60
JAHRE

Flottes Jubiläum.

Mit etwa 450 PS, rund 610 Nm und einem Sprintwert von weniger als vier Sekunden ist die siebte Generation die stärkste und sportlichste Corvette aller Zeiten

Keine Zukunft ohne Vergangenheit: Solche Aussagen hört man oft in diesen Tagen, denn nachdem sich die Automobilindustrie in den letzten Jahren oft besonders futuristisch gegeben und sich von der eigenen Historie vehement abgenabelt hat, besinnen sich die Firmen jetzt wieder ihrer teils ruhmreichen Geschichte. Das hat nicht nur etwas mit der Suche nach alten Werten und dem Boom bei klassischen Fahrzeugen zu tun, sondern wird auch getrieben von einer ganzen Reihe von Unternehmen, die in diesem Jahr runde Geburtstage von Marken oder Modellen feiern.

Das wahrscheinlich wichtigste Jubiläum feiert man heuer bei Porsche in Stuttgart. Denn vor genau 50 Jahren haben die Schwaben auf der IAA in Frankfurt das Tuch von einem Auto gezogen, das ein Jahrhundert später als Mutter aller Sportwagen gilt. Zwar prangte damals noch das Typenkürzel 901 am Heck, doch weil Peugeot die Null an zweiter Stelle für sich reklamierte, rückte eine zweite Eins in die Ziffernfolge und der 911 war geboren. Damit begann eine Geschichte, die mittlerweile über 820.000 Kapitel und von ihrem Reiz nichts verloren hat. Denn „wie kein anderes Fahrzeug vereint der 911 dabei scheinbare Gegensätze wie Sport-

lichkeit und Alltagstauglichkeit, Tradition und Innovation, Exklusivität und soziale Akzeptanz oder Design und Funktionalität“, schwärmen die Schwaben und sind stolz darauf, dass zwei Drittel der Autos die Rasse rei überlebt haben und rund 70 Prozent aller jemals gebauten 911 noch heute fahren.

IM GEIST VON GESTERN

Porsche feiert das Jubiläum in diesem Jahr bei jeder Gelegenheit, nutzt die Geburtstagsparty auf der IAA in Frankfurt zur Premiere des neuen Turbos mit bis zu 560 PS und garniert die Baureihe mit ein paar Editions-Modellen. So gibt es den Carrera S jetzt zu Preisen ab 121.119 € als Geburtstagsmodell im Geist von gestern in den Farben des Originals und Sitzbezügen mit Pepitakaro – und weil 50 Stück zu wenig sind, bauen die Schwaben davon 1963 Exemplare und erinnern so an das Geburtsjahr.

Was dem Deutschen der Porsche 911, das ist dem Amerikaner die Corvette. Sie gilt als Inbegriff des heißen Eisens, zählt mit bislang über 1,5 Millionen Exemplaren zu den meistverkauften Sportwagen der Welt und wird 2013 sogar schon 60 Jahre alt. Allerdings hat ihre Geschichte nicht auf einer Messe begonnen und sie hat ihre Fans auch nicht im Sturm erobert: Im Jänner 1953

Fotos: Hersteller



50
JAHRE

Ford
Mustang

in einem Hotel in New York erstmals gezeigt, brauchen die Amerikaner ein paar Jahre, bis das Feuer der Leidenschaft für den Wagen so richtig ins Lodern kam. Doch mittlerweile brennt es seit Jahrzehnten lichterloh und hat bereits sechs Generationen überdauert. Deshalb macht General Motors sich und den Fans der Corvette ein stattliches Geschenk – und bringt pünktlich zum Geburtstag die Neuauflage an den Start. Gezeigt wurde der intern C7 genannte Spitzensportler bereits; in den Handel kommt er nach den Sommerferien.

EINE HAUBE AUS KARBON

Zwar sei das etwas flachere, breitere und längere Auto auf Antrieb als Corvette zu erkennen und bleibe seinen inneren Werten treu, sagt Designchef Ed Welburn, doch vom Vorgänger wurden nur zwei Teile übernommen. Neu sind unter anderem das deutlich hochwertigere Interieur, die Scheinwerfer mit LED-Tagfahrleuchten sowie die Karosserie, die serienmäßig mit einem Dach und einer Haube aus Karbon ausgeliefert wird. Auch der 6,2 Liter große Motor ist neu: Er hat zwar weiterhin acht Zylinder, doch zugunsten eines geringeren Verbrauchs werden bei zurückhaltender Fahrweise vier Zylinder deaktiviert, sagte Entwickler Tadde Juechter. Am Fahrspaß ändert das aber nichts:

Mit etwa 450 PS, rund 610 Nm Drehmoment und einem Sprintwert von weniger als vier Sekunden sei die siebte Generation die „stärkste und sportlichste Corvette aller Zeiten“, so Juechter. Dem trägt Chevrolet mit einer ganz besonderen Ehre Rechnung: Zum ersten Mal seit den 1970er-Jahren darf die Corvette wieder den legendären Beinamen „Stingray“ tragen.

Noch schaut in Amerika alles auf die neue Corvette. Doch der nächste Jubilar läuft sich schon warm: Im Frühjahr wird der Ford Mustang 50 Jahre alt – und geht dann genau wie die Corvette in die nächste Generation.

AUTOMOBILI LAMBORGHINI

Ebenfalls ein halbes Jahrhundert ist es her, dass der Traktorenfabrikant Ferruccio Lamborghini einen Korb von seinem Idol Enzo Ferrari bekommen und aus Trotz seine eigene Sportwagenfirma aufgemacht hat. Nur 20 Kilometer von Maranello entfernt gründete er in Sant'Agatha Bolognese im Mai 1963 „Automobili Lamborghini“ und legte damit den Grundstein für eine der extremsten und exklusivsten Automarken der Welt. Als er bereits Ende 1962 mit der Arbeit begann, hatte er nur ein Ziel, schreibt die Firmenchronik: den besten Sportwagen der Welt zu bauen. Mit Ingenieuren, die er

Schöne Aussichten. Der nächste Jubilar läuft sich schon warm: Im Frühjahr wird der Ford Mustang 50 Jahre alt



Aston
Martin

100
JAHRE



Rolling Fifties.

Das Design des 4,5 Meter kurzen, aber etwa zwei Meter breiten Boliden orientiert sich an den Seriensiegern aus den 50er-Jahren

ausgerechnet bei Ferrari abgeworben hatte, stellte er in nur wenigen Monaten den 350 GTV auf die Räder und nahm die Überholspur im Sturm. Allerdings war das Coupé noch ein vergleichsweise elegantes, fast zierliches Auto, bei dem niemand ahnen konnte, wie die Geschichte mit Modellen wie dem Countach, dem Diablo oder dem Murcielago einmal weitergehen würde. Denn heute steht Lamborghini für brachiales Design und brutale Fahrleistungen – vorlaut, extrem und egozentrisch. Das ist sozial nicht immer ganz einfach, aber sehr erfolgreich – denn nie hat Lamborghini so viele Autos verkauft wie in den letzten Jahren.

Auf ein wirklich neues Modell müssen die Lamborghini-Fans noch bis zum nächsten Jahr warten, wenn der überfällige Nachfolger des Gallardo an den Start geht. Doch so ganz ohne Premiere wollten die Italiener nicht feiern. Für die sorgte kein Geringerer als Konzerndesignchef Walter de Silva, der zur großen Gala in St. Agata den „Egoista“ aus dem Hut gezaubert hat. Getreu seinem Namen ist der Egoista ein Monoposto für einen reichen Raser, der weder den Innenraum noch seine Strecke mit irgendjemandem teilen möchte: Der Welt entrückt und in einer Kapsel isoliert wie ein Astronaut beim Ritt auf einer Weltraumrakete sitzt er

hinter orange getöntem Glas in einem Cockpit wie im Kampfjet umgeben von Flügeln und Flaps, die den Wagen förmlich auf den Asphalt nageln. Vom Düsenjäger inspiriert sind auch der mattgraue Lack, die Beschriftung und sogar die Positionsleuchten auf dem Dach, die anstelle konventioneller Blinklichter montiert wurden. Ein herkömmlicher Fahrer wird mit diesem Auto aber keine Freude haben. Erstens, weil schon das Einsteigen wie bei einem Starfighter funktioniert und man zumindest ein Mal „Top Gun“ gesehen haben muss, wenn man mit Head-up-Display und elektrisch versenkbarer Glaskanzel zurecht kommen will. Und zweitens, weil diesmal selbst Geld im Überfluss nicht zu den Schlüsseln führt: „Es wäre zu viel gesagt, dass dieser Lamborghini wenigen Auserwählten vorbehalten ist“, macht de Silva die Hoffnungen der reichen Raser zunichte und kommentiert die Serienaussichten ebenso kategorisch wie philosophisch: „Dieses Auto ist sich selbst genug – ein Geschenk von Lamborghini für Lamborghini: traumhaft in seiner Einsamkeit.“

Doppelt so alt wie Lamborghini, aber im Augenblick nicht halb so lebendig ist Aston Martin. Die britische Sportwagenschmiede wurde vor genau 100 Jahren von Lionel Martin und Robert Bamford gegründet und ver-

Fotos: Hersteller

50
JAHRE



dankt ihren Ruhm vor allem Firmenchef David Brown, der 1947 das Ruder übernommen hat. Auf ihn geht nicht nur das noch heute gebräuchliche Typenkürzel DB zurück, sondern er hat die Marke auch zu den Langstreckenrennen etwa nach Le Mans oder an den Nürburgring geführt und dort jenen Lorbeer eingefahren, von dem die Briten heute noch zehren.

JAMES BONDS BERÜHMTESTER DIENSTWAGEN

Nachdem Aston Martin eine Zeit lang zu Ford gehörte, sind die Stückzahlen in die Höhe geschneit. Trotzdem haben die Briten in den ersten 90 Jahren ihres Bestehens gerade einmal 16.000 Autos verkauft, und auch wenn die Kurve danach steil nach oben ging, kommen sie über ihre gesamte Geschichte gerechnet noch lange nicht auf einen Schnitt von 1000 Fahrzeugen pro Jahr. Dafür haben sie mit James Bond den berühmtesten Dienstwagenfahrer der Filmgeschichte und heute ein Portfolio, das breiter ist als je zuvor. Immerhin bauen sie in verschiedenen Varianten mittlerweile fünf Bauweisen. Doch der Baukasten ist ausgereizt und Firmenchef Ulrich Bez sucht nach neuen Investoren oder Kooperationspartnern, mit denen er die Entwicklung grundlegend neuer Modelle angehen kann. In dieser Situation reicht es zum Jubiläum nur für ein

paar Sonderserien – und ein spektakuläres Einzelstück: den CC 100. Das Design der 4,5 Meter kurzen, aber etwa zwei Meter breiten Flunder, die auf einer ganz normalen Serienplattform steht, orientiert sich an den Seriensiegern aus den 50er-Jahren. Vielleicht ist auch das der Grund, weshalb der CC 100 nur winzige Windabweiser statt einer echten Frontscheibe trägt und unter den dünnen Holmen anstelle der Türen riesige Löcher klaffen. Doch die Technik ist ganz im Hier und Heute zu Hause. Die Karosserie des radikalen Roadsters wurde deshalb komplett aus Karbon gebacken, und unter der langen Haube steckt der aktuelle Zwölfzylinder aus Gaydon. Der Motor ist sechs Liter groß, leistet um die 600 PS, katapultiert den Donnerkeil in nur etwa vier Sekunden von 0 auf 100 km/h und hätte mit 300 Sachen sicher keine Mühe, wenn die Entwickler nicht bei 290 km/h die Reißleine ziehen würden. Ausprobieren wird das aber fürs Erste niemand: Denn nach aktuellem Stand bleibt der CC 100 ein Einzelstück – wenngleich es sicher genügend Kunden für eine Kleinserie geben würde.

VON DER RENNSTRECKE AUF DIE STRASSE

Da haben es die Kunden von McLaren schon besser. Erstens, weil der Formel-1-Rennstall bei der Rückkehr

Für reiche Raser. Den 50. Geburtstag feiert die Marke mit einem Einzelstück, das extremer, aggressiver und exzentrischer ist als alle Lambos je zuvor



Halbrunde Jubiläen.

Die beiden englischen Marken McLaren und Land Rover feiern mit neuen Modellen

zum Bau von Straßensportwagen im Augenblick extrem erfolgreich ist und mit der Produktion des MP4-12C kaum hinterherkommt. Und zweitens, weil die Briten den 25. Geburtstag des legendären F1 nicht einfach nur mit einem Einzelstück feiern: Sie nehmen das Jubiläum des damals spektakulärsten Supersportwagens zum Anlass für eine Neuauflage, die in diesem Sommer als P1 auf die Überholspur stürmen wird. Und die wird nicht minder spektakulär: Mit einem Hybridsystem aus der Formel 1 und einem auf 737 PS getunten V8-Motor von gerade einmal 3,8 Litern Hubraum jagt er in weniger als drei Sekunden auf Tempo 100 und schafft locker 350 Sachen. So extrem wie Design und Daten des P1 ist aber auch sein Preis: Unter 1,2 Millionen € geht nichts – und trotzdem sind angeblich die meisten der 375 geplanten Exemplare bereits verkauft.

VON DER STRASSE INS GELÄNDE

Aber es sind nicht nur historische Heißsporne, die für dieses Jahr im Kalender stehen: Ebenfalls aus England kommt ein ganz anderer Jubilar, der eher auf Schlamm als auf Speed steht – der Land Rover. Er hat vor 65 Jahren seine ersten Ausflüge in Matsch und Morast gemacht und gilt seitdem neben Jeep Wrangler und Mer-

cedes' G-Klasse als der Geländewagen schlechthin. Gefeierte wird das mit einem wie immer betont rustikalen Sondermodell, das zu den einzigen Neuwagen ohne nennenswerte Komfort- und Sicherheitstechnik zählen dürfte und diesen Mangel mit jeder Menge Charakter ausgleicht. Doch auch dieser Defender LXV kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass Land Rover bereits am Nachfolger des Originals arbeitet, dem die Zulassungskriterien bald den Garaus machen werden. Spätestens mit 67 geht der rüstige Klassiker deshalb doch noch in Rente.

Zwar bemühen alle Hersteller mittlerweile gerne wieder ihre Historie und feiern die Geburtstage groß wie nie. Doch nicht für jedes Jubiläum machen sie ein Fass auf. Dass zum Beispiel auch VW 2013 einen runden Jahrestag hat, haben die Niedersachsen elegant unter den Tisch fallen lassen. Nicht dass ihnen die Grundsteinlegung im Stammwerk Wolfsburg vor 75 Jahren egal wäre. Denn ohne die wären sie heute nicht kurz vor dem Sprung an die Weltspitze der Herstellerliste. Doch so richtig in Feierlaune kommt man halt nicht, wenn man bedenkt, wer damals die Reden gehalten und die Fabrik initiiert hat. ★

Der Poltrona Frau Flagshipstore im ersten Bezirk bringt italienisches Flair nach Wien.

POLTRONA FRAU - DIE ITALIENISCHE KULTMARKE



Mit seinen soliden italienischen Wurzeln und seiner internationalen Reichweite ist Poltrona Frau ein Weltklasse-Möbelhersteller. Liebhabern schneller Boliden ist Poltrona längst ein Begriff, ist doch das Innenleben von Ferrari, Maserati und Rolls Roycs mit feinstem Pelle Frau® Leder ausgestattet.

POLTRONA FRAU: INNOVATION UND TRADITION IN EINEM NAMEN VEREINT

Gegründet im Jahre 1912, perfektioniert das Unternehmen seine Handwerkskunst seit über 100 Jahren. Handwerkliches Know-how wird von einer Generation an die nächste weitergegeben. In der Vergangenheit wie heute verkörpert jedes einzelne Poltrona Frau Möbel das so überlieferte Wissen und Können. Die fertigungstechnische Kompetenz ging stets mit Materialforschung einher mit dem Ziel, das Beste aus dem Leder herauszuholen, das in den verschiedensten Lederqualitäten und Farben bestellt werden kann.

Ob moderner Sessel für den Besprechungsraum, ein klassisches Chester Sofa für das



Clubzimmer oder die ultimative Mantò Couch für den Wohnbereich - das Repertoire von Poltrona Frau ist facettenreich. Immer gleich hochwertig die Qualität und Materialien die ohne Verlust ihrer ursprünglichen natürlichen Zartheit, Wärme und taktilen Qualitäten modernisiert wurden. Die großen Klassiker wie der „Vanity Fair“ fügen sich mit größter Selbstverständlichkeit zu zeitgenössischen Formen ein und machen das Möbelstück zur wiedererkennbaren Ikone.

QUALITÄT LIEBT QUALITÄT

Darum setzen Ferrari, Maserati, Japan Airlines, Air France, Star Alliance, Etihad und Cathay Pacific auf die Kompetenz in Leder der italienischen Manufaktur. Nach Metropolen wie New York, Paris, London und L.A. hat nun auch ein Flagshipstore in Wien eröffnet.



Poltrona Frau Flagshipstore Wien, Salztorgasse 6, 1010 Wien
www.poltronafrau.com

GROSSE OPER, GROSSE GEFÜHLE



Seit 100 Jahren erklingen Arien in der Arena von Verona. **Giancarlo Soave** alias „Viva Verdi“ verpasst Sommer für Sommer keine einzige Vorstellung. Klatschen ist seine Berufung: Der 75-Jährige organisiert als Claqueur den Applaus der 15.000 Besucher im Amphitheater. VON HELGE BENDL



Signor Soave, hat Ihnen eigentlich schon mal jemand applaudiert?

Nein. Viele Künstler bedanken sich persönlich bei mir, doch Beifall für meine Arbeit habe ich noch nie bekommen. Aber das ist schon in Ordnung. Bei einer Operninszenierung gibt es viele helfende Hände – alle zusammen sorgen wir für den Erfolg einer Aufführung. Die Zuschauer sehen nie die Menschen hinter den Kulissen, sondern nur die Sänger auf der Bühne.

Sie machen aber auf andere Art und Weise auf sich aufmerksam: Sie sitzen im Publikum, und ihr Klatschen ist nicht zu überhören.

Sonst hätte ich ja auch meinen Beruf verfehlt. Als Claqueur der Arena di Verona helfe ich den Gästen:

Viele Besucher kennen die Opern nicht genau genug, um zu wissen, wann sie applaudieren können. Die Leute sind vorsichtig: Niemand will sich mit einem Klatschen zum falschen Zeitpunkt blamieren. Und so muss ich den Zuhörern nach einer Arie eben den Einsatz geben – es wäre ja furchtbar, wenn man die Sänger unterbrechen würde. Auch am Ende, nach dem Schlussakkord, werde ich gebraucht. All das geht nur mit viel Passion.

In Verona nennt man Sie scherzhaft „Viva Verdi“...

Ich lasse mich eben jeden Abend aufs Neue verzaubern. Dann hält es mich nicht mehr auf meinem Sitz. Gute Komponisten gibt es viele, doch unser Verdi war der Meister der Oper. Mit seiner „Aida“ hat man in Verona

Rosenthal

NENDO O 
THE NEW ART OF DINING

www.rosenthal.at



„Gerade hat mich Placido Domingo angerufen. Er hat mich gebeten, für ihn den Applaus zu machen“

vor einem Jahrhundert die Festspiele eröffnet, und die Oper klingt in diesem 2000 Jahre alten Amphitheater auch besonders gut. Vielleicht bin ich ein bisschen verrückt, doch die Emotionen gehen eben schnell mit mir durch. Der Ruf „Viva Verdi! Viva! Viva!“ ist wohl mein Markenzeichen.

Für den Beifall sind Ihnen aber vermutlich vor allem die Sänger dankbar.

Mein Klatschen ist nie Routine – ich bin mal dankbar, weil mich eine Sopranistin betört hat, und mal euphorisch, weil ein großer Tenor mich begeistert hat. Doch ich mache den Künstlern auch ganz bewusst Mut. Es kann schon mal passieren, dass Sänger einen schlechten Start haben. Wenn sie dann nach einer Arie einen schönen Applaus bekommen, verwandeln sie sich – und brillieren auf der Bühne.

Täuschen Sie damit nicht das Publikum?

Ach was. Wem eine Vorstellung nicht gefällt, dem gefällt sie nicht. Ich bin ganz alleine, und wenn die Arena ausverkauft ist, sitzen hier 15.000 Besucher. Gegen so viele Zuhörer kann ich beim besten Willen nicht anklatschen.

Und was ist, wenn Ihnen selbst eine Darbietung missfällt?

In Verona ist es im Sommer so schön, dass die besten Solisten der Welt hier auftreten wollen. Wo bekommen

sie das denn sonst geboten: Ein historisches Theater, einen Auftritt unter freiem Himmel, eine tolle Akustik, viele Tausend Zuschauer... Wir engagieren hier tolle Künstler – unzufrieden bin ich nie.

Sie könnten aber auch den Buhmann spielen. Noch in den 50er-Jahren beklagte sich Star-Sopranistin Maria Callas, ihre Konkurrentinnen hätten Auspfeifer bezahlt, um sie bei ihren Auftritten in Italien zu verunsichern.

Nein. Niemals! In all den 48 Jahren habe ich noch nie etwas Schlechtes gerufen. Startenor Mario del Monaco hat mich vor vielen Jahrzehnten einmal gefragt, ob ich für ihn den Applaus machen könne. Ich habe zugesagt, und bin seither hier. Das Amphitheater ist so etwas wie ein Zuhause für mich geworden. Besonders schön ist es am Anfang einer Vorstellung, wenn Tausende von Lichtern flackern: Früher gab es hier keinen Strom an den Sitzplätzen, und die Gäste haben Kerzen mitgebracht. Diese Tradition hat bis heute überlebt. Und der rauschende Applaus von 15.000 Besuchern – das ist schon etwas Besonderes.

Würden Sie da nicht gerne mal selbst auf der Bühne stehen?

Meine Stimme ist nicht schlecht, aber für einen Auftritt in der Arena bin ich nicht gut genug. Früher habe ich im Kirchenchor gesungen, als Bariton – daher kommt wohl meine Liebe zur Musik. Gearbeitet habe ich dann als Krankenpfleger. Doch das mache ich schon lange nicht mehr. Jetzt, mit 75, bin ich nur noch Claqueur.

Was kostet ein schöner Applaus?

Ich bitte Sie. Natürlich verlange ich kein Geld von den Künstlern. Gerade hat mich Placido Domingo angerufen. Er hat mich gebeten, für ihn den Applaus zu machen – so etwas ist doch eine Ehre! In die Arena komme ich kostenlos, und manchmal werde ich nach den Aufführungen zum Essen eingeladen. Mehr will ich nicht.

Wer übernimmt den Job des Claqueurs, wenn Sie verhindert sind?

Ich bin immer da.

Signor Soave, jeder kann doch mal krank werden!

Mag sein. Aber während der Opernsaison in der Arena, das sind dieses Jahr knapp zwölf Wochen von Mitte Juni bis Anfang September, bin ich immer auf meinem Platz. Bei jeder der 58 Aufführungen und auch bei den drei Gala-Abenden. Ein Sänger hat mir mal gesagt: „Ohne Dich ist die Arena tot.“ Also schleppe ich mich auch ins Amphitheater, wenn es mir mal nicht so gut geht.

Im Herbst machen Sie dann aber Pause und legen die Hände in den Schoß.

Von wegen! Verona ist auch im Winter eine Opernstadt, nur kommen dann kaum Touristen. Unser Teatro Filarmonico ist ganz anders als die Arena, es hat gerade einmal 1200 Plätze. Da muss ich nicht laut klatschen, um das Publikum zu einem schönen Schlussapplaus zu motivieren. Da fällt mir die Arbeit viel leichter. ★



Mit uns investieren Sie in bleibende Werte.
Neubau-Wohnanlage mit 10 Wohneinheiten in Floridsdorf, Baumergasse 8



- 10 Wohneinheiten
ab ca. 50 m² Wohnfläche
- 1 Büroeinheit
ca. 33 m² Nutzfläche
- 8 Garagenstellplätze
- 2 Hofstellplätze



- Eichen-Parkettboden
- Feinsteinzeug in Bädern,
teilw. in Küchen
- hochwertige Sanitär- und
Küchenausstattung
- TV-SAT-Anlage, Internet, Telefon



- Baubeginn: Juni 2013
- Fertigstellung: Sommer 2014
- Lage: Baumergasse 8, 1210 Wien
- öffentliche Verkehrsanbindung:
Autobuslinien 30A, 31A, 32A,
36A; Straßenbahnlinien 30, 31

REISE

GOTT IN FRANKREICH

Notre-Dame, die berühmteste Kirche von Paris, feiert 850-jähriges Jubiläum. Der frühgotische Bau ist ein architektonisches Meisterwerk – und hat sogar mehr Besucher als der Eiffelturm. VON ROLAND MISCHKE

Notre
Dame

850
JAHRE





Opulente Optik.

Wer auf einer der Bänke sitzt, kann seinen Kopf in den Nacken legen und sich dem Feuerwerk aus Licht und Farben überlassen

Es gibt nicht mehr viele Gotteshäuser auf der Welt, vor denen Menschen Schlange stehen. Vor Notre-Dame im Herzen von Paris tun sie es täglich, sie kommen von überall her, im vorigen Jahr waren es 20 Millionen. So viele Besucher hat nicht einmal der Eiffelturm. Und im Jubiläumsjahr – vor genau 850 Jahren wurde mit dem Bau begonnen – werden es noch mehr sein. Es ist die Faszination dieser gotischen Kirche, die der Legende nach einmal einem Verkrüppelten das Gefühl gab, geliebt zu werden – von einer Frau. Daraufhin machte er die Kathedrale zum Bollwerk und hielt seinen Feinden stand. Die Romanze von Victor Hugo zieht bis heute die Leute in ihren Bann. Der Roman „Der Glöckner von Notre-Dame“ erschien 1831 und präsentiert ein romantisch gefärbtes Bild des spätmittelalterlichen Paris, in dem die Liebe triumphiert. Der Bestseller wurde mehrfach verfilmt und zum Musical verarbeitet. Herz und Schmerz, Gewalt und Treue bis zum Tod sind Elemente, die Menschen über die Zeiten hinweg berühren.

Wer heute Notre-Dame betritt, hat es schwer, noch Bezüge zum Roman herzustellen. Es wird gedrängt, Rucksäcke und Kameraobjektive stören den kreisenden Blick und Reiseführer zersägen mit lauten Erklärungen die Atmosphäre in dem geistlichen Haus, das auf das Jahr 1163 zurückgeht. Das erinnert durchaus an die Massenszene, mit der Victor Hugo sein Werk beginnen ließ.

Eine gewaltige Menschenmenge steht vor der Kirche. Im Rahmen eines Narrenfestes soll ein Theaterstück aufgeführt werden, dem auch der Kardinal von Bourbon beiwohnen will. Der hohe Herr lässt das Volk stundenlang warten, bis es den Beginn des Sittenspiels erzwingt. Die Sprechchöre der Künstler setzen ein, ihre Gewänder werden bewundert. Aber als der Kardinal mit einem flämischen Prinzen und viel Pomp eintrifft, zieht das alle Aufmerksamkeit auf sich. Das Stück geht weiter, die Pariser jedoch sind gelangweilt. Bis ein kauziger Typ vorschlägt, einen „Narrenpapst“ zu wählen. Die Wahl fällt auf Quasimodo (in Jean Delannoys 1956 erschienenem Film von Anthony Quinn verkörpert), einst ein missgestaltetes Findelkind, später zum Glöckner ausgebildet. Er ist so hässlich, dass manche ihn gar nicht anschauen wollen. Im Spiel ist auch die Zigeunerin Esmeralda, dargestellt von Gina Lollobrigida, die teuflisch gut tanzen kann – und Quasimodo zu einer spontanen Irrsinnstat anregt: Er will die schöne junge Frau entführen.

QUASIMODO, DER HELD

Er wird gestellt und zur Züchtigung am Schandpfahl verurteilt. Esmeralda hat Erbarmen mit dem Buckligen und reicht ihm Wasser. Dabei verliebt sie sich in Phoebus, den Hauptmann der königlichen Leibgarde. Der überlebt bald darauf knapp ein Attentat, Esmeralda wird des versuchten Mordes an dem Militär bezichtigt und gesteht unter Folter. Am Tag ihrer Hinrichtung be-

Die renommierte Einrichtungsmarke B&B Italia erstmals in Österreich: In Zusammenarbeit mit der Familie Spätauf wird in Top-Lage am Ring auf 300 Quadratmetern eine repräsentative Auswahl der B&B Italia Maxalto-Welt gezeigt.

Erster B&B-Italia-Store in Wien eröffnet



Lifestyle und internationales Design
jetzt neu am Parkring in Wien

Das in der Steiermark beheimatete Familienunternehmen Spätauf hat kürzlich die italienischen Designmöbel von B&B Italia Maxalto nach Wien geholt. Am 16. Mai wurde am Parkring 20 deren erster Single-Brand Store in Österreich eröffnet, in dem unter dem Motto „Lifestyle and international Design“ die Kollektionen von B&B Italia und Maxalto präsentiert werden.

Von der Familie Spätauf war es nicht geplant, an einem weiteren Standort zu eröffnen. Immerhin habe man bereits drei Stores in der Steiermark - zwei eigene SPÄTAUF-Möbelstudios in Graz und Halbenrain sowie das Ligne Roset Haus in Graz. In Wien ist das Einrichtungsunternehmen mit Flagshipstores von Poliform und Varenna sowie Minotti und

Luxury Living mit Fendi Casa und Kenzo Maison erfolgreich vertreten. Von Klassikern bis zu Neuheiten, die erst bei den diesjährigen Messen wie der imm cologne oder dem Salone Internazionale del Mobile präsentiert wurden, reicht die Palette an Produkten für den In- und Outdoorbereich.

FAMILY BUSINESS

Die Geschwister Marianne Fasching-Spätauf und Harald Spätauf führen heute das 1913 gegründete Familienunternehmen SPÄTAUF Möbel, Design & Handwerk. Mit Marlies Fasching-Spätauf ist bereits die vierte Generation im Unternehmen vertreten. Anfang Juni wurde die Neugestaltung des Einrichtungshauses SPÄTAUF in Graz mit der Eröffnung des exklusiven Studios Treca Interiors Paris gefeiert.



Die Familie Spätauf mit Giorgio Busnelli, Inhaber von B&B Italia

INFORMATION

B&B ITALIA. MAXALTO. SPÄTAUF GMBH

Parkring 20, A-1010 Wien

T +43 (0)1 - 512 22 30, F +43 (0)1 - 512 22 30 DW 4

info@bebitalia-wien.at, www.bebitalia-wien.at, www.spaetauf.at



Die Straßenfront des neuen Stores in Wien, in dem die aktuellen Kollektionen von B&B Italia und Maxalto präsentiert werden.



freit Quasimodo die Schöne aus dem Kerker und gewährt ihr Kirchenasyl. Das Haus Gottes ist sofort erbitterten Angriffen ausgesetzt. Die Tänzerin wird gefasst und gerichtet. Quasimodo stirbt aus Kummer an ihrem Grab.

Zum Jubiläum wurden die Glocken, die Quasimodo zum Läuten brachte, aus dem Turmgebälk entfernt. In einer der letzten Gießereien Frankreichs wurden neun neue Glocken angefertigt, einige Wochen waren sie auf Podesten zu bewundern, eine jede doppelt so groß wie ein Mensch und golden blitzend. Am 23. März riefen sie die Gläubigen zum ersten Mal zum Gebet. Sie klingen anders als die vom Buckligen bewegten – dumpfer, wuchtiger, lauter.

Im Frühjahr 1163 hatte Papst Alexander III. auf der Seine-Insel Ile de la Cite den Grundstein für die Kathedrale gelegt. Zum Bau von Notre-Dame war eine neue Straßenachse nötig, städtebaulich wurde Paris verwandelt. Bischof Maurice de Sully wollte etwas ganz Großes. Das gelang nicht von der Größe her, aber von der Reputation. Der Kalksteinbau mit den 33 Meter hohen Zwillingstürmen entstand aus edlen Materialien und besetzt eine Top-Lage. Den Parisern selbst, angefangen vom König über reiche Patrizier bis zu kleinen Leuten, war er so wichtig, dass sie üppig spendeten. Fast alle Kathedralen der Welt erlebten Baustillstände, weil finanzielle Engpässe die Arbeiten zum Erliegen brachten. Nicht aber Notre-Dame: Schon nach 20 Jahren stand der Chor, bald darauf das Langhaus. Danach kam ein Bleidach, die Fassaden erhielten reichen Schmuck. 1220 gab es den ersten Gottesdienst, der Ausbau der Kapellen dauerte noch. Der frühgotische Kirchenbau war ein Prachtwerk des Abendlandes, die Pariser liebten, die Zugereisten bewunderten ihn ehrfurchtsvoll. Das ist so bis heute.

SCHÖPFUNG DER EUROPÄISCHEN ARCHITEKTUR

Wer auf einer der Bänke sitzt, kann seinen Kopf in den Nacken legen und sich dem Feuerwerk aus Licht und Farben des Rosettenhimmels überlassen. Kerzen flackern im Hallenschiff, Weihrauchschwaden steigen auf, irgendwo singt ein Pilgerchor. Der Innenraum gilt als eine der erhabensten Schöpfungen europäischer Architektur. Selbst bei Sonnenschein überwiegt feierlich gedämpftes Halbdunkel. 127 Meter lang ist die Halle, eine fünfschiffige Anlage. Der Chor ist ungewöhnlich

Es gibt nicht mehr viele Gotteshäuser auf der Welt, vor denen Menschen Schlange stehen

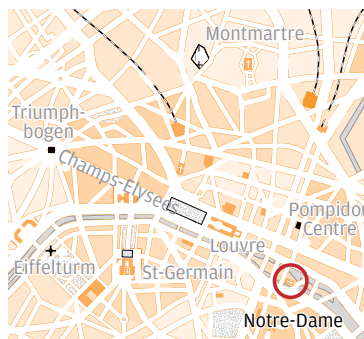
tief, bei allen Veränderungen in den Jahrhunderten blieb er unangetastet. Frühgotik mit glatten Säulen, vier Pfeiler in jeder Himmelsrichtung, ein sechsteiliges Rippengewölbe mit Jochen; eine nüchterne, praktische Konzeption. Prachtvoll sind dagegen die Fenster, die in allen Farben glühen, mit einem Grundakkord aus tiefem Blau. Die Muttergottes sieht aus wie eine visionäre Erscheinung, in eine Farben- und Lichtflut getaucht. Wer Notre-Dame entlang der Fassaden abläuft, muss wissen, dass ihre Gestaltung eine Schöpfung des 19. Jahrhunderts ist: Mit überreichem Dekor verziert, die Skulpturen der Portale sind zu unterschiedlichen Zeiten entstanden. Eindrucksvoll ist das gotische Streben nach oben, der Bau ist zuerst dem Himmel und dann erst der Stadt zugewandt. Aber auch die monarchische Zentralgewalt, die sich in Frankreich herausbildete, und die wohlhabenden Zünfte hinterließen ihre Zeichen. Renaissance und vor allem Barock hinterließen deutliche Spuren an dem Kirchenbau, im Kern aber blieb die Gotik enthalten.

1793 stürmten die Verfechter der Französischen Revolution das Gotteshaus und zerstörten die Inneneinrichtung, die Kirche wurde entweiht und verfiel in den Folgejahren zusehends. Dank des überwältigenden Erfolgs von Victor Hugos Roman wurde jedoch 1844 eine umfassende Renovierung beschlossen, 1864 kam es zur feierlichen Neuweihe. Die Pariser sind Notre-Dame stets treu geblieben. Seit 850 Jahren. Heute überlebt die Kathedrale als Touristenattraktion, aber sie ist immer noch die eindrucksvollste Kirche Frankreichs. Wer je unter dem bunten Rosettenhimmel Andacht hielt, wird das bestätigen. ★

REISETIPPS

Anreise> Z.B. mit AUA oder Fly Niki direkt.

Unterkunft> Und noch ein Jubiläum: Die Pariser Hotelikone „Plaza Athenee“ feiert heuer ihr 100-jähriges Bestehen. Das Haus gilt als eines der schönsten Hotels Europas und liegt inmitten des Pariser Modeviertels auf der Avenue Montaigne. Es heißt, Herbert von Karajan habe allein deshalb jedes Jahr auf einem Gastspiel seiner Berliner Philharmoniker in Paris bestanden, um hier eine Nacht wohnen zu können und im Relais-Plaza, dem im Art-deco-Stil gehaltenen Bistrotrestaurant des Hauses, zu essen.



Veranstaltung> Jeden Samstag gibt es in Notre-Dame um 20 Uhr Orgelkonzerte gratis.

Weitere Informationen

Französische Zentrale für Tourismus,
Tuchlauben 18/12, 1010 Wien
Tel. : +43 (0)1 503 28 92 - 18
www.rendezvousenfrance.com
www.atout-france.fr
Tourist-Info-Center Notre-Dame,
www.notredamedeparis2013.com



KLAFS - DER SAUNA & SPA - SPEZIALIST.

Seit über 80 Jahren steht KLAFS für Wellness und Spa auf international höchstem Niveau. Der Marktführer für private wie gewerbliche Spa-Angebote verfügt allein in Österreich über ein flächendeckendes Vertriebsnetz mit 80 Mitarbeitern und setzt so mit einem Rundum-Service von der persönlichen Beratung, der individuellen Planung bis zur Inbetriebnahme kompetent Kundenwünsche um. Fachkundige Betreuung erhält man selbst an Feiertagen und am Wochenende bei der KLAFS-Service-Hotline.



In Österreich sorgen jährlich 900 Saunen, Infrarot-Wärmekabinen und Dampfbäder für das perfekte Wohlfühlprogramm.

Entdecken Sie Wellness von KLAFS in unseren Ausstellungen. Wir freuen uns auf Ihren Besuch.

AM ENDE STEHT ENTSPANNUNG, AM ANFANG EIN BESUCH BEI KLAFS.

In zahlreichen Showrooms lädt KLAFS dazu ein, tief in die Welt von Wellness und Spa einzutauchen und neueste Möglichkeiten

persönlich kennen zu lernen. Privatkunden, Hoteliers und Architekten erleben hier die aktuellsten Trends in Sauna und Spa.

Der beste Beweis für die Qualität und Wirtschaftlichkeit der hochwertigen Badeanlagen sind dabei die ausgezeichneten Referenzen zB. Das Lifestylehotel Sans Souci, das Grand Hotel oder das Palais Hansen Kempinski Hotel uvm. sowie die vielen Privatpersonen, die sich für KLAFS entschieden haben.

geben den Trend zur Erlebnisvielfalt auch in der privaten Spa-Oase vor. Kürzlich präsentierte KLAFS das eVitarium - Ein Bad wie eine Ladestation. Der Badende wählt nach seinen Bedürfnissen die Entspannungsfunktion für tiefgreifende Erholung oder die Energiefunktion für energetische Vitalisierung des gesamten Organismus. Revolutionär und entspannend ist auch die neue Infrarot-Wärmekabine, die jeden Sitzplatz individuell beheizt. Über die neu entwickelte Steuerung wird die Hauttemperatur gemessen und die Wärmeabgabe angepasst.

Auf der Klafs Sonnenwiese relaxt der Sonnenbadende wie in der freien Natur.



KLAFS gelingt es auch regelmäßig überraschende Neukonzeptionen von Wellness vorzustellen. Mit dem Sanarium® prägte KLAFS die heutige Saunakultur: fünf verschiedene Badeformen in nur einer Sauna

KLAFS
MY SAUNA AND SPA

Informationen: www.klafs.at, KLAFS Flagshipstore 1200 Wien, Dresdner Strasse 91, Tel.+43 (0) 1 / 615 49 600, Weitere Klafs Ausstellungen: Hopfgarten, Graz, Salzburg, Linz und Villach

KLAUS MARIA BRANDAUER UND DER GANZ GROSSE HUNGER

Eine alte Flasche Vogelbeerschnaps bietet Bühnengott **Klaus Maria Brandauer** unserem Autor Joachim Lottmann an. Gesprochen wird über „Jedermanns Fest“ und Elvis Presley. Bleibt die Frage: Essen oder nicht essen?

Auf sogenannte Tischgespräche freut sich jeder Autor, schon des feinen Essens wegen. Endlich wird alles aufgefahren, was Sterneköche fertigbringen. Man weiß ja, später steht es in der Zeitung, das bringt Geld und Prestige. Klaus Maria Brandauer bat nun zu sich nach Hause zum Tischgespräch. Der begnadete Jahrhundertsschauspieler traute sich offenbar auch auf kulinarischem Gebiet etwas zu.

Er, auch ein gefürchteter Regisseur, überlässt nichts dem Zufall. Schon der Beginn wird eiskalt inszeniert: Der Aufzug sei leider defekt, kichert er fast diabolisch durch die Gegensprechanlage. Der arme Reporter muss 125 massive Stufen bis zum sechsten Stock des imperialen Gebäudes erklimmen. Ganz oben erst, ausgepumpt und fertig, darf er dem strahlend in Pose gesetzten Superstar die Hand geben.

Toller Einstieg. So etwas hat er von Fritz Kortner (1887 bis 1970), seinem prägenden Lehrer. Inzwischen ist er fast so alt wie Kortner damals, aber ist er auch so geworden? So erratisch, streng, undurchschaubar? Nein, wir treffen auf einen alterslosen, vergnügten und in seine junge Frau verliebten Menschen, der Spaß am Dasein hat und Muße. Auch dieses Treffen – für jeden anderen wäre es Business – nimmt er als Gelegenheit, sich ein bisschen zu vergnügen. Die Partnerin sitzt mit am Esstisch.

EINE FLASCHE, KAUM ZU ÖFFNEN

Hat sie selbst gekocht? Sie verrät es noch nicht; erst einmal wird die Getränkefrage geklärt. Was soll es sein? Ich bitte um einen süßen Martini Bianco. Den gibt es nicht. Dann einen guten Wodka? Gibt es nicht. Gin Tonic? Gibt es nicht. Was gibt es denn? Tja äh, da gäbe es vielleicht eine alte Flasche Vogelbeerschnaps! Gut, die soll es sein. Mein Hunger ist auch weit größer als mein Durst

und zur Not wäre mir sogar ein Glas Leitungswasser recht. Die Flasche kommt, ist aber nicht zu öffnen. Der alte Korken beginnt zu brechen, beim Versuch, ihn zu ziehen. Der Bühnengott selbst bohrt an dem unseligen Ding herum, dann seine lebenswerte Frau, sie heißt Natalie, dann ich, dann wieder Brandauer. Das ganze Korkmaterial zerbröselst. Ein Teesieb wird aufgetrieben, damit wird eine Restmenge der Flüssigkeit gerettet. Ich könne auch eine Flasche Lafitte de Clignancourt oder so ähnlich – ich verstehe kein Französisch – aus dem Jahr 1948 haben, meint er. Die müsse er aber erst suchen. Vielleicht sei sie in der Bettwäsche versteckt. Ich lehne vorsichtshalber ab.

Ich mag sein Gesicht. Also den Menschen. Nicht eine Sekunde fühle ich mich unwohl, trotz, nein, wegen der Streiche. Dieser Mann ist weder 70 noch 50 oder 40 Jahre alt. Das ist ein Teenager oder ein lustiger Student von Anfang oder Mitte zwanzig, wie in dem Stück Emilia Galotti. Das kann man als DVD kaufen. Es ist Kortners berühmteste Inszenierung.

DAS WARTEN AUF DIE VORSPEISE

Klaus, wie seine junge Frau ihn nennt, spielt da den Fürsten. Aber nicht wie einen Staatsmann oder eine ältliche Respektsperson, sondern wie einen verliebten Kindskopf. Man könnte auch sagen: Er spielt einen jungen Mann, der einen alten Mann spielt. Wie auch immer – irgendwie sieht es echt aus. Kritiker meinen, Brandauer sei in allen Rollen gleich. Richtig, denke ich, er ist immer er selbst und deshalb so angenehm. Er trägt jeden Film, in dem er mitspielt, egal wie saumäßig das Drehbuch und haarsträubend schlecht der Regisseur ist.

Kommt keine Vorspeise? Offenbar nicht. Man will wohl erst noch etwas warm miteinander werden. Ein bisschen Small Talk bevor das große Gemampfe beginnt, das alle Gedanken auf sich zieht. Ich sage launig, normalerweise würde die gesamte Rechnung mit allen aufgelisteten Speisen und Getränken in der Zeitung abgedruckt werden, aber das ginge ja nun nicht, da ich ihn wohl kaum bezahlen könne. Seine überaus angenehme Frau bietet an, einen Kaffee zu kochen. Das ist nicht schlecht, denn auch Brandauer trinkt rasch und viel von dem Vogelbeerschnaps und wir wollen nicht schon vor dem Hauptgang betrunken sein.

Wir reden über den „Jedermann“, dieses grässliche Stück, mit dem jeder schlechte Schauspieler in den Boulevard-Medien prahlt. Sogar Ben Becker, unbestritten der schlechteste Mime aller Zeiten, hat es geschafft, dort aufzutreten, in Salzburg. Ich

Wir treffen auf einen
alterslosen, vergnügten
und in seine junge Frau
verliebten Menschen



70
JAHRE

Klaus Maria
Brandauer



sage also: „Die Aussage des Stücks ist falsch. Sie lautet: ‚Die Menschen sind eitel, geldgierig und oberflächlich, und sie denken nicht an den Tod, bis er eines Tages zuschlägt.‘ In Wirklichkeit sind sie aber verzagt, nachdenklich, zärtlich, denken jeden Tag an den Tod, schreiben Tagebuch und verlieben sich, ziehen Kinder groß und so weiter. Warum also haben Sie so lange bei diesem falschen Stück mitgespielt?“

BRANDAUER WAR EIN MUTTERKIND

Er senkt den Kopf, fast bis auf die immer noch leere Tischplatte, lässt sich Zeit, schüttelt sich dann regelrecht und antwortet: „Die Frage überfordert mich jetzt.“ Ich sage: „Macht nichts! Warum soll immer einer fragen und ein anderer antworten. Lassen Sie mich einfach noch ein bisschen weiter dozieren.“

Er ist einverstanden. Ich rede über meine Kindheit, wohl wissend, dass sie der seinen ähnelt, natürlich nur, wenn ich sie etwas zurechtbiege. Brandauer war ein Mutterkind, wurde abgöttisch geliebt und immer gelobt. Während meine Mutter mir einredete, ich sei der künftige Kennedy, hielt seine Mutter ihn für fähig, Burgschauspieler zu werden. Er wurde es. Mit so viel Begeisterung und Zukunftsoptimismus aufgezogen traute er sich alles zu und schaffte es anstrengungslos. Kennedy dagegen wurde ermordet und im Weißen Haus sitzt heute Obama. Mein Karma geht anders als seins. Er kennt nicht jene Abgründe und Depressionen, die zum beliebten Klischee des Künstlers gehören. Endlich unterbricht er mein Psychologisieren und fragt, ob ich den Film „Jedermanns Fest“ kenne. Ich bejahe, denn ich habe mich natürlich optimal vorbereitet. Er will wissen, wie ich ihn finde, und ich gebe ihm die entsprechende Antwort. Daraufhin blickt er schwermütig in die Ferne. Der Zugang zur Dachterrasse ist offen, es ist heiß, die Fenster sind weit auf und wir sehen auf das unter uns liegende Wiener Opernviertel. Fast alle Häuser sind niedriger, nur die Oper selbst kann mit Brandauers Palais mithalten. Schließlich sagt er: „Hier habe ich oft mit dem Regisseur des Films gegessen. Ich war mir damals sicher, er würde etwas ganz Großes schaffen. Ich hatte so gehofft, der Film würde ein Millionenpublikum haben.“

„JEDERMANNS FEST“ UND „HOMELAND“

Tatsächlich ist der Film ungewöhnlich und ohne Beispiel. Fast vier Stunden lang belässt er den Zuschauer in einem Schwebezustand zwischen Diesseits und Jenseits, zwischen der hinreißenden Schönheit des Lebens und seinen vielen unnötigen Entwertungen. Oft ist es zum Weinen schön und zugleich, oder Sekunden später, ärgerlich.

Es funkelt und verglüht doch gleich wieder, Traurigkeit hinterlassend. Bei alledem wiederholt sich keine einzige Einstellung. Man ist in einem Sog. Brandauer wiederholt sich nicht, fast glaubt man, sein ganzes langes Leben zu erahnen. Jedoch: Kein

Der Regisseur erwacht.
Er würde Pink ganz
anders rumlaufen und
agieren lassen

Mensch wollte den Film im Kino sehen. Erst heute, 13 Jahre später, gewinnt er allmählich Kultstatus. Ich tröste: „Das ist das Gute im Zeitalter des Downloadens: Solche Meisterwerke setzen sich langsam und unbemerkt durch, quasi schleichend. In 50 Jahren hat jeder den Film auf der Festplatte, während ein Schrott wie ‚Harry Potter‘ oder ‚Homeland‘ längst vergessen sind.“

Er sieht mich an, seine Frau auch, wohl aus unterschiedlichen Gründen. Möglich, dass er „Homeland“ nicht kennt und sie umso mehr. Ich schiebe eine Erklärung nach: „‚Homeland‘ ist so eine angesagte Serie gerade, realistisch im Detail und verlogen insgesamt, nach dem Motto ‚Die ganze Welt ist ein CIA Büro‘. Total blöd, aber es kommt eben so realistisch daher, also die Figuren sind alle neurotisch, wie im richtigen Leben. Nein, wenn Sie einen guten Film sehen wollen, müssen Sie ‚Spring Breakers‘ sehen.“ – „Aha wie?“

PLÖTZLICH GREIFT BRANDAUER ZU ELVIS PRESLEY

„Spring Breakers“, zu deutsch ‚Frühlings Erwachen‘. Hat auch gerade Werner Herzog im ‚ZEIT Magazin‘ empfohlen. Welche Musik mögen Sie eigentlich?“ Ein neues Thema. Sehr interessant. Beide sind Fans der Gruppe „ZAZ“. Sofort springt Natalie auf, holt den Computer und spielt ein paar Stücke. Bei dieser Gelegenheit hätte sie gleich das Essen auftischen können, aber sie tut es nicht. Warum nicht? Ist das Dienstmädchen krank?

Wir hören Lieblingsstücke von ihr und von ihm. Er ist natürlich mehr im klassischen Fach zu Hause. Aber plötzlich greift er zu Elvis Presley. Nun steigt die Stimmung. „Love me tender“, „Hound Dog“ und das erste Album. Das ist seine Jugend. Das sind seine Pubertätsjahre, die ja immer die bestimmenden für den Musikgeschmack sind. Plötzlich ist er elf, zwölf, dreizehn Jahre alt. Er tanzt um den Computer herum.

Auch Natalie wirkt noch mädchenhafter als ohnehin schon. Sie ist ehrlich begeistert und hat einen roten Kopf gekriegt. Ihr Klaus! Sie kennt ihn, seit sie auf der Welt ist. Sie ist die Enkelin einer guten Freundin des Hauses Brandauer, nämlich der legendären Wirtin des Gasthauses am Ort. Dieser Ort ist nicht Wien, sondern Altaussee, das Domizil der österreichischen Theaterelite von alters her. Hier ist Brandauer aufgewachsen und das „Gasthaus Krenn“ im kleinen 110-Seelen-Dorf Bürg war die wichtigste Institution dort – und ist es noch immer.

KLAUS UND NATALIE ESSEN IM FLIEGER

Gibt es etwa gar kein Mittagessen? Um 13 Uhr bin ich gekommen, um 15 Uhr ist immer noch nichts zum Beißen auf dem Tisch. Längst haben wir auch lange über Politik geredet. Brandauer hält Europa für die Lösung der großen Probleme. Als Bürger hat er durchaus manchmal seine Meinung gesagt. Aber er will nicht übertreiben. Es ist ihm nicht lieb, wenn seine dezidierten und durchgehend aufrührerischen Ansichten immer gleich veröffentlicht werden.

Aber eines darf man schon schreiben: Dass er das zusammenwachsende Europa für eine ganz starke Realität hält. Nichts begeistert ihn so sehr wie dieser reale Prozess, der unbemerkt von den Medien passiert, zum Beispiel in Berlin. Dort verbrüdern und verschwestern sich jedes Jahr Hunderttausende Zugezogene aus allen Ländern Ost- und Westeuropas. Wobei sich Polen und Italiener sogar besser verstehen als Ost- und Westdeutsche. Das Ende naht. Die beiden müssen zum Flughafen. Um 17 Uhr geht ihre Maschine. Ich freunde mich mit dem Gedanken an,

dass es auch kein Nachtisch gibt. Kein Eis, keinen Pudding, keine Zabaione. Klaus und Natalie können ja umsonst im Flieger naschen. Tatsächlich haben wir zu zweit die ganze Flasche Vogelbeerschnaps ausgetrunken, auf nüchternen Magen – eigentlich müssten wir lallen. Doch wir sind sehr klar. Das selbst gebrannte Zeug – ein Freund hat es Klaus überlassen – war offenbar richtig gut.

BRANDAUERS COACHING-TIPPS FÜR PINK

Wir können uns gar nicht trennen. Brandauer interessiert sich auf einmal für die aktuelle Hitparade, wie man früher sagte, also die Top-100-Charts, und ich schreibe ihm die vordersten zehn Plätze auf. Natalie holt die ersten beiden gleich wieder aus dem Netz, also das entsprechende „Pink“-Video und das von „Icona Pop“. Beim Ersten fallen Klaus sofort und geradezu zwanghaft bessere Umsetzungsformen ein.

Der Regisseur erwacht. Er würde Pink ganz anders rumlaufen und agieren lassen, ganz andere Pirouetten drehen lassen, anders sprechen und singen lassen, mit Kunstpausen und mehr egomane Theatralik. Wie bei Kortner eben. Oder wie im Max-Reinhard-Seminar, wo Brandauer jahrzehntelang die Nachwuchsschauspieler drillte. Er hat das brutal gemacht, gnadenlos, zynisch. Das war sein Ruf.

Nur die wenigsten, die bei ihm anfangen, hielten bis zum Ende durch, aber das waren dann auch spätere Superstars wie Birgit Minichmayr oder Philip Hochmair. Schlecht spricht keiner über

den kompromisslosen Zuchtmeister, im Gegenteil. Jeder sagt, ihm alles zu verdanken. Er sei absolut im Recht gewesen bei allen Ratschlägen und Befehlen, so hart es sich auch angefühlt habe.

Hart? Brandauer? Ich sehe einen glücklichen, lieben Menschen winken, lange mir nachwinken, als ich die hohen Treppenstufen wieder hinuntersteige. Bestimmt fahren die beiden kurz danach mit dem Lift hinterher.

DIE RECHNUNG, BITTE?

In diesem besonderen Fall konnte es keine Rechnung geben, denn der Interviewte lud selbst zu Tisch: Der Ort des Gesprächs war somit Brandauers eigene – und ziemlich sensationelle – Dachwohnung in der Wiener Innenstadt, gleich neben der Oper. Geessen wurde gar nichts. Der verabreichte Schnaps hatte einen schwer schätzbaren Marktwert: vielleicht zehn Euro, vielleicht gar nichts.

Nach dem Treffen schleppte sich Joachim Lottmann ins gegenüberliegende Kaffeehaus „Eiles“, wo er fast besinnungslos vor Hunger binnen Sekunden zwei große Stück Marillenkuchen für 5,60 Euro verzehrte. Doch die ganze Geschichte hatte ein Nachspiel. Brandauer, der den (nebenstehenden) Text vorab lesen wollte – seine unbedingte Forderung – war von dem Ergebnis derart angetan, dass er schon am Tag darauf ein weiteres Tischgespräch vorschlug. Diesmal traf man sich im Restaurant „Schnattl“, zu viert, mit beiden Frauen. Brandauer zahlte diskret einen hohen dreistelligen Betrag.



CASTELLO IN OBERITALIEN



DISKRETER VERKAUF

VILLA IN HIETZING



BURG BEI WIEN

Sie suchen eine *exquisite Immobilie* in Österreich, Italien oder der Schweiz?



Mag. Evelyn Hendrich, MSc

Träumen Sie von einem **Penthouse** in der Innenstadt, einer **Villa** in Wien, Kitzbühel, auf Sardinien oder am Comer See, einer **Burg** bei Wien, einem **Schloss** in Oberitalien, einem **Palazzo** in Venedig, einer **Eigenjagd** in der Steiermark, einem **Weingut** in der Toskana oder einem **Investmentobjekt** in Mailand, Lugano oder Wien?

Sie wollen eine herausragende Immobilie verkaufen?
Ich vermarkte exklusiv und diskret!

Sprechen Sie mit mir!



PALAZZO IN VENEDIG



DISKRETER VERKAUF

GRUNDSTÜCK IN GRINZING



JAGDVILLA BEI MARIAZELL



EIN SESSEL FÜR DIE EWIGKEIT

Der Shell Chair des legendären Möbeldesigners Hans J. Wegner erhält zu seinem 50. Geburtstag einen Zwilling Bruder aus Teakholz. So wird Sitzenbleiben zu einem kulturellen Statement.

Dieser Sessel hat gut lachen. 50 Jahre feiert der Shell Chair von Carl Hansen & Son, der aufgrund der geschwungenen Sitzschale auch als der „lächelnde Stuhl“ bekannt ist. Zum Jubiläum wurde nichts gebacken, sondern gebogen, gekrümmt und gerundet – um eine Sonderedition des Stuhls, die auf 150 Stück limitiert ist, auf den Markt zu bringen. Als der dänische Designer Hans J. Wegner den Shell Chair entwarf, wollte er einen Stuhl entwickeln, der sowohl seinen visionären, minimalistischen Idealen gerecht wird als auch außergewöhnlichen Komfort bieten sollte. Doch erst im Jahr 1963 wurde der Shell Chair, wie wir ihn heute kennen, geboren: laminiertes Formholz, drei Beine und die geschwungene Sitzschale. Ab September ist die Sonderedition in geöltem Teakholz erhältlich, die sich weiters durch Leder einer seltenen Ziegenart auszeichnet: Es ist extrem dicht, robust und hat zudem eine außergewöhnliche Färbung. Preis: 3538 €



Shell
Chair

50
JAHRE



Aufgrund der geschwungenen Sitzschale ist der Shell Chair auch als der „lächelnde Stuhl“ bekannt





JURA IMPRESSA Z9 ONE TOUCH TFT

GEWINNT IN VIER KATEGORIEN IM PLUS X AWARD 2013 UND IST DAMIT „BESTER KAFFEE-VOLLAUTOMAT DES JAHRES“

Erneut kann JURA einen Espresso-/Kaffee-Vollautomaten mit einem der begehrtesten Awards schmücken: Gleich in vier Kategorien wurde die IMPRESSA Z9 One Touch TFT mit dem Plus X Award ausgezeichnet. Unter zahlreichen Einreichungen entschied sich die Jury in den Rubriken High Quality, Design, Bedienkomfort und Funktionalität für den eleganten Vollautomaten von JURA. Da das Produkt damit mehr Siegel erlangen konnte als alle übrigen in seiner Gruppe, kann sich JURA zusätzlich über eine ganz besondere Auszeichnung freuen: Als bester Kaffee-Vollautomat des Jahres erhält die IMPRESSA Z9 One Touch TFT das Gütesiegel „BESTES PRODUKT DES JAHRES 2013“.

ELEGANZ AUF HÖCHSTEM NIVEAU: DIE IMPRESSA Z9 ONE TOUCH TFT

Mit dem edlen Vollautomaten setzt das Schweizer Traditions-

unternehmen neue Maßstäbe und präsentierte bei seiner Einführung in 2012 ein Modell der Superlative. Dank modernster Technologien, einem herausragenden Energiemanagement und einem außergewöhnlichen, prägnanten Design erfreut die IMPRESSA Z9 One Touch TFT Gourmets, Umweltbewusste und Ästheten gleichermaßen.

Die geschwungene Front der IMPRESSA Z9 One Touch TFT ist der Kernlinie einer Arabica-Kaffeebohne nachempfunden. Das hochauflösende TFT-Farbdisplay verleiht der vollendeten Form ein besonderes Highlight und macht die exquisite Optik perfekt. Das 3,5 Zoll TFT-Farbdisplay und der Rotary Switch sorgen für eine selbsterklärende Bedienung der IMPRESSA Z9 One Touch TFT. Sechs Kaffee-Spezialitäten können



auf dem Screen angeordnet und individuell benannt werden. Mit der Vorwahlfunktion „Café à la Carte“ können Kaffee-Genießer die Einstellungen ihren Wünschen anpassen und sind so von ihrem individuellen

Liebingsgetränk nur noch einen einzigen Knopfdruck entfernt.

Das Aroma-Mahlwerk mahlt die frischen Kaffeebohnen doppelt so schnell wie herkömmliche Mahlwerke und ist dabei besonders aromaschonend und leise. Zwei Thermoblocke – der eine für Kaffee und Heißwasser, der andere für Dampf – sorgen für optimale Zubereitungsbedingungen und permanente Milchbereitschaft. Temperaturschwankungen, die bei längeren Pausen entstehen können, werden durch das intelligente Vorheizen vollautomatisch ausgeglichen.

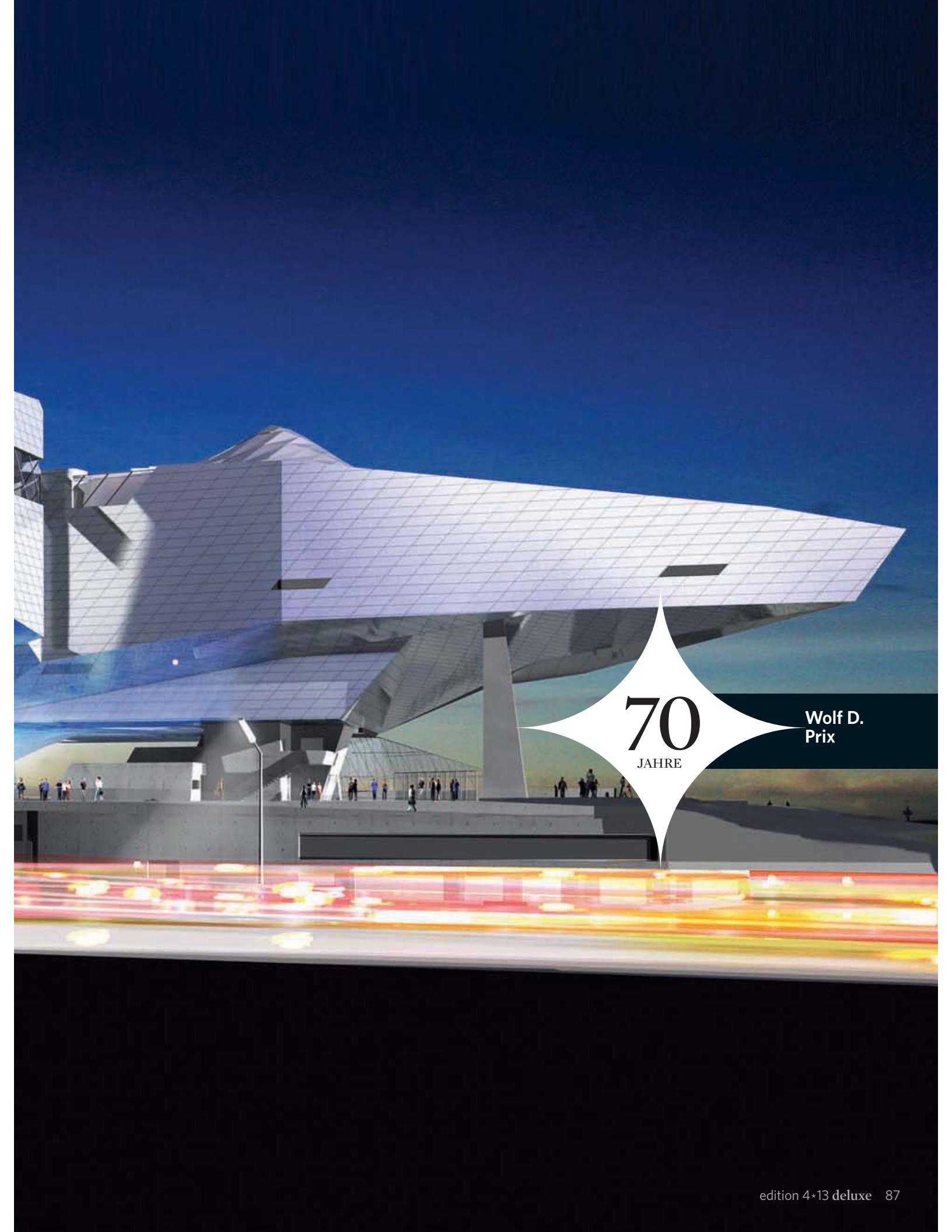
ARCHITEKTUR

GEGEN GEBaute LANGeweile

Die Architekten von Coop Himmelb(l)au gelten als Rock 'n' Roller der Branche. **Wolf D. Prix**, ihr Frontmann, gibt sich auch mit 70 Jahren nicht altersmilde. VON MICHAELA SEISER



Musée des Confluences
Lyon, Frankreich,
(2001/2010-2014)



70
JAHRE

Wolf D.
Prix



Musée des Confluences. Lyon, Frankreich, (2001/2010-2014)
BMW Welt. München, Deutschland, (2001-2007)
Museum of Contemporary Art & Planning Exhibition. Shenzhen, China, (2007-2015)

An seiner Zunft hat Wolf D. Prix einiges auszusetzen:



„Architekten lassen sich zu viel gefallen“

Margareten ist ein typischer innerer Bezirk in Wien, ein dicht besiedeltes Gebiet mit wenigen Grünflächen, ein Arbeiterbezirk. In einem Backsteinbau befindet sich das Atelier von Coop Himmelb(l)au. Dort wirkt Wolf D. Prix, 70 Jahre alt, einer der Partner und Frontmann des Architekturbüros, das längst Starstatus genießt.

Das Licht in dieser ehemaligen Fabrik ist nicht nur an schneereichen Wintertagen künstlich. Prix kann eine Menge über den Einfluss des Lichts erzählen, darüber, dass der Mensch sich im Reizklima am wohlsten fühlt. Reizklima – das Wort passt zu einem Büro, das mit seinen Entwürfen immer wieder gegen die gebaute Langeweile antritt. In Zeiten, in denen in den Städten in ihrer Belanglosigkeit verwechselbare Investorenarchitektur aus dem Boden sprießt, kann man sich an den Gebäuden des Wiener Büros vielleicht mehr abarbeiten denn je.

Denn dezent sind weder die Bauten von Coop Himmelb(l)au, noch ist es Prix mit seinem lässig umgeworfenen Schal, den zwei Tuareg-Ringen am kleinen und dem Platinring am Zeigefinger. Manchmal zeigt er sich mit dicker Zigarre, fast immer mit Dreitagebart und einer Trekking-Uhr. Damit sieht er aus wie ein

trendiger Architekt, der nicht trendig sein will.

Prix und seine Partner hegen ihren Ruf als Rock 'n' Roller der Architektur. In der Warteschleife ihrer Telefonanlage hören Anrufer „Gimme Shelter“ von den Stones. „Wir geben Schutz“, sagt Prix und meint das ernst. Schutz soll auch der neue „Skytower“ der Europäischen Zentralbank (EZB) bieten, der nach den Plänen von Coop Himmelb(l)au in Frankfurt errichtet wird. Der Rohbau ist fertig. Bald wird mit dem Innenausbau begonnen. 2014 soll die Eröffnung sein. Die EZB ist einer der wichtigsten Aufträge für das Wiener Büro.

Banken müssten identitätsstiftend sein, findet Prix. Wichtig ist für ihn, dass die EU ein dreidimensionales Symbol für Europa schafft. Schließlich sei die Verortung einer Idee durch ein Bauwerk die Aufgabe der Architektur. So habe sich der Katholizismus durch Dome manifestiert. Fünf Jahre hat Coop Himmelb(l)au rund 200 Menschen mit diesem Projekt beschäftigt. Der Turm an Ordnern mit Bauunterlagen sei so hoch wie die EZB, behauptet Prix.

STADT DER ZUKUNFT

Er liebt Wien, doch zugleich sieht er Frankfurt nicht zuletzt durch die EZB als eine Stadt der Zukunft. Metropolen

brauchen mehrere Zentren, zwischen denen sich ein Spannungsfeld entwickeln kann. Das bringt die Stadt voran.

Wie viele seiner Zunft sieht sich Prix als Künstler und als Handwerker. Er hat kein Problem, Aufträge abzulehnen. Er hat aber auch kein Problem, Aufträge in Ländern mit einem totalitären Regime anzunehmen: „Wenn ich bauen kann, wie ich mir das vorstelle, dann ist das eine Überlegung wert.“ Gerne verweist der Österreicher auf Brunelleschi, einen der führenden italienischen Baumeister der Frührenaissance, der für das autoritärste Regime – die damalige katholische Kirche – gebaut habe.

Prix ist der Sohn eines Architekten. Er studierte an der Technischen Universität Wien, bei der Architectural Association in London und am Southern California Institute of Architecture in Los Angeles. 1968 gründete er gemeinsam mit Helmut Swiczinsky und Michael Holzer das Architekturbüro Coop Himmelblau: „Coop Himmelblau ist keine Farbe, sondern die Idee, Architektur mit Fantasie leicht und veränderbar wie Wolken zu machen“, lautete ihre Selbstbeschreibung.

„BAUSTOFF LUFT“

Auch heute stehen überall im Atelier Modelle im charakteristischen Himmelblau. Nach Entwurfsideen zu veränderlichen, transparenten, mit dem „Baustoff Luft“ arbeitenden Wohneinheiten („Villa Rosa“, „The Cloud“) wurde 1988 mit dem Dachausbau Falkestraße in Wien erstes internationales Aufsehen erregt. 1990 wandelte man den Namen „Himmelblau“ in



„Himmelb(l)au“ um. Die Zeit des Bauens hatte begonnen. Mit Bauten wie dem Ostpavillon des Groninger Museums (1994), dem UFA Kinopalast in Dresden (1998), der BMW Welt in München (2007), dem Akron Art Museum in Ohio (2007), der Central Los Angeles Area High School #9 for the visual and performing arts (2008) oder dem Busan Cinema Complex in Südkorea (2012) erarbeitete sich Coop Himmelb(l)au seinen Ruf als Vertreter einer dekonstruktivistischen Architektur, de-

ren Teile einander überlagern oder sich durchdringen. Entsprechend ist der Text, mit dem Coop Himmelblau 1980 ihre Aktion „Flammenflügel“ an der Technischen Universität Graz begleiteten, bis heute ihre meistzitierte programmatische Äußerung. „Architektur muss brennen. Wir wollen Architektur, die mehr hat. Architektur, die blutet, die erschöpft, die dreht und meinetwegen auch bricht. Architektur, die leuchtet, die sticht, die fetzt und unter Dehnung reißt.“ Auch heute noch

				Gegenteil von hinein, ugs.: ▼					
				R					
				engl. für Abverkauf: ▶	S	A			
				U					
				S					

Ausstellungszentrum 1170 Wien Frauenfelder Straße 14
Mo-Fr 10-18, Sa 9-17 INFO: 01 4891881 www.leder-appel.at

**AUSSTELLUNGSSTÜCKE
JETZT STARK
REDUZIERT**

A P P E L
l e d e r m ö b e l

ARCHITEKTUR

ist das die Lösung: „Emotionale Qualität ist nach wie vor ein entscheidender Gradmesser zur Beurteilung.“

Prix würde lieber in Wien bauen – beispielsweise eine Schule als Ort der Wissensvermittlung. Doch in Wien sind diese Rebellen nicht so beliebt. Er und seine Partner haben das typisch österreichische Schicksal. Wie ein Zunftvertreter einmal formulierte: „Wir mehren zwar das Ansehen der Stadt Wien im Ausland, können aber ihr Aussehen kaum verändern.“ Daheim in Wien fremdelt man noch mit den Architektur-Rock-'n'-Rollern.

An seiner Zunft hat Prix viel auszusetzen: „Architekten lassen sich zu viel gefallen.“ Es fehle die Projektsicherheit. Zuerst werde viel investiert, um überhaupt in einen Bieterwettbewerb gehen zu können, dann wird das Projekt verschoben oder abgesagt. Das führe dazu, dass viele Architekten in finanzielle Schwierigkeiten geraten.

NAH AN DER PLEITE

Das Enfant terrible der österreichischen Architektenszene ist in jungen Jahren selbst an der Pleite vorbeigeschrammt. Erst seit 1995 hat Coop Himmelb(l)au

Aufträge, „von denen wir uns halbwegs nähren konnten“. Prix gibt sich den Anschein, als interessiere ihn Geld nicht sonderlich, konkrete Angaben aber – etwa zum Umsatz – wird man von ihm nicht bekommen. Lieber zieht er sich auf Gemeinplätze zurück: „Reich wird man als Architekt sicher nicht.“ Wenn man Gewinne erwirtschaftete, müsse man diese wieder investieren.

Er kritisiert, dass sich Architekten häufig als Erfüllungsgehilfe sehen. „Es ist ein vorauseilender Gehorsam und der verinnerlichte Zwang, etwas gegen das eigene Empfinden schön zu empfinden.“ Baukultur sei inzwischen eine Beschuldigungskultur, findet er, besonders in Deutschland. Für alle Fehler müsse der Architekt geradestehen. Das lasse eine Baustelle in einen Kriegsschauplatz ausarten. Früher habe der Handschlag gegolten. Jetzt müsse man zahlreiche Anwälte für die Vertragsgestaltung beschäftigen. „In Zukunft wird ein Atelier ein Rechtsanwaltsbüro mit angeschlossener Bauabteilung sein.“

Trotzdem denkt Prix nicht ans Aufhören. Wer ihn nach seinen Hobbys fragt, bekommt zur Antwort: „Kann das Wort Freizeit nicht buchstabieren.“ ★



Gasometer B. Wien, (1995-2001)
Wohn- und Bürogebäude Schlachthausgasse. Wien, (2001/2003-05)
SEG Apartment Tower. Wien, (1994-1998)

Dalian International Conference Center. Dalian, China (2008-2012)

© Duccio Malagamba (gasometer). © Duccio Malagamba Wien. © Duccio Malagamba China
© Alle Rechte vorbehalten. Frankfurt Allgemeine Zeitung GmbH, Frankfurt. Zur Verfügung gestellt vom Frankfurter Allgemeinen Archiv



PORZELLANMANUFAKTUR AUGARTEN

GERFALKE

Die Wiener Porzellanmanufaktur Augarten führt die Tradition der exquisiten Figurenherstellung fort: Der Linzer Künstler Matthias Claudius Aigner hat im Auftrag von Augarten ein lebensgroßes Modell eines Gerfalken (*Falco rusticolus*) entworfen und geformt. Weiße Gerfalcken gelten - vor allem im arabischen Raum - als besonders edel und wertvoll. Die neue Porzellanfigur ist - nach der Entwicklung des Parfumflakons Vulpini - ein weiteres Objekt, mit dem das einzigartige Sortiment hochwertiger Porzellanfiguren bei Augarten Zuwachs erhält.



Höhe: 47 cm, erhältlich in weiß glasiert, Biskuit sowie bemalt

1718 gegründet, ist die Wiener Porzellanmanufaktur die zweitälteste Europas. Heute wie damals wird jedes Stück von Hand gefertigt und bemalt.

Unsere Erzeugnisse erhalten Sie in den Augarten Filialen und im gehobenen Fachhandel

Flagshipstore Augarten Wien, Innere Stadt

A-1010 Wien, Spiegelgasse 3
Tel.: +43 (0) 1/512 14 94, email: Wien1@augarten.at
Mo - Sa 10:00 - 18:00 Uhr

Augarten Wien, Manufaktur und Shop

A-1020 Wien, Schloss Augarten, Obere Augartenstraße 1A
Tel.: +43 (0) 1/211 24-201, email: Wien2@augarten.at
Mo - Sa 10:00 - 18:00 Uhr

Augarten Linz

A-4020 Linz, Am Taubenmarkt, Arkade, Landstrasse 12
Tel.: +43 (0) 732/66 44 76, email: Linz@augarten.at
Mo - Fr 09:30 - 18:00 Uhr, Sa 09:30 - 17:00 Uhr

Augarten Salzburg

A-5020 Salzburg, Alter Markt 11
Tel.: +43 (0) 662/84 07 14, email: Salzburg@augarten.at
Mo - Fr 09:30 - 18:00 Uhr, Sa 09:30 - 17:00 Uhr

BON HOMMAGE

Französische Luxushäuser gratulieren Lacoste zum 80-jährigen Jubiläum mit Sonderanfertigungen.

Lacoste

80
JAHRE



Baccarat

Das Kristallhaus kreierte eine Vase, inspiriert von Tennis- und Golftrophäen im Stil der 30er.



Goyard

Der Gepäckhersteller entwarf eine elegante Sporttasche aus weiß-grünem Leder.

Christofle

Der Hersteller von feinem Silberbesteck fertigte einen silbernen Golfschläger.



Fauchon

Die Feinkostmarke serviert Éclairs im Lacoste-Design. Das Krokodil ist aus Marshmallow.



Boucheron

Die Schmuckfirma fertigte Krokodilbroschen aus Diamanten und Smaragden.



S. T. Dupont

Der Accessoires-Hersteller präsentiert ein Set mit Notizbuch, Stiften und Feuerzeug.



Veuve Clicquot

Das Champagnerhaus gratuliert mit einem Trolley, in dem sich eine Flasche Champagner versteckt.



Hermès

Das Familienunternehmen schenkt Lacoste eine Tennistasche aus Krokodilleder.

allez, raus!

SUMMER SALE DELUXE

Bis zu -50%
auf ausgewählte Produkte!*

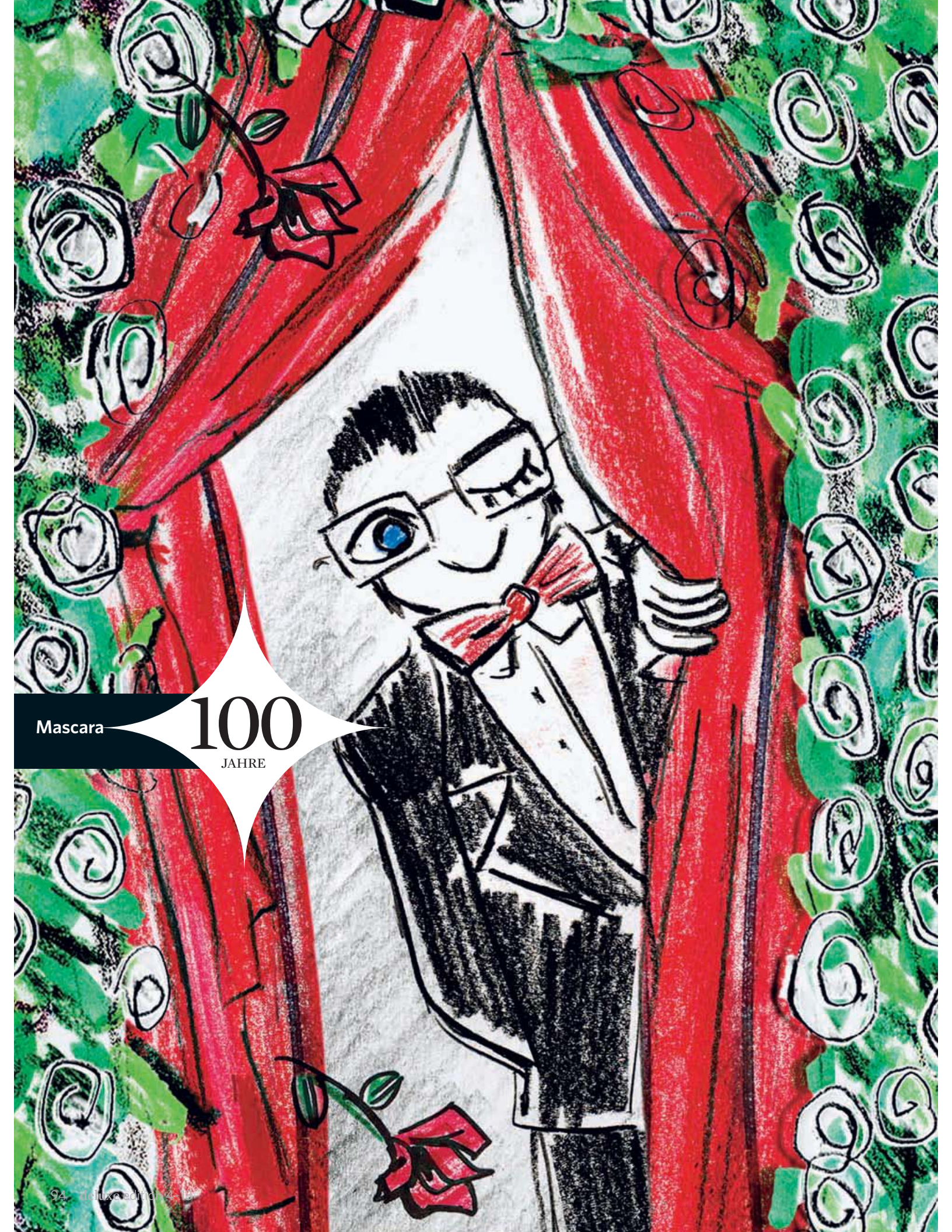
Nur solange der Vorrat reicht!
Nur mit Vorteilskarte!

5%
GUTSCHRIFT
ALS TREUEPUNKTE



Marionnaud
AM SCHÖNSTEN JEDEN TAG

* Aktion gültig in allen Marionnaud Filialen in Österreich und auf www.marionnaud.at. Gültig bis 31.07.2013 bzw. solange der Vorrat reicht. Nachlass erfolgt nur auf gekennzeichnete Produkte, der Rabatt wird an der Kassa gewährt. Ausgenommen bereits reduzierte Ware, Geschenkgutscheine, alle Mac-, Kieh!'-s-, Pink Ribbon Produkte, Charity Kuscheltiere und Leistungen im Institut. Diese Aktion kann nicht in bar abgelöst oder mit anderen Aktionen kombiniert werden. Keine Punkteverteilung bei Bezahlung mit Geschenkgutscheinen. Vorbehaltlich Druck- und Satzfehler. Über 100 x in Österreich | Hotline Vorteilskarte: 0810 / 810001 Marionnaud Parfumeries Autriche GmbH | Lamezanstr. 9 | 1230 Wien



Mascara

100
JAHRE

”

Coolness ist
eine Unart

“

Alber Elbaz, Kreativchef von Lanvin, liebt die Frauen. Zusätzlich zu seiner Mode hat er jetzt Verpackungen für Kosmetik entworfen. Ein Gespräch über Mascara, Zweifel und kalorienfreie Schokolade. VON SILKE BENDER



Klein, rund, Anzug, Fliege, schwarze Brille: Alber Elbaz ist inzwischen selbst so etwas wie ein Markenzeichen – kein cool-elegantes, sondern ein fröhliches, selbst-ironisches. Der 51-jährige Designer übernahm 2001, nach Stationen bei Geoffrey Beene, Guy Laroche und Yves Saint Laurent die Kreativdirektion des verstaubten Couturehauses Lanvin und machte es mit seinen Kollektionen wieder begehrenswert. Deswegen wird er als Genie gefeiert, das „Time“-Magazin zählte ihn 2007 zu den 100 einflussreichsten Menschen der Welt. Fast mehr noch als durch seine Kreationen hat jedoch der Mensch Alber Elbaz eine Welt verzaubert, in die er so gar nicht zu passen scheint.

Der vermutlich größte Sympathieträger der Modeszene empfängt im Pariser Hotel „Le Bristol“. Zwischen süßen Eclairs und den bonbonbunten Beauty-Produkten, die er jetzt für Lancome entworfen hat, gibt er eine Kostprobe seines Charmes: warmherzig, witzig – und sehr, sehr weise.

deluxe: Herr Elbaz, benutzen Sie eigentlich – wie einige Männer heute – Mascara?

ALBER ELBAZ: Das brauche ich nicht, sehen Sie (er nimmt seine Brille ab und schlägt seine langwimprigen Augenlider nieder). Selbst für Fotoshootings schminke ich mich nicht. Aber nicht etwa, weil ich mich so sublim finde (lacht). Wenn es danach ginge, brauchte ich kiloweise Make-up. Aber ich möchte es einfach nicht.

Die Kollektion von Mascara und Lidschattenschattullen, die Sie nun für Lancome entworfen haben, heißt „Show“ ...

Für die Herbst/Winter-Kollektion 2013 habe ich den Models große Ketten umgehängt: eine mit dem Wort „Cool“, die andere mit dem Wort „Help“. Cool ist das Wort, das ich heutzutage am meisten hasse, mehr noch: Ich verachte es regelrecht. Coolness ist für mich die Unart unseres Zeitgeistes, und daher fehlt es an einem gewaltig: Hilfe. Denn wenn wir die bekommen, haben wir das, was wir am meisten brauchen: Liebe. Das dritte Wort, das die Models auf ihren Ketten trugen, war daher: Liebe.

Und das Wort „Show“ – mögen Sie die Show?

Den roten Teppich sicher nicht. Heute hat der rote Teppich das eingebüßt, was er mal war: ein Ort der Freude. Mir tun all diese hübschen, talentierten, intelligenten Schauspielerinnen leid, die fünf Monate lang vertraglich verpflichtet sind, von einem Teppich zum anderen zu laufen, um ihre Filme zu verkaufen. Das hilft uns, der Modebranche, natürlich, unsere Kleider zu verkaufen, aber diese Frauen sind nicht dafür da, Mannequins zu sein. Jedem seinen Job.

Genießen Sie denn den Moment auf dem Laufsteg am Ende Ihrer Modenschau?

Mittlerweile ja. Für mich ist das nicht das Ende eines 15-minütigen Defilees, sondern das Ende vieler Monate intensiver Teamarbeit. Ich bitte die Lichttechniker immer, zunächst nur die Hälfte meines Gesichtes auszuleuchten, damit man nicht die ganze Katastrophe sieht (hält kichernd die Hände vors Gesicht). Doch wenn ich die Augen der Menschen im Publikum und um mich herum sehe, das Wohlwollen spüre, dann bekomme ich doch Lust, einfach hinauszulaufen und mich feiern zu lassen.

Ihre Kosmetik-Verpackungsdesigns sehen aus wie fröhliche Bonbons ...

Ja, weil ich der Show das Spielerische zurückgeben will. Eben nicht einschüchternde Coolness, sondern das Lächeln. Als mich Sue (*Youcef Nabi, Präsident von Lancome, Anm. der Redaktion*) anrief, vergangenen August, war ich gerade mit Freunden an einem sehr glamourösen Ort im Urlaub. Alles glänzte dort: die Autos, die Schuhe, die Haut, die Haare – aber die Augen, die glänzten nicht. Er fragte mich, ob ich Lust hätte, den Augen-Make-up-Produkten ein neues Design zu geben. Zuerst wusste ich nicht, ob ich der Sache gewachsen war. Ich zweifle viel, wissen Sie. Zweifel ist gut, denn diese Verbindung aus Energie und Spannung hilft beim Denken.

Und dann?

Dann kam ich zu dem Schluss, dass sich die Traurigkeit unserer Zeit in den Augen widerspiegelt. Also hatte ich die Idee der „Happy Eyes“ und fing mit einem Skizzenblock und Zeichnungen an, mir Geschichten auszudenken. Erst danach kam das Produktdesign.

Alber Elbaz öffnet das dreidimensionale, aufwendige Pop-up-Pressebuch, das auch ihn und Youcef Nabi in comicartigen Zeichnungen auf einem Laufsteg zeigt – mit Sternchen in den Augen.

Sie selbst scheinen dennoch wenig in den Jahrmarkt der Eitelkeiten zu passen, den die Modebranche wie keine andere darstellt.

Es ist gut, ein wenig außerhalb zu stehen. Ich sehe mich wie einen Concierge in einem Grandhotel. Am Ende des Tages gehe ich nach Hause, um mich von dieser Welt zu entfernen. Wenn ich anfinge, selbst dieses Leben zu führen, verlöre ich meine Träume. Dann würde mein Leben eine Realityshow. Ich möchte meinen Beruf aber weiterhin als Traumberuf sehen.

Klingt irgendwie altmodisch.

Ich mag diese Begriffe der Mode einfach nicht: It-Bag, It-Girl. Die Stunden, die Momente gehen vorbei. Es gibt nichts Abgeschmackteres als die Miss America 2012, wenn wir 2013 schreiben. Diese ganze Hype-Kultur heute, die Löschtaste immer unter dem Finger. Ich möchte Bleibendes schaffen.

Die Schleifen sind ein immer wiederkehrendes Detail in Ihren Kollektionen, selbst bei Lancome. Warum ist das Ihr Fetisch?

Es ist mehr als das. Eine sehr persönliche Geschichte, die ich nicht im Detail erzählen möchte. Es hat mit dem Tod meiner Mutter zu tun. Für mich symbolisiert die Schleife die Verbindung zwischen Menschen.

Ist das Produktdesign vielleicht Ihr erster Schritt in eine neue berufliche Zukunft?

Noch bin ich der Mode sehr zugetan. Mode, das sind für mich die Frauen, und derer werde ich nicht überdrüssig.

Das war einmal anders: 1999, als Sie Ihren Chefdesigner-Posten bei Yves Saint Laurent für Überflieger Tom Ford räumen mussten.

Das stimmt. Damals wollte ich aufhören. Eineinhalb Jahre lang war ich auf Reisen. Eines Tages las ich eine Geschichte über eine Mutter, die ihr Kind in einem Krieg verloren hat. Da habe ich mich gefragt: Ist Mode überhaupt wichtig? Ist es dieser unglücklichen Frau nicht einfach egal, ob sie ein rotes oder gelbes Kleid



„Zweifel ist gut, denn diese Verbindung aus Energie und Spannung hilft beim Denken“

trägt? Und je mehr ich darüber nachgedacht habe, fand ich: Genau deswegen muss ich zur Mode zurück. Weil Mode Freude ins Leben und in die Welt bringt, sie ist wie kalorienfreie Schokolade.

Doch Sie selbst greifen bei den kalorienreichen Eclairs hier auf dem Tisch nicht zu?

Noch nicht (lacht). Den ganzen Tag habe ich die schon unter der Nase. Aber die Attacke kommt, wenn das letzte Interview hinter mir ist.

Leiden Sie eigentlich unter Ihren eigenen Rundungen?

Absolut. Wenn ich mich auf Fotos sehe, oh Gott! Aber ich versuche mit dem Alter, mich nicht mehr so unter Druck zu setzen wie früher.

Tom Ford galt in den späten 90ern als wichtigster Designer. Hat Sie die aggressive Sexyness seiner Mode abgestoßen?

Je älter ich werde, desto weniger echauffiere ich mich über etwas. Ich akzeptiere verschiedene Haltungen, die Unterschiedlichkeit von Ansichten, und versuche, in Frieden meine Dinge zu tun.

Heute gelten Sie als Modemacher, der den Zeitgeist trifft. Ihre Lanvin-Kollektion für den kommenden Herbst ist kaum noch unter einem Konzept oder Stichwort zusammenzufassen ...

Oho, ich könnte das als Kritik verstehen, tue es aber nicht. Ich sehe das als Kompliment, weil das Leben der Frauen heute nicht mehr unter einem Konzept zu beschreiben ist. Wir leben in nicht linearen Zeiten. Das Leben der Frauen ist so komplex geworden und verlangt in allem Perfektion: die Schönste, die Blondeste, die Dünnste, die liebenswerteste Angestellte, Freundin, Mutter, Ehefrau oder Geliebte zu sein. 80 Prozent meiner Mitarbeiter sind Frauen, und ich erlebe tagtäglich, wie sie am Telefon zwischen ihren verschiedenen Rollen hin und her springen. Ich möchte den Frauen heute einfach ein Angebot machen: dass sie in Lanvin-Boutiquen gehen können, in Schmuckgeschäfte, in Beauty-Shops, ohne das Gefühl zu haben, zu stören. Sondern geliebt zu werden und sich wohlfühlen zu dürfen.

Die Sehnsucht nach Wohlfühlen, nach Liebe ist das Stichwort unserer Zeit?

Ja, und wie! Wir in unserer Gesellschaft haben alles – außer Zeit und Wohlfühl.

Wie haben Sie es denn geschafft, in dieser Zeit zu reüssieren und all Ihre Rollen auszufüllen?

Uff, ich glaube, mit Authentizität und mit Bescheidenheit. Wenn ich nicht meine Füße auf dem Boden hätte, meine Tür hinter alledem schließen könnte abends, wäre ich sicher nicht hier. Als ich für Emmanuelle Riva, die Schauspielerin aus dem Haneke-Film „Liebe“, die Robe für die Oscarverleihung schneiderte, habe ich viel gelernt: Diese 86-jährige Dame sagte mir „Ich bin doch nur eine Arbeiterin des Kinos“. Niemand benutzt heute noch das Wort ‚Arbeiter‘ für sich. Alle wollen doch heute Models und Stars werden!

Sie kleiden aber auch die ganz Jungen ein, wie beispielsweise Jennifer Lawrence, die im März den Oscar als beste Hauptdarstellerin bekommen hat.

Ich bin für alle Frauen da. Ich habe keine ideale Kundin. Jedes Alter, jede Rundung ist mir recht. Ich möchte Frauen Freude schenken.

Gehören Sie auch zu den Menschen, die keine Interviews mögen?

Nein, ich liebe sie sogar. Weil mir Fragen gestellt werden. Im besten Falle gute. Diese zu analysieren, bereitet mir Vergnügen. Doch ich lese meine Interviews später nie. Auch nie meine guten Kritiken, nur die schlechten. Schreiben Sie also Garstiges über mich, dann werde ich es bestimmt lesen!

Eine letzte Frage: Was bringt Ihre Augen zum Leuchten?

Mit Menschen zusammenzuarbeiten, die ich liebe, und Dinge zu tun, die ich liebe. Es interessiert mich überhaupt nicht, in Cafés zu sitzen und Blabla zu machen. Ich liebe es, zu arbeiten. Diesen Prozess zu erleben ist mir fast wichtiger als das Produkt am Ende. Dabei möchte ich vor allem eines nicht: blasiert werden.

Das scheint Ihnen doch alles gut zu gelingen. Warum liefern Ihre Models also mit der „Help“-Kette über den Laufsteg?

Wir alle brauchen Hilfe, immer. Welches Sternzeichen sind Sie?

Fisch.

Aha, das ist interessant. Sie wissen also genau, was ich meine. Ich bin Aszendent Fisch. ★

PALAIS SCHÖNBURG

IHRE RESIDENZ FÜR EVENTS



Weitere Informationen:
www.palais-schoenburg.at

Das Palais Schönburg wurde 1700 - 1706 errichtet, Architekt war Johann L. von Hildebrandt. Es befindet sich im Herzen Wiens (4., Rainergasse 11) und ist von einer 15.000 m² großen Parkanlage umgeben.

Als „Residenz für Events“ steht die repräsentative Location für private Feste, Firmenfeiern, Seminare, Konferenzen und andere Veranstaltungen zur Verfügung.

Das Palais Schönburg ist mit Klimaanlage, Aufzug, Starkstrom, Audio-/Video-System, W-LAN, etc. ausgestattet. Die Rasenflächen sind für Festzelte mit bis zu 500 Personen geeignet. Das Palais wird durch ein weiträumiges Vestibül betreten, über geschwungene Stiegen gelangt man in die Festräume der Beletage mit insgesamt 335 m².

Sie mieten jene Räume im Palais Schönburg, die Sie für Ihren Event benötigen: Den Festsaal, einen oder beide Roten Salons, die Bibliothek in der Beletage und/oder die moderne Lounge im Souterrain.

Inszenieren Sie Ihre Veranstaltung im Palais Schönburg genau nach Ihren Wünschen, mit den Zulieferern Ihrer Wahl.



ZAUBER- STAB

Auf der Weltausstellung 1883 in Amsterdam wurde ein Farbstift vorgestellt. Heute ist er das wichtigste Accessoire auf dem schönsten Platz der Welt.

01 Sensai Shou Nr. 1

Das edelste Rot des Kaiserhofs. Preis: 52 €

02 Estee Lauder Hydra Lustre Cooper Coral

Feuchtigkeit für Lippen. Preis: 24,30 €

03 Chanel Rouge Coco 53 Amant

Kollektion mit neuen Farben. Preis: 30,50 €

04 Rouge Dior 999 Ara Red

Inspiriert von der Haute Couture. Preis: 32 €

05 Clarins Rouge Eclat 13 Woodrose

Pflegt dank Anti-Aging-Formel. Preis: 22 €

06 YSL Rouge Volupte Shine Nr. 6 Pink

Glanz dank Candelilla-Wachs. Preis: 32 €



Lippen-
stift

130
JAHRE



1



2



3



4



5



6

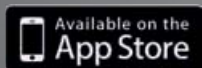


WirtschaftsBlatt deluxe App.

Tauchen Sie ein in die Welt des Luxus und nutzen Sie die interaktive deluxe Version mit zusätzlichen Bild- und Audioinhalten.

MEHR ALS EIN REINES LESEVERGNÜGEN:

Erhältlich für iOS und Android.



APP KOSTENLOS DOWNLOADEN

wirtschaftsblatt.at/apps

Klare Fakten
zur WirtschaftsBlatt HD App.
Klare Entscheidung.

WirtschaftsBlatt
deluxe

JAMES' JEANS

Die **Levi's 501** feiert 140. Geburtstag. Ist der Klassiker heute modisch bedeutungslos oder gibt es Grund zur Freude?

VON ALEX BOHN

In der Levi's-Zentrale in San Francisco zitiert man gern den Modeschöpfer Yves Saint Laurent: „Ich wünschte, ich hätte die Blue Jeans erfunden ...“ – denn als Erfinder gilt bis heute Levi Strauss, und als Urmutter aller Jeans die Levi's 501, die ja auch jahrelang die einzige Jeans war, auf die sich modebewusste Menschen weltweit einigen konnten.

Die Bilder raubeiniger Cowboys in Nietenhosen haben sich ins kollektive Bewusstsein gebrannt, auch jenes von Marlon Brando in dem Film „The Wild One“ oder auch die süße Marilyn Monroe, die im Film „The Misfits“ ihre 501 zu Zöpfen und Cowboyboots trug. Nur sind diese Bilder mindestens 50 Jahre alt. Die Hose selbst feiert am 20. Mai dieses Jahres ihren 140. Geburtstag. Und je älter die 501 wird, desto weniger eindeutig wird das Bild, das man von ihr hat.



Dass heute Sarah Jessica Parker, Brad Pitt und Präsident Obama ab und zu in eine 501 schlüpfen – wie die Presseagentur in einem ihrer Jubiläumsinfos mitteilt – hat wenig Strahlkraft. Obwohl sie sich durch ihre mit Nieten versehenen Taschen von anderen Denim-Hosen unterscheiden sollte, ist die 501 heute eine Jeans unter vielen, denn ihr Image ist nicht länger unverwechselbar. Dazu passt, dass zum Jubiläum nicht etwa eine Edition der klassisch blauen Jeans im 501-Schnitt auf den Markt kommt, sondern eine 501, die weder indigoblau ist noch aus Jeansstoff. Stattdessen gibt es die Geburtstags-501 aus „Non-Denim“, genauer gesagt aus Baumwoll-Twill, einem Stoff, der von beiden Seiten gleich aussieht; wahlweise in knalligem „Mineral Red“, einem Beige namens „True Chino“ oder in verwaschenen Blautönen, die „Chalk Blue“ und „Aquarius“ heißen. Mit anderen Worten: Die Jeans ist gar keine Jeans mehr.

Selbst firmenintern löste diese Entscheidung Unruhe aus. Die Historikerin Lynn Downey, die in den vergangenen 24 Jahren ein umfangreiches Archiv für Levi's aufgebaut hat, kennt die Evoluti-

on der 501 wie keine andere. Sie sagt: „Non-Denim? Ich dachte, mein Herz bleibt stehen.“ Dann aber erklärt sie eilig, dass es ganz im Sinn der Firmenphilosophie sei, öfter mal etwas Neues auszuprobieren.

Matteo Fontanelli ist Chefeinkäufer für die Männermode im Onlinekaufhaus Luisaviaroma. Er kennt alle Trends und Marken und hat darüber hinaus einen genauen Überblick über ihren wirtschaftlichen Erfolg. Seine Erklärung ist pragmatischer: „Ich denke, es geht nicht darum, ein neues Image der 501 zu kommunizieren. Das ist eher eine kommerzielle Strategie. Der Denim-Markt leidet überproportional unter der schlechten wirtschaftlichen Lage, gleichzeitig ist die Nachfrage nach einem anderen amerikanischen Klassiker gestiegen: der Chinohose aus Baumwoll-Twill.“

Christophe Winnock, der für das Design und Merchandising der Levi's-Herrenjeans in Europa verantwortlich ist, bestätigt das: „Wir passen die 501 kontinuierlich den Bedürfnissen der Kunden

Starschnitt.

Levi's-Jeans wurden durch Ikonen wie James Dean, Marlon Brando und Marilyn Monroe Kult

140
JAHRE

Levi's
501

403-58

an. Jede Generation bekommt die 501, die sie verdient.“ Richtig ist, dass jede Generation von Konsumenten an der 501 etwas zu meckern hatte. So passte den Cowboys der ersten Generation die Niete im Schritt nicht – angeblich wurde sie heiß, wenn man am Lagerfeuer saß. Levi's reagierte, die Niete verschwand. Ein wenig später störten sich die Kunden an den Nieten auf den Gesäßtaschen, die angeblich den Reitsattel und die Sitzmöbel verkratzten. Wieder reagierte Levi's prompt und überzog die Nieten mit Stoff. Auch die Passform der Hose unterwarf sich im Laufe der Jahre dem Zeitgeist, mal war sie ein wenig weiter, mal ein wenig niedriger im Bund. Dann, nach dem Riesenrevival der 501 in den 80er- und 90er-Jahren, expandierte das Unternehmen und entwickelte eine Fülle von Passformen: die 512 mit ausgestelltem Bein, die 639 als Röhre, die 525 mit Stretchanteil, die 626 als Karottenjeans und so weiter und so fort. Zusätzlich gab es verschiedene Untermarken, um die unterschiedlichen Geschmäcker der Konsumenten besser zu bedienen.

In Nordamerika bot Levi's ab 1969 neben der „Red Tab“, der Jeans mit dem roten Fähnchen an der Gesäßtasche, auch noch die „Orange Tab“ mit einem orangefarbenen Fähnchen an – und ab der Jahrtausendwende zusätzlich die „Silver Tab“. Diese Linien unterschieden sich hauptsächlich in der Festigkeit des Denim-Stoffs und in den Nähten; die „Silver Tab“ zielte auf jüngere Käufer ab.

Viel entscheidender als Schildchen und Passform war allerdings schon früh das, was man mit der Hose verband. Bereits in den 50er-Jahren hatte sich das Image der Jeans grundlegend von ihrem Nutzen als Arbeiterkleidung abgespalten. Jeans waren zum Symbol für Rebellion geworden. Ende der 70er-Jahre wendete sich dieses Image plötzlich ins Gegenteil, zumindest teilweise. Plötzlich waren die richtigen Jeans auch Luxusobjekt. Auslöser war die amerikanische Firma Jordache, die die erste Designerjeans auf den Markt brachte, es folgten Calvin Klein, Armani, Helmut Lang und Closed. Und plötzlich räkelten und streckten sich Top-Models wie Brooke Shields in Jeans vor der Kamera.

Levi's reagierte zunächst zögerlich auf die Veränderungen auf dem Denim-Markt, dann auf ganzer Linie. Und spätestens zu Beginn der 90er-Jahre wurde es dann irgendwie unübersichtlich. In Europa entwickelte Levi's die Linie „Engineered“, die ergonomisch geschnitten sein sollte und sich durch eine ungewöhnliche Nahtführung auszeichnete. Parallel dazu entstand auch die Linie „Vintage“, die Klassiker neu auflegte, sowie die Linie „Made & Crafted“ mit Klassikern aus hochwertigen Materialien. Nebenher liefen in Nordamerika Linien, die den Massengeschmack treffen sollten: „Signature“ oder auch „Denizen“, die nur über die Supermarktkette Target vertrieben wurde.

Vom kommenden Herbst an wird es die „Revel“ geben, eine Jeans, die mithilfe einer „Liquid-shaping“-Technologie die Körperkontur der Frau haargenau nachzeichnet. Nebenher noch immer dabei: die Levi's 501. Zwar blieb sie, wie Mattheo Fontanelli sagt, ihrer DNA immer treu – geschwungene Ziernaht auf den

Gesäßtaschen, rotes Schildchen, Etikett mit zwei Pferden, die an einer Jeanshose ziehen und sie so auf ihre Belastbarkeit prüfen –, aber ganz so ikonisch und unverwechselbar ist die Jeans nun eben nicht mehr.

Lynn Downey hat recht, wenn sie sagt, dass heute der Konsument die Mode diktiert. Aber bei dem gut gemeinten Versuch, es allen recht zu machen und gleichzeitig unverwechselbar zu bleiben, ist das ehemals scharfe Markenimage von Levi's und der 501 auf der

Strecke geblieben. Zwar denken viele noch „Levi's“, wenn sie das Wort „Jeans“ hören, aber die individuellen Ansprüche an eine Jeans befriedigen die meisten anderswo. Billige Jeans für jedermann gibt es überall, von Kik über H&M bis zu Zara; außerordentlich modische Jeans, die den Zeitgeist reflektieren, ebenso. Luxuriöse Jeans aus hochwertigen Materialien findet man bei J.Brand, Frame Denim oder Acne, die aus der Ära der Designerjeans hervorgegangen sind.

Vielleicht wäre es eine gute Strategie für die 501, sich einfach auf ihre Grundwerte zu besinnen: „Schutz zu bieten und Geld zu sparen“, wie Lynn Downey sagt. Ihr liebstes Exponat aus dem Levi's-Archiv ist eine Hose, die weit über 100 Jahre alt ist. Eingeschickt wurde sie als Reklamation. Der Kunde beanstandete, dass die Hose nun kaputt sei, nachdem er sie gerade mal drei Jahre lang getragen hatte, an jedem Tag außer Sonntag. Dass jemand ein Kleidungsstück so oft und lange trägt, ist heute kaum denkbar. Dabei ist die Sehnsucht nach Dingen, die durch den eigenen Gebrauch personalisiert werden, groß, wie man am Erfolg der Levi's-Vintage-Kollektionen und dem Erfolg von Vintage-Mode ablesen kann. Und als Gegenbewegung zur Wegwerfkultur hat sich die Sehnsucht nach langlebigen, unverwüstlichen Dingen ent-

wickelt, wie man an Firmen wie Manufactum oder auch am Wiedererstarken der Maßschneiderei sehen kann.

Bietet Levi's eigentlich einen Reparaturservice für seine 501 an? Oder gibt es eine Produktgarantie über mehrere Jahre? Lynn Downey und Christophe Winnock schauen verwundert und bekräftigen einander dann in der Überzeugung, dass „das in den Flagship-Stores in London und Berlin sicherlich möglich ist“. Und tatsächlich, am Berliner Ku'damm sitzt an manchen Tagen eine fleißige Schneiderin gleich im Schaufenster. Meistens kürzt sie Hosen, aber sie kann auch Flicker aufnähen und andere kleine Reparaturen übernehmen.

„Breit aufgestellt sein“ lautet die Losung unserer Tage. Aber vielleicht stimmt das nicht immer, oder auch immer weniger, je mehr das Angebot steigt. Vielleicht sollte Levi's den Weg der Nachhaltigkeit entschiedener beschreiten. Das Thema hat man dort jedenfalls endlich entdeckt. Seit 2010 gibt es die 501 „WaterLess“, für die in der Produktion knapp 30 Prozent weniger Wasser verwendet werden als bei konventionellen Jeans. Und jetzt gibt es die „Levi's 501 Wasteless“-Jeans, eine limitierte Auflage von 501-Jeans, die statt aus reiner Baumwolle zu 29 Prozent aus recyceltem Plastik bestehen. Genauer gesagt: rund acht PET-Flaschen. Es ist wohl doch so: Jede Generation bekommt die 501, die sie verdient. ★



Die Grundwerte der Jeanslegende 501: Schutz bieten und Geld sparen

„UNVER- ZICHTBAR.“

#1

BEI APP-NUTZUNGSZAHLEN*
UND USER-BEWERTUNG!



Wir danken unseren Lesern, die uns zur mobilen #1 bei Nutzungszahlen und Bewertung gemacht haben. Überzeugen auch Sie sich von der App, die User als „die beste Nachrichten-App Österreichs“ bezeichnen. Jetzt gratis für Smartphone und Tablet.

Mehr Infos und Download unter:
DiePresse.com/mobilesleben

* lt. ÖWA App Visits und Page Impressions von Nachrichtenmedien im Vergleich


Die Presse
MOBILE

Die Presse.com



FOTOGRAFIE

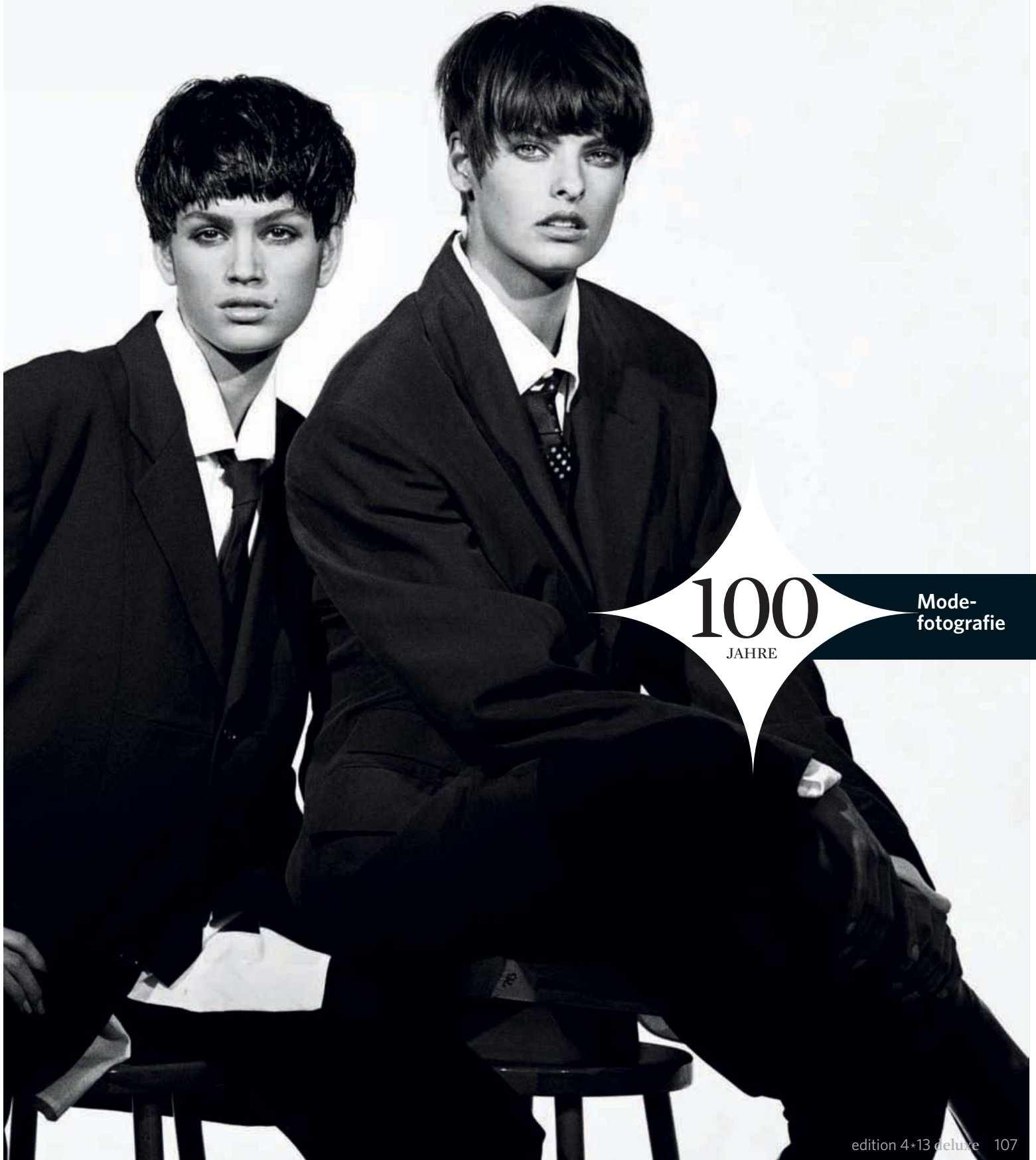
SEXY WIE NEWTON,

A black and white fashion photograph featuring two models, a man and a woman, dressed in dark, tailored suits. The man on the right has his hand resting on his chin, looking directly at the camera with a serious expression. The woman on the left has her arms crossed and is also looking towards the camera. The background is a plain, light color, creating a high-contrast, minimalist aesthetic.

Modelfotografie spiegelt den jeweiligen Zeitgeist wider, und damit Sehnsüchte, Rollenmodelle und gesellschaftliche Trends. Und das seit 100 Jahren. Gratuliert wird mit einer viel beachteten Schau.

VON GABRIELA WALDE

COOL WIE TESTINO



100
JAHRE

Mode-
fotografie



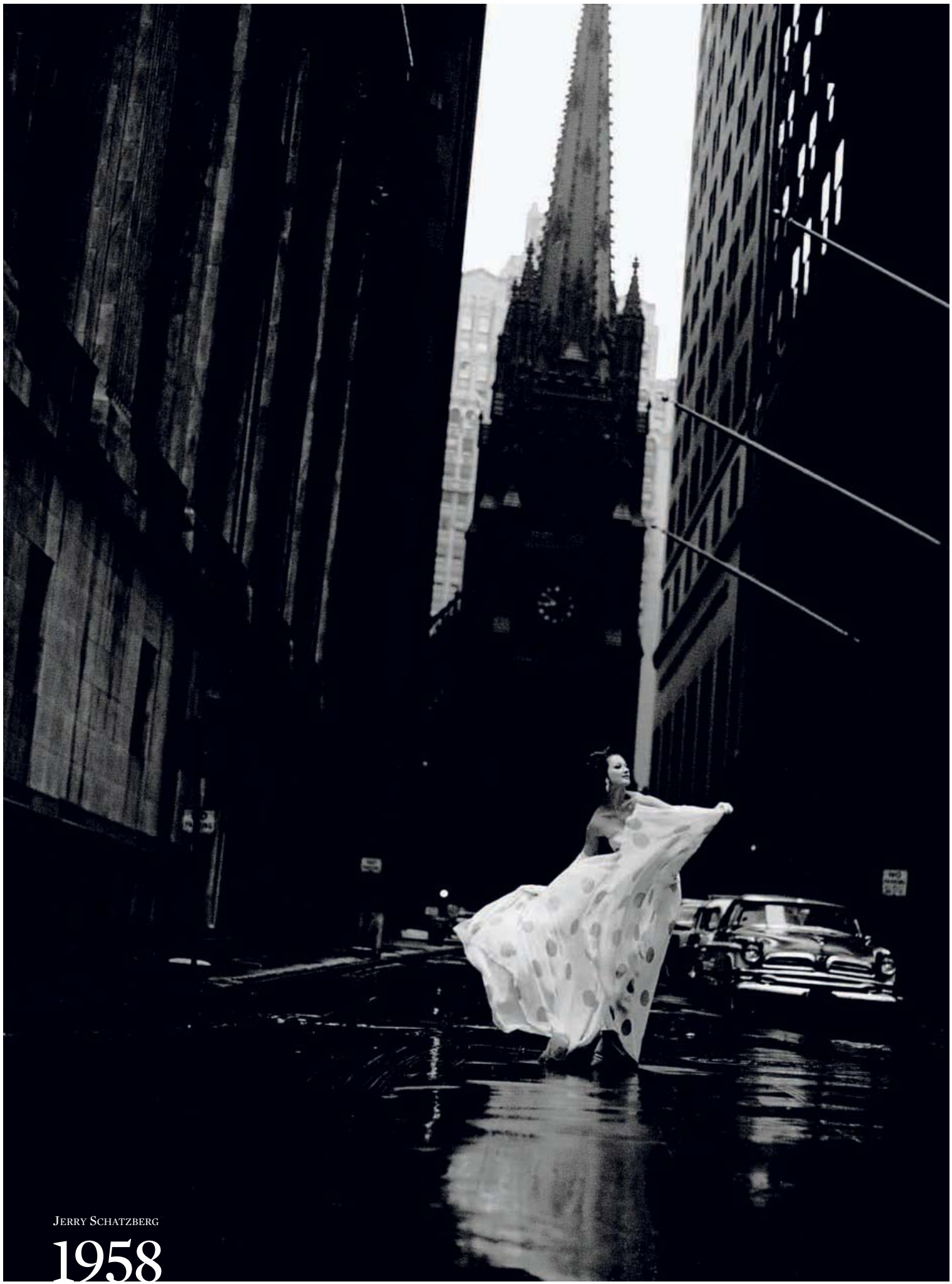
JOHN RAWLINGS

1944

Manchmal sind es Zufälle, die Geheimnisse ans Tageslicht spülen. In diesem Fall führte die Recherche der Modefoto-Expertin Nathalie Herschdorfer im Conde-Nast-Archiv in New York zur Hebung eines ungeahnten Schatzes. Eigentlich suchte sie Bilder von Edward Steichen (1879-1973), der studierte Maler gilt als erster Modefotograf. Seine schwarz-weißen Bilder der Zwanzigerjahre sind von einer Eleganz, einem Luxus, einer Verführungskraft, wie es sie zuvor nicht gab. Denn Steichen wendete sich ab vom pittoresken, kulissenhaften Stil, der einer eingefrorenen Bühnenszenierung glich. Herschdorfer stieß im Archiv in Manhattan, nahe dem Times Square,

nicht nur auf ein großes Steichen-Konvolut, sondern auf etwa eine Million Prints, die die Geschichte der Modefotografie aufblättern. Rund acht Millionen Dokumente sind dort insgesamt gelagert, erklärt uns Archivleiter Shawn Waldrow. Auch zu Forschungszwecken kann man dort einchecken. Der 1909 gegründete Verlag (mit den Magazinen „Vogue“, „Vanity Fair“, „Glamour“) hat – auch nach der großen Digitalisierungswelle – als einer der wenigen weltweit sein umfangreiches Bilderarchiv behalten.

Und nun also zeigt die Berliner C/O Galerie erstmals mit „Zeitlos schön: 100 Jahre Modefotografie von Man Ray bis Mario Testino“ einen spannenden wie repräsentativen Querschnitt über das Medium, rund 160 Fo-



JERRY SCHATZBERG

1958



CLIFFORD COFFIN

1949

tos sind im Postfuhramt zu sehen. Die Schau tourt anschließend weiter durch Europa, geht später nach Amerika. Die Ausstellung ist wie ein ABC, das von den Anfängen bis zur digitalen Gegenwart reicht: Mal cool, mal sexy, mal romantisch, mal provokant. Im Postfuhramt gibt es selbstverständlich die Gründungsväter zu sehen wie eben Edward Steichen und George Hoyningen-Huene bis hin zu den Experimenten Erwin Blumenfelds und Irving Penns. Aber natürlich fehlen auch die großen Meister wie Herb Ritts, Horst P. Horst, Cecil Beaton nicht. Diane Arbus, bekannt durch ihren unbestechlichen und gnadenlosen Blick, was die Hässlichkeiten des Lebens betrifft, entlarvt das Modegeschäft, in dem sie das künstliche Arrangement eines Shootings fotografiert. Das sieht mit Lampen, Chaos, Leiter und Gummibaum eigentlich nur grotesk aus. Selbst Foto-Insider sind überrascht, zu erfahren, dass Arbus zusammen mit ihrem Mann über Jahre für Conde Nast arbeitete. Irving Penns Fotos kann der Besucher ausschließlich gedruckt in der „Vogue“ in Vitrinen sehen. Das hat seinen Grund – Penn wollte seine Prints nach der Veröffentlichung stets zurück, für sein eigenes Archiv.

Eine Rarität ist sicher Man Rays bekanntes, als Postkartenmotiv millionenfach kopiertes „Black and White“, jenes weiße, porzellanhafte Mädchengesicht, das in starkem Kontrast zu einer afrikanischen Maske steht. Ein ganz zartes Bild, voller Symbolik und zugleich surrealer Verspieltheit. Man Ray, Filmemacher und Maler, arbeitete seit 1924 für die „Vogue“ und gehörte zur Pariser Avantgarde. Dieses Foto erschien 1926 zu einem Artikel über die Schönheit, und tatsächlich fasziniert es durch seine rätselhafte Ästhetik. Bis in die 40er-Jahre schoss Man Ray Fashionfotos, wohl weniger aus Interesse, sondern hauptsächlich aus monetären Gründen.

WIRTSCHAFTSAKTOR FOTOGRAFIE

Auch heute folgt die Modefotografie ihren eigenen Gesetzen, sie ist ein Wirtschaftsfaktor und ans Marketing und den Verkauf von Kleidung gebunden. Nie zuvor war ein Fotograf, sogar jene mit Starqualitäten wie Peter Lindbergh, so abhängig vom Big Business der Branche wie heute. Nicht allein der Fotograf prägt den Stil, sondern Model, Stylist, Art Director, Mediengestalter und Chefredakteure der Magazine mischen mit am „Shoot“ oder der Bildstrecke. „Die digitale Fotografie hat das noch einmal verändert, das Bild ist sofort sichtbar und gleich veränderbar. Früher gab es Kontaktbögen, da konnte man genau studieren, wie der Fotograf zu seinem Motiv, ja zu seinem Stil kam“, sagt Nathalie Herschdorfer.

Die Retusche, so erzählt sie weiter, hätte heute einen großen Stellenwert. Wem gehört das Foto? Wer hält tatsächlich die Autorenschaft? Und wann ist ein Modefotograf eigentlich ein Künstler? Fragen, die diese Ausstellung an das Medium Fotografie generell stellt. Nun war Helmut Newton – auch er ist bei C/O vertreten – einer der ersten Magazinfotografen, die als Künstler geädelt wurden. Seine Frauenbilder gingen über die reine Ablichtung von High Heels hinaus, mit der Kamera emanzipierte er den Typ der coolen, unnahbaren Lederfrau, die sich ihrer Stärke und Dominanz durchaus bewusst war – Feministinnen wie Alice Schwarzer war das ein Dorn im Auge. Wer ihn kannte,



WILLIAM KLEIN

Mittlerweile werden Modefotografien über Galerien und Auktionshäuser gehandelt



DEBORAH TURBEVILLE



2011

SEBASTIAN KIM



1997

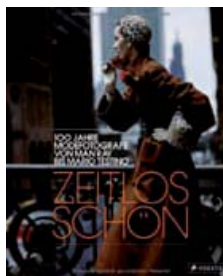
CRAIG McDEAN

Ausstellung.

„Zeitlos schön: 100 Jahre Modefotografie von Man Ray bis Mario Testino“
City Art Centre, Edinburgh
noch bis 8. September 2013
www.fep-photo.org/exhibition/coming-into-fashion

Buch.

„Zeitlos schön“, 288 Seiten, Prestel Verlag
www.randomhouse.de/prestel



weiß, dass er sich stets wie ein Dandy inszenierte. Das gehörte zum Selbstbild. In Berlin hat er ein eigenes Museum.

KOMMERZ VS. BILDSPRACHE

Mittlerweile werden Modefotografien über Galerien und Auktionshäuser gehandelt, die Grenzen zwischen kommerzieller Bildsprache und künstlerischer Praxis sind längst fließend. Die berühmten Cheffotografen sind Aushängeschilder der großen internationalen Magazine. Anna Wintour, seit 1988 mächtige Chefredakteurin der US-Ausgabe von „Vogue“, weiß und wusste stets die Richtigen zu binden: Peter Lindbergh, Mario Testino, Ellen von Unwerth, Annie Leibowitz. Seit Jahrzehnten bestimmt sie mit ihrem Magazin und im zickigen Modezirkus, wer was ist. Ihr Job ist nicht ohne: Rund 1,2 Millionen Leser hat die „Vogue“ in den USA, ein Großteil davon sind Abonnenten. „Das ist fast wie ein Massengeschmack, der dort geprägt wird“, erzählt Herschdorfer. Ganz anders als in Europa, wo die „Vogue“ in Frankreich und Italien etwa 200.000 Leser verzeichnet, hier „viel kreativer und experimenteller agieren kann, weil man nicht so sehr an die breite Leserschaft denken muss, wie in den USA“, so die Modefrau.

Alte Motive der Zwanzigerjahre tauchen als spielerische Reverenz bei jungen Fotografen wieder auf. Da ist das Foto von Solve Sundsbo zu sehen, auf einem weißen Bett liegt ein weiß geschminktes Magermodel mit einem kanariengelben Ballonrock wie eine ausgemusterte Holzgliederpuppe. Es erinnert in der Pose ganz stark an die Fotos von Hans Bellmer (1902-1975). Puppen waren seine lebenslange Obsession, in die er all seine Begierden, Träume und Sehnsüchte projizieren konnte. Er arrangierte sie in allen erdenklichen Szenerien, fotografierte sie in der Küche, im Wald, im Atelier und war dabei möglichst mit ihnen alleine. Tim Walker fragmentiert den Körper, Arme tanzen auf einem seiner Bilder – unübersehbar eine Anspielung an die Collagen der Dadaisten. Modemagazine sind eben wenig realistisch und, wenn sie gut sind, bieten sie eine Fluchtmöglichkeit ins Reich der Fantasie. Die Qualität eines Modefotografen misst sich also an der guten Mischung von Grandezza, Dekadenz, Wirklichkeit und Raffinesse.

ZEITGEIST DER FASHION-FOTOGRAFIE

Die Fashion-Fotografie spiegelt unseren Zeitgeist, weibliche und damit natürlich männliche Sehnsüchte, Rollenmodelle und gesellschaftliche Trends. In den Zwanzigerjahren war sie eng an den kulissenhaften Innenraum gebunden, der große Schritt war, mit den Models direkt auf die Straße zu gehen, das Bühnenhafte und Artifizielle ist heute dagegen wieder ganz angesagt.

Mit der Digitalisierung zog die absolute Bearbeitung der Motive ein. Neuen Schwung ins weibliche Körperideal brachte in den Dreißigern die Fotografin Toni Frisell. Sie favorisierte den Typ der natürlichen, sportlichen Frau, braun gebrannt, vital. Lebendig in der Bewegung tobt diese mit Badeanzug am Strand herum. Die moderne Frau nimmt sich, was sie mag, steht mitten im Leben – und ist nicht länger eine statische, „gefangene“ Frau in den Studios des Verlages. Tony Frisell ist in jedem Beach-Foto von heute lebendig geblieben. ★



FRANCO RUBARTELLI

1967

RED CARPET



Vera Arrivabene



Delfina Delettrez



Martina Mondadori

Kunst und Kirche

Kunst ist für Swarovski das Gebot der Stunde. Mit seiner Foundation unterstützt der Kristallkonzern die Basilica San Giorgio Maggiore. Im Rahmen der 55. Biennale von Venedig präsentierte er dort John Pawsons „Perspectives“. Für die Installation wurde übrigens die größte von Swarovski jemals angefertigte Linse verwendet.



Ivan Olita

Biennale

55.



Nadja Swarovski und John Pawson



Jeanette und Christian zu Fürstenberg



Francesco, Angela und Margherita Missoni



Bianca Arrivabene und Marta Brivio Sforza

Fotos: Swarovski

ENTDECKEN SIE SICH NEU



RENDEZ-VOUS NIGHT & DAY
Kaliber Jaeger-LeCoultre 967A

Die Rendez-Vous Night & Day ist eine perfekte Verbindung von stilvoller Eleganz mit traditioneller Uhrmacherkunst. Sie begleitet ihre Trägerin durch die verschiedenen Phasen ihres Lebens, in denen sich jede Frau fortwährend wandelt und sich dabei immer wieder neu entdeckt. Dieser Zeitmesser ist das Ergebnis der unerschöpflichen Kreativität der Manufaktur Jaeger-LeCoultre, deren Savoir-faire seit ihrer Gründung im Jahr 1833 kontinuierlich weiterentwickelt wird.

**JAEGER-LECOULTRE**

SIE VERDIENEN EINE RICHTIGE UHR

ladies.jaeger-lecoultre.com



PATEK PHILIPPE
GENEVE

Beginnen Sie eine
eigene Tradition.

Eine Patek Philippe gehört einem nie ganz allein.
Man erfreut sich ein Leben lang an ihr, aber eigentlich
bewahrt man sie schon für die nächste Generation.



KOPPENWALLNER
SALZBURG

Alter Markt 7 · Universitätsplatz 4 · 5020 Salzburg
Tel: +43 662 842617



Jahreskalender Chronograph Ref. 5960R