

April 2017 No 1

splendid

manager magazin

**Abenteuerlich –
die neue
Frühjahrsmode**





PATEK PHILIPPE
GENEVE

Beginnen Sie eine
eigene Tradition.

Eine Patek Philippe gehört einem
nie ganz allein.

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



Jahreskalender Chronograph Ref. 5960/1A

BUCHERER
1888

UHREN SCHMUCK JUWELEN

Berlin Frankfurt München | bucherer.com



10



30



8

26



6

32

Mode & mehr

Made in Germany Die Gitarren von Duesenberg aus Hannover bringen Stars zum Rocken	6
Lebensgefährte Statt Riva – Motorboote aus Dresden	8
Stilblüte Endlich wieder Bein zeigen mit Bermudas	9
Porträt Ron Arad hat beim Design weltweit den Hut auf	10
Mode Einmal um die Welt: aktuelle Mode auf Safari	16
Schmuck Henry und James Deakin fertigen in siebter Generation affenscharfe Manschettenknöpfe	26
Trend Nichts geht ohne die Sonnenbrillen der Saison	30
Tech-Stil Von Kugelkameras, Klangwundern und Kladden	32
Ausgeben Olivier Audemars sucht in seiner Freizeit nach Antworten und Abenteuern	34



16

Fotos: Getty Images (1), Timmo Schreiber (1), www.broska.eu (1)
 Mode Titel: Er: Trenchcoat von Herno, 760 Euro; Hemd von Marc O'Polo, 90 Euro; Chino von Eduard Dressler, 149 Euro; Regenschirm mit Totenkopfknauf von Pasotti, über Apropos Men, 169 Euro; Hut ist vintage. Sie: Gemustertes Langarmshirt, 510 Euro, Culotte, 830 Euro, Mantel mit Blumenmuster, 1350 Euro, alles von Christian Wijnants; Ohrringe aus Gold mit Diamanten von Wempe, 4775 Euro.
 Mode diese Seite: Sie: Oberteil aus senfgelbem Lederfaserstoff, 2650 Euro, passender Rock, 3500 Euro, rote Lacklederpumps, 760 Euro, alles Bottega Veneta; Armbanduhr aus vergoldetem Edelstahl mit versilbertem Zifferblatt und Automatikwerk, 2065 Euro, von Wempe; Hut ist vintage.
 Er: Mantel aus Baumwolle und Leinen, 1130 Euro, weißes T-Shirt, 420 Euro, helle Hose aus Baumwolle und Leinen, 365 Euro, Sandalen aus Leder, 530 Euro, alles von Dries Van Noten; Safariweste aus Baumwolle mit diversen Taschen von Woolrich, 190 Euro; Dokortasche aus Leder von The Bridge, 1275 Euro; Hut ist vintage

IMPRESSUM Verlag manager magazin Verlagsgesellschaft mbH, Ericus-
 spitze 1, 20457 Hamburg **Verantwortlich für Anzeigen** André Pätzold
Anzeigenobjektleitung Arne Stiller **Redaktion** brookmedia Management
 GmbH, Hammerbrookstraße 93, 20097 Hamburg **Mode & Lifestyle** Bianca
 Lang-Bognár (Ltg.) **Gestaltung** Bettina Janietz **Mitarbeiter dieser**
Ausgabe Christian Baulig (V.i.S.d.P.), Alessa Kapp, Thomas Künzel (Lektorat),
 Vanessa Oelker, Anja Rützel, Sven Stillich, Jeroen van Rooijen **Fotograf**
dieser Ausgabe Timmo Schreiber **Bildbearbeitung** PIXACTLY media
 GmbH, Hamburg **Druck** appl druck GmbH, Wemding



#EXPERIENCEMORESCHI

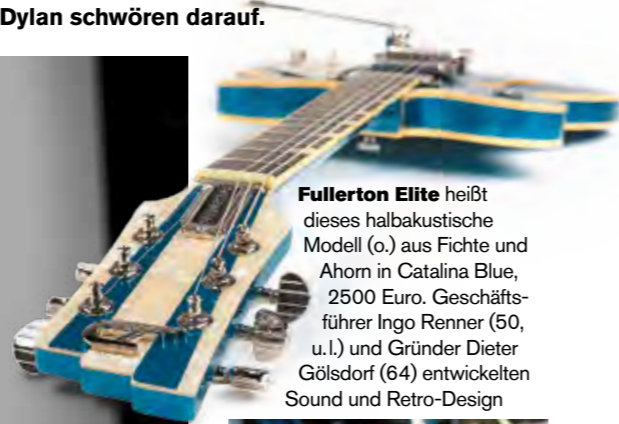
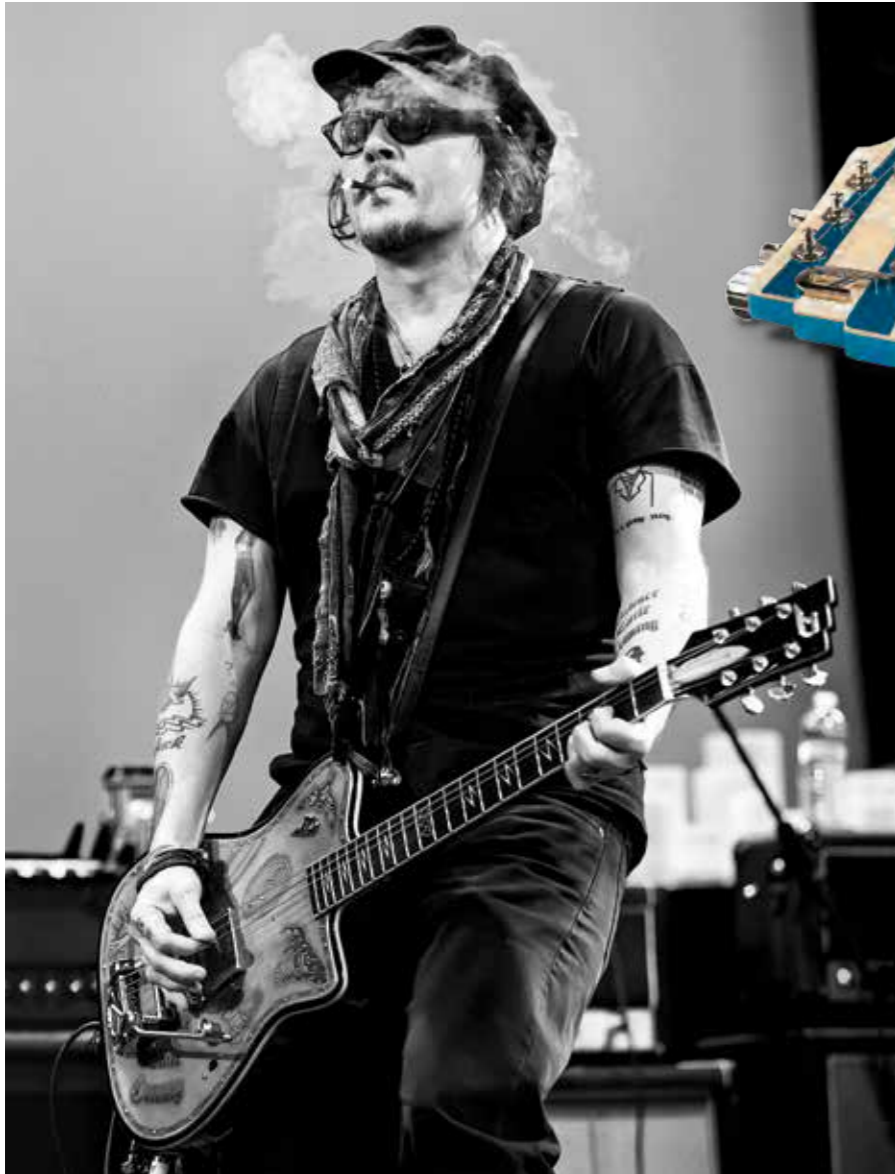


SHOP ONLINE MORESCHI.IT

Ganz andere Saiten

Text: Vanessa Oelker, Foto: Martin Huch

Von Hannover auf die Weltbühne: Die kleine Gitarrenmanufaktur Duesenberg rockt die Musikszene – mit eigenem Design, solidem Handwerk und präzisiertem Sound. Megastars von Johnny Depp bis Bob Dylan schwören darauf.



Fullerton Elite heißt dieses halbakustische Modell (o.) aus Fichte und Ahorn in Catalina Blue, 2500 Euro. Geschäftsführer Ingo Renner (50, u.l.) und Gründer Dieter Gölsdorf (64) entwickelten Sound und Retro-Design



Johnny Depp mit seiner Signature Alliance Series während der Duesenberg-Party auf der Musikmesse Namm in Kalifornien (l.) 2016. Timothy B. Schmit (u.l.) und Glenn Frey mit Eagles-Signature-E-Gitarre und -Bass bei einem Konzert in Las Vegas 2012



Als Ron Wood 2003 ein personalisiertes Modell bestellte, wusste Ingo Renner, dass sie es geschafft hatten: Mehr als die Rolling Stones als Kunden geht nicht für die eigene Legendenbildung. Fürs Geschäft war es jedoch wichtiger, eine Gitarre für Mike Campbell zu bauen, erzählt Duesenberg-Chef Ingo Renner, denn der Gitarrist von Tom Petty & The Heartbreakers ist zugleich Songschreiber und Produzent. Durch seine Empfehlung kam zum Beispiel Bob Dylan zu den Hannoveraner Gitarren im Art-déco-Look. Entworfen werden die Instrumente von Firmengründer Dieter Gölsdorf, der bereits in den 70er Jahren mit Gitarrenteilen handelte und seit den 80ern eigene Modelle baut. 2001 holte er Renner ins Unternehmen. Heute beschäftigt Duesenberg 32 Mitarbeiter und produziert rund 3500 Gitarren jährlich. „Von der Idee über das Design und die Soundgestaltung bis zum fertigen Produkt liegt alles in unserer Hand“, sagt Renner. „Wir sind lieber Kult als Marke.“ **Info:** www.duesenberg.de



Salvatore Ferragamo

See-Stärke: Die Boote der Schaaf Jachtwerft in Dresden schneiden wie Messer durch die Wellen



Bis vor zehn Jahren hielt Jörg Schaaf von Motorbooten wenig: „Zu laut, und bei Wellengang teilen sie nur Schläge aus“, sagt der 46-Jährige. Segeln und Kitesurfen – das war für den Dresdner der bevorzugte Wassersport. Wind und Wellen hatten den Kaufmann nach Brasilien verschlagen, wo er Surfunterricht gab. Zum Spaß skizzierte Schaaf am Strand mal ein Motorboot, mit dem er sich arrangieren könnte: klare Linien und ein Rumpf mit betontem V-Querschnitt, der die Wellen sanft durchschneiden sollte statt grob drüberzubrettern.

Ein Bekannter auf Urlaub sah den Entwurf – und meldete sich ein Jahr später bei Schaaf. Der Teilzeit-Aussteiger war wieder zurück in der Heimat und im Job als Makler tätig. Ob er, Schaaf, sich vorstellen könnte, das hingekritzelte Boot gemeinsam mit ihm zur Serienreife zu bringen. Er konnte. Schaaf schließt das Tor zur Werkstatt auf der traditionsreichen Schiffswerft Laubegast auf. Draußen werden drei Schaufelraddampfer der Sächsischen Dampfschiffahrtsgesellschaft hergerichtet. Drinnen schimmert metallisch der knapp zehn Meter lange Aluminiumrumpf einer Tender 31. Es ist das achte Exemplar der Baureihe. Der Käufer: ein Australier.

Sieben Monate dauerte es, um aus den Skizzen ein fahrfertiges Schiff zu machen. 2011 stand es auf der boot Düsseldorf zum Preis von 180 000 Euro. Netto, ohne Extras.

Schaafs Kunden wollen Tagesausflüge unternehmen, suchen eine Alternative zu Klassikern wie der Riva. „Das ist ein Boot zum Spielen“, sagt Schaaf. Einmal lieferte er sich auf dem Gardasee ein Rennen. „Der andere ist mir davon-gefahren – bis wir auf der Seemitte in kabbeliges Wasser kamen. Sein Boot kam ins Stampfen, wir pflügten einfach durch.“

Jeder Kunde hat andere Wünsche. In einer Lagerhalle steht ein bronzefarbenes Exemplar, daneben ein glänzend schwarzes Modell, elegant wie ein Steinway-Flügel. Schaaf

fertigt auch Hausboote mit Whirlpool und Fußbodenheizung, demnächst zudem Kunststoffboote und eine 20-Meter-Jacht mit Hybridantrieb. Und das Surfen und Segeln? „Keine Zeit mehr“, sagt Schaaf und seufzt. Sein Segelboot hat er längst verkauft.

Christian Baulig

Info: www.schaaf-boats.com



Wellenreiter: Jörg Schaaf, 46, betreibt auf der Schiffswerft Laubegast seine Motorboot-Manufaktur. Neben Modellen wie der Tender 31 (o.) oder der Cross Over (u. r. in der limitierten Edition d'Or, 299 000 Euro) baut er auch Hausboote – und arbeitet an einer 20-Meter-Jacht mit Hybridantrieb

Manche Trends kommen immer wieder. Jeroen van Rooijen erklärt, warum. Diesmal: die kurze Hose

Der britische Tennisspieler Henry „Bunny“ Austin war es, der einen neuen Standard setzte, als er 1932 erstmals in Shorts zum Wimbledon-Finale aufschlug. Bis dahin wurde in langen Hosen gespielt, Shorts galten als proletarisch und dem Sport der Upper Class nicht würdig. Beim eher elitären Golfsport sind bis heute lange Hosen im Turnier üblich, nur beim Training darf kurz getragen werden. Shorts haben, abgesehen von den engen Kniebundhosen (Culottes) der französischen Aristokraten vor der Revolution, einen englischen Stammbaum. Die Wurzeln gehen zurück bis zum Ersten Weltkrieg. Damals schnitten die auf den Bermudas stationierten britischen Soldaten wegen der tropischen Hitze einfach ihre Hosen ab. Fortan trug das Kleidungsstück den Inselnamen.

Im zivilen Leben waren kurze Hosen bis in die 50er Jahre nur etwas für Knaben – als Teil der Schuluniform. Erst mit der Geschlechtsreife bekam ein Junge das erste lange Beinkleid. Wer dann trotzdem noch Shorts tragen wollte, musste sich bei den Pfadfindern einreihen. Deren Gründer, Robert Baden-Powell, hatte fürs Königreich während der Kolonialzeit in Indien und Südafrika gedient und blieb den kurzen Hosen auch während seiner zweiten Karriere treu – als oberster „Boy Scout“.

Seit Jahren strebt die Männermode nach mehr Lässigkeit. Der Trend zum Casual hat Turnschuhe, Sportkleidung und kurze Hosen zur Freizeitgarderobe für jedermann gemacht. Shorts gelten für viele Herren als das Nonplusultra des Wohlfühlens. Manuel Andrack, der ehemalige Sidekick von Harald Schmidt in der nach ihm benannten TV-Show, schwärmte mal:

„Sie vermitteln eine Aura der Leichtigkeit, ein Über-den-Dingen-Schweben, einen Hauch von Abenteuer.“ Andrack schämte sich selbst für die schlimmste Spielart der Shorts nicht, die Wanderhose mit abtrennbaren Beinteilen.

Mit dieser Modesünde haben die eleganten Shorts von heute nichts mehr gemein.

Sie dürfen in Großstädten getragen werden und sogar auf den Laufstegen. Hugo Boss, Michael Kors und selbst italienische Traditionsschneider wie Pal Zileri oder Canali propagieren Shorts für diesen Sommer. Stilbewusste Männer tragen die modernen, knapp geschnittenen Hosen mit Bügelfalte – gerne auch als Anzugvariante mit Krawatte. Dazu kombinieren sie expressive Socken und Schnürschuhe.

Doch Vorsicht: Solche zeitgeistigen Bermudas sind die Königsklasse des Stilkönnens. Sie sind beinahe geschnitten, die ideale Länge endet nicht zu knapp über dem Knie. Auch oben herum verlangen diese kurzen Hosen nach Sorgfalt: Ein Hemd ist besser als ein T-Shirt, ein Jackett besser als ein Pullover.

Ach ja, und schöne, gerade Beine sind natürlich ebenfalls Pflicht. Das heißt: Die Waden sollten nicht zu dünn und nicht grotesk muskulös sein, die Knie keine Schwabbspuren aufweisen. Und für die Behaarung gilt: nicht winterwollig, aber auch nicht rasiert. Optische Unzulänglichkeiten lassen sich mit Leggings unter den Shorts kaschieren. Dieser Look, erfunden von Fahrradkurieren, macht gerade in Tokio und New York die Runde und wurde in Armanis Sommerkollektion propagiert. Mal sehen, ob sie sich durchsetzen, so wie damals bei Tennisprofi Austin.



Jeroen van Rooijen (46) schreibt seit 25 Jahren über Mode – meistens für die „Neue Zürcher Zeitung“. Mit Shorts tut er sich seit Kindertagen schwer, weil er ein „Sitzriese“ ist, das heißt: langer Oberkörper, kurze Beine. Da sind kurze Hosen immer eine mittlere Enttäuschung.



Hotpants: Leinen-Seiden-Bermuda von Canali, 470 Euro; gemustertes Modell mit Gummizug von Emporio Armani, 350 Euro; blauweiße Stretch-Slim-Shorts von Michael Kors, 95 Euro, mit passendem Blazer, 295 Euro (v.o.); Bundfaltenmodell von Eduard Dressler, 149 Euro (l.)





Ron Arad. Er ist chaotisch, rastlos und einer der erfolgreichsten Designer und Architekten unserer Zeit. Bei der Arbeit spielt er Pingpong – auch die Begegnung mit dem 65-Jährigen ist ein Schlagabtausch.

Nicht von dieser Welt

Text: Anja Rützel

Ein Skateboard wäre jetzt perfekt. Ein Rollbrett, auf dem man – hoch die schmale Hühnerleiter, hinein in das Yves-Klein-blau gestrichene Backsteinhäuschen – mit einem Satz in die fantastisch gewundene Welt von Ron Arad springen könnte. Betritt man sein in einem Hinterhof verstecktes Studio im Londoner Stadtteil Camden Town, fühlt man sich wie auf einer Skateboard-Rampe: Der gebogene Parkettboden im Eingangsbereich erinnert an eine Halfpipe, an deren Ende man auch ohne Brett einen Hopsper auf die nächste Büroebene machen muss, weil sie wie eine hölzerne Klippe plötzlich aufhört. Wohin zuerst schauen? Die wandfüllenden Regale sind vollgestopft mit Büchern und Dingen, die sich nicht sofort eindeutig bestimmen lassen: etwas Goldenes mit Dellen, eine Art silberner Alienkopf, ein Irgendwas, das aussieht wie eine zusammengeknäulte grüne Natter. Und dann natürlich dieser schwarze Hut, ein bisschen Bowler, ein bisschen Turnierreiterhelm und eine entschiedene Portion Piratenfilz, der wie fast immer auf dem Kopf von Ron Arad sitzt. „Progressive Playground“ nennt der 65-Jährige sein Studio. „Es ist unordentlich und nicht sehr organisiert, so wie ich“, sagt er. Ein angedeutetes Schmunzelhasenlächeln. „Aber glücklicherweise bin ich hier von sehr aufgeräumten Menschen umgeben, also funktioniert alles.“

Das erste Vertraute, das die Augen erkennen, sind die Stühle. Wie in einer Polonaise sind sie aufgereiht auf einem schmalen Laufsteg, der sich über der Regalwand schlängelt. Gäbe es zum klassischen Autoquartett (Höchstgeschwindigkeit? PS? Hub-

raum?) eine Designervariante, wäre die Frage „Wie viele ikonische Sitzgelegenheiten hat Arad geschaffen?“ eine der prestigeträchtigsten Kategorien. „Das hier ist tatsächlich der erste ‚Rover Chair‘“, sagt Arad und zeigt auf seine große Designpremiere, die er 1981 aus einem Rover-2000-Sitz vom Schrottplatz und einigen Stahlröhren vom Gerüstbau zusammenschweißte. Sechs der frühesten Exemplare kaufte Jean Paul Gaultier von der Werkbank weg. Daneben steht der „Well Tempered Chair“, den Arad 1986 für Vitra aus vier Bahnen gebogenen Stahls faltete. Das sieht genauso unbequem aus, wie es klingt, ist beim Probesitzen dank des leicht wabbeligen Sprungfedereffekts aber überraschend gemütlich. Ebenso der „Looming Lloyd“, ein geflochtener Stuhl mit zwei klumpigen Wippkufen aus Stahl, die man an jede vierbeinige Sitzgelegenheit montieren könnte, um ihr neuen Schwung zu verleihen. Er sieht schwieriger aus, als er sich anfühlt – eine Qualität, die Designhäuser wie Cassina, Cappellini, Kartell und vor allem Moroso auf Arad aufmerksam machte. Für sie baute er massentaugliche Variationen seiner Entwürfe. Besitzbare Kunst. Arads Arbeit werde imitiert, vergöttert und kritisiert, sagt der Direktor des MoMa Museums in New York, Glenn Lowry. „Seine Werke sind Pionierarbeiten in



Ohne Ecken und Kanten: Ron Arad mit seinen Brillen aus dem 3-D-Drucker für PQ und dem berühmten Regal „Bookworm“ für Kartell

„Als wir das Angebot bekamen, wusste ich: Das müssen wir machen. Wie könnte man einen Skandal ablehnen?“

einem neuen Land, das man nur mit Fleiß, Mut, Kreativität und einer ordentlichen Portion Arroganz erobern kann.“

Sein berühmtestes Werk: das Regal „Bookworm“ für Kartell, das sich zuerst in den

90er Jahren als möbelgewordene

Denker-Insignie an den Wänden der Kreativen schlängelte. Bücher ließen sich darauf aufreihen

wie die Waggons hinter einer Dampflok, die durchs Gebirge schnauft. Ein Un-Regal, das Assoziationen hervorkitzelt: So gewunden sind die Pfade, auf denen manche Bücher ins Gehirn kriechen. Der Bookworm ist eine urtypische Arbeit von Arad. Er liebt es, mit seinen Entwürfen nie infrage gestellte Konventionen anzubohren. Und darin kleine Botschaften zu verstecken.

Seine Möbel waren freilich nur der Anfang für eine Produkt- und Objektflut quer durch die Disziplinen: Arad designte Lampen, ein Opernhaus, die Rezeption für den Stammsitz von Dolce & Gabbana in Mailand, Showrooms für Maserati, Vasen, einen Teepavillon in Form eines Gürteltiers. Und zur Abwechslung einen 16 Meter hohen Stahlkegel für den Hof der Londoner Royal Academy, der sich mit fünf Motoren in versteckten Gelenken wie ein Tentakelarm zu den Passanten herunterbeugen und sie mittels einer Kamera betrachten kann. Oder eine Kollektion für die italienischen Brillendesigner PQ. So leichtgewichtig sind die Gestelle, dass man sie

kaum auf der Nase spürt, 3-D-gedruckt, ganz ohne Scharniere oder Stifte, biegsam wie dünne Weidenzweige, geformt wie eine ununterbrochene Linie. Und in Farben wie Kardinalrot oder Kobaltblau, so wie die Fassade des Studios.

Arad schaltet einen Wandmonitor ein. Als Startbild erscheint das Netflix-Menü – und darin als Erstes die jüngste Verfilmung von „Alice im Wunderland“. Das passt zu Arads Studio, das von innen viel größer wirkt als von außen – ein Kaninchenloch mit versteckten Treppen, die zu überraschenden Kabinetten führen. Dort steht dann etwa eine schwingende Bank aus Zedernholz, geformt wie ein knorziger Baumstamm. Ihr würziger Duft füllt den Raum: „Useful, Beautiful, Love“ heißt das Stück, eines seiner jüngeren Werke. Arad huscht durch die Räume wie ein verrückter Hutmacher, seine charakteristische Kopfbedeckung immer auf dem Haupt. Er hat sie natürlich selbst entworfen – für Alessi. 1000 Exemplare verkauften die Italiener zur Eröffnung ihres Showrooms in London. Arad kokettiert damit, seine Autos danach auszusuchen, ob der Fahrerraum genug Platz bietet, damit er am Steuer voluminöse Hüte tragen kann. Seine aktuellen, kastigen Gefährte, ein Nissan S-Cargo und ein japanischer Will Vi, belegen diese Behauptung jedenfalls überzeugend.

Arad wuchs in Tel Aviv als Sohn eines Bildhauers und Fotografen sowie einer Malerin auf. 1973 ging er nach London, um Architektur zu studieren – unter anderem zusammen mit Zaha Hadid. Nach seinem Abschluss heuerte er in einem Architekturstudio an, langweilte sich aber schnell. Eines Tages ging er in die Mittagspause und kam nie mehr zurück. Heute sitzt seine Architektur-Unit eine schmale Treppe abwärts von den Designleuten. Das aktuelle Großprojekt: ToHA, ein Komplex mit einem 63-stöckigen Büroturm, der gerade im Zentrum von Tel Aviv entsteht und der bald das höchste Gebäude Israels überragen soll, den 244 Meter hohen City Gate Tower. Alle Entwürfe dafür, vom kleinsten Lobby-Detail bis zu den riesigen Lichtschächten, basieren auf einer Skizze von Arad selbst. „Ich habe mir einmal geschworen, nie mehr als 20 Menschen einzustellen“, sagt er, „sonst wird aus diesem Studio ein Business. Bei manchen Kollegen läuft das so. Sie kommen dann zur Eröffnung ihrer Projekte und sehen die Sachen dort zum ersten Mal. Das will ich nicht.“

Also skizziert er alles zuerst auf dem Tablet und schickt den Entwurf dann an seine Mitarbeiter, die ihn in eine technische Zeichnung übertra-



Runde Sachen: Arads „Next Whiskey Bar“ aus 2500 beleuchteten Whiskeyflaschen im Watergate Hotel in Washington (l.); Kronleuchter „Lolita“ aus LEDs und Kristallen für Swarovski, auf dem SMS-Nachrichten aufleuchten (u.)
Foto: Getty Images



gen. Diese übermalt er mit neuen Ideen. Ein kreatives Pingpong. Die Tischtennisplatte im Hof des Studios ist mehr als nur ein Show-off-Piece, Pingpong ist Arads liebstes Hobby. Regelmäßig tritt er gegen seine Mitarbeiter an. Allerdings ist seine Platte – alles andere würde einen auch überraschen – gebogen, sie wölbt sich nach oben wie der Belag eines nicht mehr ganz frischen Käsebrötchens. „Sie hat einen kleinen Bauch“, sagt Arad, „dadurch wird das Spiel langsamer. Wer einmal darauf gespielt hat, will keine andere Platte mehr.“

Auf einem Schreibtisch bei den Architekten drängeln sich Whiskeyflaschen zwischen den Papieren. Überreste einer Geburtstagsfeier? Nein, nur eine Testreihe für die Renovierung des berühmten Watergate Hotels in Washington, das im Sommer 2016 nach langem Verfall wiedereröffnet wurde. Hier spionierten während der Präsidentschaftswahl 1972 Richard Nixons Schergen die Büros der Demokraten aus und verursachten so den wohl berühmtesten Politskandal der Neuzeit. „Als wir das An-

gebot bekamen, die Renovierung zu übernehmen, wusste ich: Das müssen wir machen“, sagt Ron Arad. „Wie könnte man einen Skandal ablehnen?“

125 Millionen Dollar kostete die Aufpolierung des heruntergewirtschafteten Hotels. Nur eine Spielerei erinnert an den historischen Vorfall: die hoteleigenen Bleistifte, auf denen in goldenen Lettern „I stole this from the Watergate Hotel“ steht. Eines der Schmuckstücke ist die Bar, für die Arad eine beleuchtete Wand aus 2500 Whiskeyflaschen entwarf. Ihre Konstruktion heckte er mit seinen Leuten anhand eben jener Altglassammlung auf dem Architektenschreibtisch aus: Die Flaschen wurden mit metallenen Etiketten im Flaschenkörper versehen, um das Licht auf eine bestimmte Weise zu reflektieren. Benannt hat Arad die „Next Whiskey Bar“ nach einem Lied von Bertolt Brecht, dessen Zeilen auf dem Teppich zu lesen sind: „Show me the way to the next whiskey bar.“

Bei jeder Zusammenarbeit mit großen Unternehmen stelle er sich die eine entscheidende Frage, sagt Arad: „Interessiert mich das wirklich?“ Manchmal fällt seine Interpretation der Marke dann auch etwas brachialer aus, beispielsweise bei seiner Ausstellung „Pressed Flowers“, für die er sechs alte Fiat 500 in der Metallpresse einer Werft in Groningen zu zwölf Zentimeter dicken Flundern quetschen ließ. Fiat war davon so begeistert, dass das Unternehmen die Exponate zu einer Schau ins Turiner Stammhaus

holte – wo sie einst vom Band liefen.

Arad erledigt aber auch klassische, eher zahme Auftragsarbeiten: ein Besteck für WMF, einen Parfümflakon für Kenzo, einen Champagnerkübel für Ruinart. Der typische Arad-Twist zeigt sich eher in Produkten wie der Lampe „PizzaKobra“, die er für iGuzzini Illuminazione designte: Sie besteht aus einem chromglänzenden Schlauch, der im Ruhezustand flach und kringelig



Perfekter Sitz: „Looming Lloyd“-Schaukelstuhl von 1992 (ganz oben); „Well Tempered Chair“ für Vitra (o.); „Rover Chair“ von 1981 (r.); Sofa „Glider“ für Moroso (Seite rechts)



Design

wie ein Teigfladen daliegt – für den Gebrauch lässt sie sich wie eine kampfbereite Kobra aufrichten und in alle Richtungen schwenken. Ihr glühendes, rotes Auge dient als Schalter.

Manch Kommerzielles entsteht auch als Nebenprodukt aus einem Kunstschwarzweizen, wie etwa die Baby-Boop-Schalen und -Vasen für Alessi, die Arad aus einem superelastischen Aluminium formte, das bis über den Punkt hinaus biegsam ist, an dem das Material normalerweise brechen würde.

Ron Arad ist ein Spieler, nicht nur an der Pingpong-Platte. Das Gespräch ist für ihn ein Match, bei dem er sein Gegenüber ständig testet und kleine Volten schlägt. Womit er sich in der Freizeit gern beschäftigt? Er liebt das Brettspiel „Snatch“, sagt er. „Das ist wie Scrabble auf Steroiden.“ Klingt glaubwürdig. Leider fügt er im nächsten Satz hinzu: „Und ich knüpfe gerne Makramee. Und züchte Zwerggiraffen.“ Zutrauen würde man es ihm.

Das Spiel mit Ernst und Witz, die freundliche, aber entschiedene Weigerung, sich taxieren und definieren zu lassen, das passt zu seiner Arbeit. „No Discipline“ hieß 2009 seine große Retrospektive am Pariser Centre Pompidou und dem MoMa in New York. „Arad was not made for this world“, schrieb der Schriftsteller Jonathan Safran Foer über seinen Freund und meint damit eine Welt, in der man sich entscheiden muss, was man sein will: Architekt? Designer? Künstler?

Ist Ron Arad ein Rebell, weil er nicht daran denkt, sich in einen dieser Pferche führen zu lassen? „Ach, nein“, winkt er ab. „Um ein Rebell zu sein, muss man erst einmal die Grenzen anerkennen – sonst kann man sie nicht zerschlagen. Ich saß



Gefährlich anders: Die Lampe „Pizza Kobra“ für iGuzzini Illuminazione

einmal auf einem Podium zu dem Thema ‚Die Grenzen zwischen den Disziplinen überwinden‘. Als ich nach fünf Minuten das Mikro bekam, sagte ich: ‚Je mehr ihr alle über Grenzen sprecht, umso stärker macht ihr sie. Am besten ignoriert man sie, und wir brechen hier die ganze Konferenz ab.‘ Das war es dann.“

Für Menschen, die diese Uneindeutigkeit nervös macht: Manche Arbeiten lassen sich durchaus gut etikettieren. „Curtain Call“, seine Londoner Installation von 2011, ist zum Beispiel deutlich kunstlastiger als designig: ein Vorhang aus 5600 durchsichtigen Silikonschnüren, jeweils acht Meter lang, die zusammen eine fließende Leinwand für Videos bildeten. Die Zuschauer konnten sie durchqueren und damit in die Handlung eintreten. Ein Teil der Schnüre hängt jetzt als Raumtrenner in Arads Studio.

Im Gespräch kann man kaum mithalten mit seinem Tempo. In schneller Folge projiziert er Videos von seinen Projekten auf die Wand. „Ich bin wie eine Flipperkugel“, sagt er. „Ich stoße auf interessante Dinge, springe von einem zum anderen, lasse mich ablenken, denn wir arbeiten an vielen Dingen gleichzeitig.“ Flipperig ist auch sein Gesprächsstil: Er zeigt ein Video von einem Fahrrad, das anstelle von Rädern zwei Reifen mit Sprungfedern hat. Er hat es für Elton Johns AIDS

„Ich habe Millionen Ideen. Die Frage ist: Welcher davon schenke ich meine Zeit?“



Foundation entworfen. Etwas rumpelig scheint diese Art der Fortbewegung, weswegen es „Two Nuns Bicycle“ heißt, erklärt Arad. Und dann erzählt er den dazugehörigen Witz, dessen Pointe nur auf Englisch funktioniert: Zwei Nonnen seien einmal mit ihren Fahrrädern ins Dorf gefahren, eine der beiden kannte diese Strecke noch nicht. „I’ve never come this way before“, sagte sie, „Oh, it’s the cobbles“, sagte die andere – das macht das Kopfsteinpflaster. Dann springt er zu John Lydon, dem ehemaligen Sänger der Sex Pistols, weil ein Song seiner jetzigen Band Public Image Ltd. als Untermalung des Fahrradvideos dient. „John hat es erlaubt“, sagt Arad. Nächster Sprung zur Tochter: die Singer-Songwriterin Lail Arad, von der er nun das Lied „Everybody’s moving to Berlin“ vorspielt.

Alle Lieder oder Videos spielt er vom Tablet ab, 2002 habe er das iPad erfunden, sagt Arad ernsthaft. Eigentlich sollte er für das Elektronikunternehmen LG nur einen Monitor entwerfen. Er lieferte ihnen ein Video, in dem eine Zeichentrickfigur ein iPad-haftes Gadget benutzt, um E-Mails zu checken oder im Internet zu surfen, komplett mit Touchpad. Einziger Unterschied zum heutigen iPad: „Mein Modell war wasserdicht, damit man es mit in die Badewanne nehmen konnte.“ Ist er verbittert, dass LG damals das Potenzial seiner Idee nicht erkannte? „Nein, ich bin dankbar dafür. Mein Leben wäre ganz anders verlaufen. Vielleicht müsste ich heute in Los Angeles leben.“

Technische Innovationen begeistern ihn, bereits im Jahr 2000 ließ er Schmuckstücke von einem 3-D-Drucker herstellen. Für Swarovski baute Arad 2004

Kunst auf Rädern: Von Arad geplättete Fiats in der Ausstellung „Pressed Flowers“ (u.l.); das Fahrrad „Two Nuns Bicycle“ (u.) und Arad im Hof seines Londoner Studios beim Pingpong (o.)

den Kronleuchter „Lolita“ aus 2100 Kristallen, 1050 LEDs und 30 Mikroprozessoren. Kristalle und LEDs ordnen sich zu einem Band, geschwungen wie eine Korkenzieherlocke, auf die sich SMS-Nachrichten projizieren lassen, die man an „Lolitas“ Handynummer schickt.

Als er bei einer Bahnfahrt in Neapel einmal einen Mann beobachtete, wie er mit dem Stein in

seinem Ring das Fenster zerkratzte, entwarf er „Last Train“: einen Abguss seiner Faust, der in einem Glaskasten vor einem schwarzen Vorhang schwebt. Sie trägt einen Diamantring, der alles, was man auf ein damit verbundenes Tablet malt, in Echtzeit in eine Glasplatte ritzt – eine Kommissionsarbeit des Diamantenhändlers Beny Steinmetz. Ai Weiwei veranschaulichte die Erfindung: Der chinesische Künstler und Dissident malte in Peking eine Botschaft auf sein iPad, die Arad-Faust in London schrieb „Fuck your Motherland“ auf eine Scheibe.

Man traut sich kaum, Ron Arad nach seiner Inspiration zu fragen, bei seiner Ideenprasserei scheint diese Frage banal. „Meine Inspiration? Alles, was vor zwei Minuten passiert ist“, sagt er. Er sei unsystematisch. Und sehr faul, das helfe. „Langeweile ist die Mutter der Kreativität. Und natürlich die Eifersucht. Wenn ich in eine Ausstellung gehe und nichts sehe, was mich neidisch werden lässt, ist es keine gute Schau.“ Immer genügend Einfälle zu haben sei nicht sein Problem: „Ich habe Millionen Ideen. Die Frage ist: Welcher davon schenke ich meine Zeit? Welche kann zu einem Ding heranreifen, auf das ich selbst – wäre es von einem anderen – eifersüchtig wäre? Das ist ein Test, den ich jedem nur empfehlen kann.“



Golden Globe

Extrem heiß und verdammt cool: eine Mode-Safari von der Wüste bis ins ewige Eis entlang dem achten Längengrad Ost. Fotos: Timmo Schreiber, Styling: Seifried & Turner, Location: Klimahaus Bremerhaven



Wirbel in der Sahelzone (Niger, 15° 31' nördlicher Breite).

Sie: Kleid aus Seiden-Viskose-Gemisch von Jil Sander, 1050 Euro; Schnürballerinas aus Leder mit Leopardendruck von Floris van Bommel, 200 Euro; kleine mangofarbene Satteltasche „Melissa“ aus Kalbsleder, 500 Euro, kleine „Federica Bag Savana“, 1070 Euro, und „Soft Meliné Bag“, 1100 Euro (beide in der linken Hand), mittelgroße „Candice“ Beuteltasche, 950 Euro, alle von Serapian; Kette „Bykim“ aus Gold, 9975 Euro, Creolen mit Diamanten „Bykim“, 7775 Euro, beides von Wempe.
Er: Jackett aus Mohair- und Schurwolle mit kurzen Ärmeln, 1450 Euro, passende Anzughose, 690 Euro, beides von Salvatore Ferragamo; hellblaues Hemd von Olymp, 60 Euro; Ledergürtel von Floris van Bommel, 90 Euro; braune Sandalen aus Pferdeleder von Ludwig Reiter, 459 Euro; Tasche aus Segeltuch und Leder von Birkenstock, 170 Euro; Uhr „Connected“ von Tag Heuer mit Titangehäuse und schwarzem Kautschukarmband, 1400 Euro; Sonnenbrille von Gucci, 260 Euro; Halstuch ist vintage

Eis-Skulpturen in der Antarktis (Königin-Maud-Land, 75° 30' südlicher Breite).

Er: Mantel aus Nylon in Olivgrün, 950 Euro, passendes Tanktop, 270 Euro, passende Hose, 420 Euro, Sandalen aus Gummi, 250 Euro, alles von Prada; Rucksack aus Leder in Naturweiß von Salvatore Ferragamo, 3500 Euro; Rollkoffer „Bossa Nova“ aus Polycarbonat von Rimowa, 839 Euro; Sonnenbrille im Pilotenstil von Hackett, 245 Euro.
 Sie: Mantel, 1700 Euro, mit passender Weste, 515 Euro, Shorts, 125 Euro, Top, 285 Euro, High Heels aus Leder, 585 Euro, alles von Max Mara; Sonnenbrille von Bottega Veneta, 380 Euro; Ohrringe sind vintage



Korallen-Kunst:

Feinstrickpullover aus Baumwolle und Polyamid von Marc O'Polo, 129 Euro; dunkelblaue Baumwoll-Shorts von Hackett, 110 Euro; Hosenträger von Herr von Eden, 69 Euro; marineblaue Kniestrümpfe von Item m6, 40 Euro; Kalbsleder-Loafer von Zegna, 695 Euro; Tuch ist vintage



Formationen in der Steinwüste (Niger, 15° 31' nördlicher Breite).

Er: kariertes Wollanzug von Tommy Hilfiger, 479 Euro; Hemd mit Stretchanteil von Digel, 59,95 Euro; braune Umhängetasche aus Leder von The Bridge, 250 Euro; Rucksack aus Leder mit Nieten, 3500 Euro, moderner Leder-Monk mit olivgrünen Details, 740 Euro, beides von Salvatore Ferragamo; Uhr „Montblanc 1858 Automatic“ mit Edelstahlgehäuse und cognacfarbenem Kalbslederarmband in Antikoptik, 4990 Euro. Sie: Kleid aus Popeline, 2750 Euro, passender übergroßer Gürtel mit Taschen, 1090 Euro, beides von Marni; Schnürstiletto von Floris van Bommel, 200 Euro; Ohrringe sind vintage



Exotische Eleganz:

Kurzes grüngraues Oberteil mit Fransen aus Kalbsleder, 4800 Euro, taillenhohe Hose aus Leinen, 2200 Euro, beides von Hermès; Deckenbezug aus Bettwäsche „Avantgardening“ von Christian Fischbacher als Kopftuch, 249 Euro

Glanz im Dschungel (Kamerun, 5° 16' nördlicher Breite).

Sie: Seidenkleid mit Leopardendruck von Sportmax, 675 Euro; Ohrringe aus rotem Leder von Emporio Armani, 310 Euro; Tasche aus Hirschleder von Serapian, 850 Euro; Tuch aus Kaschmir und Seide mit pinkfarbenem Muster, 850 Euro, dunkelblaues Tuch aus Seide und Kaschmir mit rot-orangen Streifen, 470 Euro, beide Lanificio Colombo.
 Er: Grüner Blazer mit Muster, 720 Euro, Tanktop, 190 Euro, beigefarbene Hose mit asymmetrischem Gürtel, 530 Euro, alles von Emporio Armani; Hosenträger von Herr von Eden, 69 Euro; geflochtene Kalbslederschuhe von Santoni, 680 Euro; Uhr „U1 S E“ von Sinn aus U-Boot-Stahl mit braunem Lederarmband, 1910 Euro; weinrotes Tuch ist vintage



Idylle in der Südsee (Samoa, 14° 01' südlicher Breite).

Polo-Langarmshirt, 1120 Euro, helle Shorts aus Frottee, 440 Euro, Sandalen aus technischer Baumwolle und Kalbsleder mit weißer Sohle, 530 Euro, alles von Hermès; überlanger Ledergürtel von Herr von Eden, 99 Euro; sandfarbenes Fernglas EL32 von Swarovski mit HD-Linsen, Dioptrienausgleich in acht- bis zehnfacher Vergrößerung, ab 1970 Euro





Romantik im Regenwald (Kamerun, 5° 16' nördlicher Breite).

Er: kariertes Anzug aus Wolle von Brioni, 5250 Euro; Feinstrickshirt von Hugo Boss, 160 Euro; Hundeleinen aus Rindsleder von Ayasse, ab 129 Euro; Schuhe von Zegna, 695 Euro.

Sie: Parka aus Cotton Twill, 1498 Euro, passende Shorts, 298 Euro, beides von Talbot Runhof; Top „Camisol“ von Mey mit Spitze, 59,95 Euro; Kapuzenjacke von Colmar Originals in Grün, 219 Euro; Hut vintage; weißer Leder-Pump „Marilyn“ von Moereschi, 365 Euro



Spektakel in der Südsee (Samoa, 14° 01' südlicher Breite).

Besticktes Oberteil, 9750 Euro, Hose mit Digitaldruck und Gürtel, 880 Euro, Sandalen mit Stickereien, 780 Euro, alles von Giorgio Armani; Kette „Large Pendant Montana“, 1295 Euro, „Drop Earrings Montana“, 599 Euro, „Large Bracelet Montana“, 999 Euro, „Ring Montana“, 249 Euro, alles von Atelier Swarovski by Lanvin. ALLE PREISE CIRCA

Produktion: Bianca Lang-Bognár **Assistenz:** Alessa Kapp **Stylingassistentz:** Tomke Baars **Fotoassistentz:** Lena Scherer **Haare & Make-up:** Peggy Kurka mit Produkten von Chanel und Aveda **Models:** Rieke Sproten/Select Inc. Michael Ramm/M4 Services **Wir danken** dem Klimahaus Bremerhaven, Am Längengrad 8, 27568 Bremerhaven, www.klimahaus-bremerhaven.de **Bezugsquellen:** www.apropos-store.com, www.armani.com, www.atelierswarovski.com, www.birkenstock.com, www.bottegaveneta.com, www.brioni.com, www.christianwijnants.com, www.colmar.it, www.digel.de, www.driesvannoten.be, www.eduard-dressler.com, www.ferragamo.com, www.fischbacher.com, www.florisvanbommel.com, www.gucci.com, www.hackett.com, www.hermes.com, www.herno.it, www.herrvoned.com, www.hugoboss.com, www.item-m6.com, www.jilsander.com, www.lanificiocolombo.com, www.ludwig-reiter.com, www.marc-o-polo.com, www.marni.com, www.maxmara.com, www.mey.com, www.montblanc.com, www.moereschi.it, www.olymp.com, www.pasottiombrelli.com, www.prada.com, www.rimowa.com, www.santonishoes.com, www.serapien.com, www.sinn.de, www.sportmax.com, www.studio-ayasse.com, www.swarovskioptik.com, www.tagheuer.com, www.talbotrunhof.com, www.thebridge.it, www.tommy.com, www.wempe.com, www.woolrich.eu, www.zegna.de

Total verknopft

Manschettenknöpfe. Englands ältester Juwelier bringt rotierende Turbinen oder lüsterne Affen an den Ärmel – echt lässig.

Text: Bianca Lang

Wer Henry Deakin zuhört, wird danach nicht so schnell wieder ein herkömmliches Oberhemd anziehen. Schon als Junge trug der Engländer zu seiner Schuluniform Hemden mit Manschetten und passenden Knöpfen. Als er heiratete, stattete er die Kinder der Hochzeitsgesellschaft mit Ralph-Lauren-Oberteilen aus, deren Manschetten er umschneiden ließ für seine eigens angefertigten Dinosaurier-Modelle in Silber.

Manschettenknöpfe gehören für Deakin einfach dazu – egal, zu welcher Gelegenheit. „Mit ihnen sticht man als Mann hervor aus der Masse derer mit Plastikknöpfen“, sagt er. Er verstehe gar nicht, sagt der Geschäftsführer der Silbermanufaktur „Deakin & Francis“, dass Männer diese Kunststoffdinge überhaupt tragen. Billig seien die, lieb- und geschmacklos, eine Garderobe ohne persönliche Note. Er selbst besitzt 188 Paar ordentliche Manschettenknöpfe und kein einziges Hemd, dessen Ärmel sich ohne schließen lassen. „Mein Vater würde mich sonst umbringen“, sagt er und lacht.

In siebter Generation leitet der 35-Jährige mit seinem Bruder James den ältesten familiengeführten Juwelier Englands. Die Francis-Linie starb im Ersten Weltkrieg aus. Seit 1786 stellt „Deakin & Francis“ in Birmingham Silberwaren her, in einem

Backsteingebäude im historischen Quartier der Juweliere. Eine Tresortür dient heute als Eingang. In den Vitrinen des holzgetäfelten Empfangssalons sind Kerzenständer, Teekannen und Toasthalter ausgestellt aus der Produktion der vergangenen 230 Jahre. Und natürlich Manschettenknöpfe. Auf zahlreichen Fotos sind die Fans der Marke zu sehen, vom Boxer George Foreman bis zu Prinz Charles.

Zu Zeiten des Vaters lieferte die Manufaktur hauptsächlich Modelle für Marken wie Dunhill, Patek Philippe, Tiffany, Cartier oder Asprey. Heute vertreibt sie 70 Prozent ihres Sortiments unter eigenem Namen – bei Harrods,



Selfridges, Neiman Marcus oder in Deutschland bei Wempe. Statt dabei zu helfen, andere Marken mitaufzubauen, hätten er und sein Bruder vor ein paar Jahren entschieden, sich selbst zur Marke zu machen, sagt Deakin. „Wir hatten keine Lust mehr, das bestgehütete Geheimnis des Königreichs zu sein.“

In diesem Jahr soll endlich der erste eigene Shop eröffnen im Zentrum Londons. Ein großer Schritt für ein kleines Label mit zuletzt knapp drei Millionen Pfund Umsatz. „Wir sind hier, um zu bleiben“, sagt Deakin kämpferisch.

Deakin & Francis fertigt auch Krawattennadeln, Smokingknöpfe und Siegelringe, aber das Herz der Marke sind Manschettenknöpfe. 28 000 Paar haben sie im vergangenen Jahr verkauft, viele davon sind

graviert oder persönliche Anfertigungen für Adlige, Rockstars und Politgrößen. Das teuerste je in Birmingham hergestellte Paar war mit Diamanten bestückt und kostete eine Million Pfund. Die regulären Preise liegen bei 150 bis 21 500 Pfund. Er nehme sein Produkt „sehr ernst“, sagt Deakin. 35 000 verschiedene Modelle lagern in den Archiven.

Beliebt sind Tiere und Schräges. Der stilvolle Engländer hat's eben gern skurril. Zu den Bestsellern gehört der Totenkopf. Gern schicken Kunden Bilder ihrer Hunde, Pferde, Sportwagen, Boote oder bevorzugten Weinflaschen. Selbst das Bild einer nackten Mätresse war schon dabei (es wurde eine Miniatur auf dem Heck eines Traumaautos verewigt).

Das Wunschmotiv wird bei Deakin & Francis zunächst gezeichnet, danach in Wachs modelliert. Daraus entsteht dann eine Form für das Silber. „Wir sind die einzige Marke, die ihre Manschettenknöpfe wirklich selbst fertigt. Keiner sonst ist noch so verrückt.“ Mehr als jedes zweite Stück entsteht nach wie vor in Birmingham, auf den alten Pressen und Maschinen. Die Arbeiter hier haben ihr Handwerk über Jahrzehnte perfektioniert.

Henry Deakin ist irrsinnig stolz auf sein Produkt. Wie ein großer Junge steht er am Tisch im Salon und kramt die ausgeklügeltsten Erfindungen hervor. Die Eule etwa. Drei Jahre haben sie daran getüftelt, bis sich durch einen Druck an den Brauen

Hingucker: Äffchen, 530 Euro; Eulen-Manschettenknöpfe, bei denen sich die Flügel durch Druck auf die Kopffedern bewegen lassen, 599 Euro; Schädel-Modell, das den Kiefer bewegen kann und dabei seine Diamantaugen verdreht, 540 Euro; Lenkrad, 365 Euro; Pistole mit Gold und Diamanten, die durchgeladen werden kann, 500 Euro; silberner Wikingerhelm mit Biberfell, 1 120 Euro



Schmuck

Handarbeit: In der Werkstatt von Deakin & Francis werden rund 30 ovale Emaill-Knöpfe pro Tag bemalt, im Ofen gebrannt, montiert und von einem der 26 fest angestellten Arbeiter zurechtgefeilt – manche Techniken sind bereits 2000 Jahre alt

die Flügel öffneten: „Dieser Bastard hat uns die schlimmsten Kopfschmerzen bereitet.“ Ähnlich wie das Triebwerk, das aus einem Metall gefertigt ist, das auch im Flugzeugbau verwendet wird, und dessen Turbine sich dreht, wenn man reinpustet. Oder das Äffchen, das mit seinem rechten Arm eine eindeutige sexuelle Handlung an sich ausführt. Bei Harrods darf der „naughty monkey“ nicht verkauft werden. Ein Grund mehr, ihn hier mal ausgiebig vorzuführen.

Es gibt auch unauffälligere Modelle aus Silber und Emaill, solche, wie Deakin sie trägt. „Langweilig“, sagt er, während er sie vorführt. Er hätte auch „klassisch“ sagen können. Aber der Mann ist eben Brite. Und bei aller Seriosität – in seinem grauen Anzug ginge er auch als Filialleiter einer Bank durch –, die Totenkopfbrosche mit Biberfell am Revers muss dann doch sein. Genauso wie das selbstironische Lächeln.

Das zieht sich auch durch das Gesicht seines Bruders. James Deakin ist für das Design verantwortlich. Alle drei Tage entwirft er etwas Neues. „Langsam machen mich die Dinger krank“, lacht der 41-Jährige und zeigt auf seinen Manschettenknopf am Ärmel, in dem sich eine Aspirin-Tablette befindet. James ist ausgebildeter Schmuckdesigner und Gemmologe. Henry hat Edelsteinkunde in Italien studiert. Beide Brüder halfen ihrem Vater schon als Kinder in der Werkstatt. „Für unsere Vorfahren war es harte Arbeit, uns macht sie Spaß“, sagt Henry.

Ihr einziges Problem: geeigneten Nachwuchs zu finden. 2016 gingen drei ihrer Arbeiter in Rente, nach 150 gemeinsamen Jahren. Ein pensionierter Künst-



„Wir sind die einzige Marke, die Manschettenknöpfe noch selbst fertigt. Keiner sonst ist so verrückt.“

ler aus Idar-Oberstein, der für sie detailgetreue Bilder von Jagdszenen zeichnet, ist bereits 80. „Wir haben überall nach einem Nachfolger gesucht und nirgendwo die gleiche Qualität gefunden“, sagt Henry. „Wenn er aufhört, stirbt eine Tradition.“ Und die ist jahrhundertealt: Die Geschichte der Manschettenknöpfe begann 1659, als französische Aristokraten begannen, ihre Ärmel mit Glasknöpfen zu schließen. Bis dahin wurde dies mit Bändern gemacht. Im 19. Jahrhundert kamen Edelsteinmodelle auf den Markt, der Manschettenknopf wurde zum Accessoire, das wohlhabende Männer sogar zum Sport trugen.

Aus der britischen Herrengarderobe sind die Schmuckstücke bis heute nicht wegzudenken. Der Brite ist zwar gern traditionell, mag aber stets auch einen „Twist“, die besondere Note. Und da kommen die verspielten Modelle von Deakin & Francis natürlich gut an. Wann immer die Deakins auf einer Messe ausstellen – ihr Stand ist überlaufen. „Das kann auch am Gin & Tonic-Ausschank liegen“, lacht Henry. Oder am masturbierenden Äffchen. Oder einfach daran, dass Deakins Stücke gemacht sind, „um ein Leben lang zu halten“.

Info: www.deakinandfrancis.co.uk

Unikate: Traktor, 315 Euro; Flugzeugturbine, 270 Euro; Modell aus Gold und Emaill mit Pferdemitiv, 7845 Euro (v.l.)



Nur wer das Offensichtliche nicht akzeptiert,
darf von sich behaupten **Pionier zu sein.**

piquadro.com/mystartup



Piquadro MyStartup
Funding Program
unterstützt
innovative Ideen.

Trend

Cool: Ex-US-Präsident Barack Obama trägt gern

Sonnenschutz ohne Logo, Gattin Michelle bekennt sich zu den in Los Angeles designten, in Japan handgefertigten Brillen von Barton Perreira, etwa dem verspiegelten Modell „Dalziel“, 495 Euro, bartonperreira.com; Audrey Hepburn in „Frühstück bei Tiffany's“ mit Brille von Goldsmith, einer Marke, die mittlerweile von der Urenkelin des Gründers betrieben wird, clairegoldsmith.com; Steve McQueen wurde berühmt mit Modellen von Persol, persol.com

Fotos: Getty Images (2)

Sonnenbrillen. Ob aus Holz oder Marmor, von großen Labels oder kleinen Manufakturen – noch nie war das Angebot so vielfältig.

Augen auf!

Text: Bianca Lang

Mitten im Gesicht sitzt sie, ein Statement, ein Schmuckstück, ein Markenbekenntnis. Sie verdunkelt die Aussicht, schützt vor den Blicken anderer und zieht sie doch auf sich. Die Mode hat das Potenzial und den Sex-Appeal der Sonnenbrille längst erkannt: Stilikonen wie Anna Wintour oder Karl Lagerfeld zeigen sich seit Jahren nicht mehr ohne. Kein namhaftes Label, das nicht auf getönte Brillen mit seinem Logo setzen würde – meist per Lizenz. Das größte Portfolio halten die italienischen Produzenten Luxottica (Chanel, Prada) und Safilo (Dior, Fendi) sowie die französische Kering-Gruppe. Seit das Konglomerat vor zwei Jahren den Lizenzdeal mit Safilo gegen 90 Millionen Euro Ablösesumme gekündigt hat, kümmert es sich selbst um Gestaltung und Fertigung der Brillen seiner 18 Luxusmarken wie Gucci oder Stella McCartney.

Das Geschäft mit Brillen läuft insgesamt blendend. 85 Milliarden Euro wurden zuletzt weltweit mit Eyewear umgesetzt, gut zwölf Milliarden Euro davon im Premiumsegment. 2020 sollen es mehr als 130 Milliarden Euro sein. Neben den großen Playern dringen immer mehr unabhängige Labels nach vorn mit einzigartigen Modellen: Manche sind aus Schiefer, Holz oder Marmor gefertigt, andere mit Stoff bezogen wie etwa die der Herren-Accessoire-Marke Broska. Die deutsche Firma Mykita setzt mit ihren Gestellen aus Edelstahl, Acetat oder dem 3-D-gedruckten Material Mylon bereits 30 Millionen Euro im Jahr um. Sogar Microsoft-Gründer Bill Gates trägt ein Modell der Berliner. „Das Bewusstsein für eigenständige Marken steigt spürbar“, sagt Karin Stehr, die in Hamburg die Brillenboutique Bellevue für hochwertige unabhängige Labels betreibt. „Unsere Produkte haben ihren eigenen Stil“, so die 54-Jährige. „Und gerade Sonnenbrillen werden zunehmend als stilbildendes Element gesehen.“ **Info:** www.bellevue-hamburg.de

Elegant: Blumen-spitze-Modell von Dolce & Gabbana mit Swarovski-Kristallen, 2000 Euro, dolcegabbana.com



Sportiv: Sonnenbrille aus Baumwollacetat von Moncler by Marcolin, 240 Euro, moncler.com



Aufstrebend: Fliegerbrille von Fakbyfak in Kollaboration mit dem in Frankreich lebenden indischen Designer Manish Arora, 580 Euro, fakbyfak.com



Kreativ: In diesem Januar präsentierte die Modemesse Pitti Uomo in Florenz zum fünften Mal ihr Konzept „Eye Pop“ für junge Brillenmarken. Die Zahl der Aussteller und Einkäufer wächst von Jahr zu Jahr, pittimagine.com



Avantgarde: 2016 brachte die Kering-Gruppe ihre erste selbst produzierte Brillenkollektion von Gucci heraus, Modell aus Acetat, 800 Euro, gucci.com



Goldig: In der 1878 gegründeten Manufaktur Clément Gouverneur aus dem französischen Jura werden Brillen aus Gold und Platin von Hand hergestellt, etwa die „Purium Windsor Round“ mit vergoldeter Fassung aus Acetat, 575 Euro, clement-gouverneur.com

Futuristisch: Modell aus der Kollektion „Geradlinige Geometrien“ der neuen Berliner Linie Mykita Studio mit papierdünnem Edelstahlrahmen, 395 Euro, mykita.com

Puristisch: Dänisches Design, japanische Produktion: Sonnenbrille „Dust“ aus Titan, 295 Euro, orgreenoptics.com



Männlich: Brille mit Metallrahmen und Bio-Nylon-Gläsern aus der ersten Herrenkollektion der Designerin Stella McCartney, 230 Euro, stellamccartney.com



Natürlich: Modell „Hornet“ aus Eiche. Die Tiroler Manufaktur Rolf fertigt Brillen aus Stein, Horn und Holz. Sogar die Scharniere sind geschnitten, 859 Euro, rolf-spectacles.com



Glamourös: Unisex-Pilotenbrille aus Metall mit aufgesetzten 3-D-Sternen, 300 Euro, givenchy.com



Den Dreh raus

Text: Sven Stille

Spion im Dauereinsatz

Diese Überwachungskamera sieht und verrät alles: Die Nubo von Panasonic verbindet sich nicht nur mit jedem WLAN, sondern auch per 3G, 4G oder LTE mit dem Handynet – sie kann also überall stehen und senden, wo es Strom gibt.

Zudem ist sie wetterfest und verfügt über einen Infrarotsensor für Nachtaufnahmen. Sobald sich etwas vor ihrem 138-Grad-Weitwinkelobjektiv bewegt, zeichnet sie es automatisch auf und lädt Bild und Ton direkt in die Cloud. Dank Zwei-Wege-Audio kann man sogar mit



Personen vor der Kamera sprechen. Die Nubo ist mit einem Abomodell (ab 10 Euro pro Monat) erhältlich. 349 Euro, nubocam.com

Anhänglicher Überflieger

So groß wie ein Coffeetable-tauglicher Bildband ist die Hover Camera Passport, aber mit nur 240 Gramm erheblich leichter. Und so schafft es die Drohne, elegant in der Luft zu schweben und hochaufgelöste 13-Megapixel-Bilder oder 4K-Videos aufzunehmen, sogar im 360-Grad-Rundumflug. Dank künstlicher Intelligenz ist das Fluggerät nicht nur in der Lage, seine Aufnahmen zu stabilisieren, während es um seinen Besitzer kreist – es kann ihm auch folgen, indem es sich auf sein Gesicht fokussiert oder (zum Beispiel beim Joggen, Rad- oder Skifahren) auf den ganzen Körper. Ausgezeichnet mit dem CES 2017 Innovationspreis. 599 Dollar, gethover.com



Sehen, was drin ist
Der Instaview Door-in-Door-Kühlschrank aus der Signature-Reihe von LG kann etwas Besonderes: Klopf man zweimal an die rechte Tür, schaltet sich im Inneren das Licht ein, und das getönte Fenster wird durchsichtig – so kann man sehen, was sich im Kühlschrank befindet, ohne ihn zu öffnen. Das spart Energie, weil keine Kälte entweicht. Auch praktisch: Dank eines Sensors springt die Tür automatisch auf, wenn man vollbepackt davorsteht. LG versichert, dass der Sensor zwischen Erwachsenen, Kindern und Katzen unterscheiden kann. 7999 Euro, lg.com/de/lg-signature



Holz und Leder fürs Vinyl

Seit den 1920er Jahren stellt die Firma Crosley aus Louisville, Kentucky, Radios her. Später kamen Plattenspieler hinzu. 470 Meilen östlich, bei Lynchburg, Virginia, sitzen seit 1933 die Lederexperten von Moore & Giles. Jetzt haben sie sich zusammengetan und einen exklusiven Plattenspieler entwickelt, den Commonwealth Collection C10. Sein Inneres enthält modernste Technik. Sein Äußeres besteht aus Birke oder Mahagoni, das Inlay aus in Italien gefertigtem schwarzem Kalbsleder oder mehr als zwei Monate gegerbtem „Modern Saddle“. Die Auflegematte zeigt die per Laser herausgearbeitete Topografie des Landes zwischen Louisville und Lynchburg. 840 Dollar, mooreandgiles.com/crosley/

Leuchtendes Beispiel

Eine LED-Leuchte mit Stil und angenehmem Licht? Das geht. Auf den Namen Plumen 003 hört dieses Leuchtmittel, das eigentlich zwei ist: Helleres, prägnantes Licht fällt nach unten (zum Beispiel auf einen Esstisch), zur Seite strahlt warmes Licht auf Raum und Gesichter. Möglich wird das durch die goldenen Strukturen, die ein französischer Juwelier design hat. Die Form des Glaskolbens stammt aus England. 175 Euro, plumen.com

BUCERIUS KUNST FORUM

Das Bucerius Kunst Forum
ist eine Einrichtung der



Paula Modersohn-Becker: Zwei Mädchen in weißem und blauem Kleid, sich an der Schulter umfassen (Detail), 1906, Privatbesitz



Paula Modersohn- Becker

Der Weg in die Moderne
4. 2. – 1. 5. 2017
Rathausmarkt Hamburg

Olivier Audemars

In vierter Generation vertritt der Schweizer die Gründerfamilien der Uhrenmanufaktur Audemars Piguet. Der 57-Jährige schwärmt für Kosmos und Kunst.



Es gibt in diesen Zeiten nichts Wertvolleres für mich als Zeit – weil wir so wenig davon haben. Früher habe ich manchmal ein Buch pro Tag verschlungen. Ich lese wahnsinnig gern, vor allem wissenschaftliche Bücher, ich bin ja Ingenieur. Kosmologie interessiert mich sehr: Physik, die Geschichte des Universums, die Frage, woher wir kommen, die Relativität im Allgemeinen. Wir wissen so wenig, ich finde es spannend, nach Antworten zu suchen. Deshalb beschäftige ich mich viel mit Mathematik, dem Werk des Logikers Kurt Gödel etwa. Ich höre gern Johann Sebastian Bach, seine Musik hat ja etwas Mathematisches. Jazz mag ich auch sehr, jeden Sommer versuche ich, das Montreux Jazz Festival zu besuchen.

Stanley Kubriks „2001: Odyssee im Weltraum“ gehört zu meinen Lieblingsfilmen. Es geht mir ums Entdecken, deshalb habe ich auch angefangen, mich für Kunst zu interessieren. Für M.C. Eschers unmögliche Figuren etwa, Nachbildungen habe ich zu Hause in Le Brassus. René Magritte mag ich und viele zeitgenössische Künstler, die ich durch das Engagement unserer Firma für die Kunst entdeckt habe. Ihre Fähigkeit, die Dinge anders zu betrachten, begeistert mich. Der Fotograf Dan Holdsworth etwa, der Bilder gemacht hat vom Vallée de Joux, wo wir herkommen. Ich hatte diese Gegend stets wie eine Postkarte gesehen. Seine Fotos haben mich schockiert und bewirkt, dass ich meine Sichtweise überdenke.

Ich habe viele Werke asiatischer Künstler gekauft, zu viele, um sie daheim aufhängen zu können. Aber in ein Lager will ich sie auch nicht schließen, sie haben mich doch berührt, und ich will sie teilen. Auf der Art Basel hatte ich viele Gelegenheiten, mit

„Geschwindigkeit reizt mich, Leben am Limit – da fühle ich mich lebendig.“

Künstlern zu diskutieren, um ihre Werke und die Orte, die sie geprägt haben, besser zu verstehen. Andere Realitäten machen mich neugierig, auch beim Reisen. Das ist Luxus.

Ich liebe aber auch Sport, laufe Marathons, fahre Ski und Snowboard, segele Regatten mit meinem Boot und fahre Rennen und Rallyes mit modernen wie klassischen Autos – oft gemeinsam mit dem Uhrmacher Richard Mille. Privat habe ich mir einen 20 Jahre alten Porsche 993 GT2 angeschafft. Geschwindigkeit reizt mich, auch beim Skifahren. Am Limit fühle ich mich lebendig. Seit ich Kinder habe, bin ich etwas vorsichtiger geworden. Wir mieten mit der Familie gern ein Châlet in Argentière bei Chamonix. Oder gehen ins Museum. Das Guggenheim in New York liebe ich sehr und den Palazzo Grassi in Venedig. Aber natürlich reicht die Zeit nie für all diese Aktivitäten – meinen Pilotenschein habe ich gerade verloren, weil ich zu wenige Praxisstunden hatte.

ADRESSEN

Bücher „Gödel, Escher, Bach – ein Endloses Geflochtenes Band“ von Douglas R. Hofstadter, etwa über amazon.de **Musik** Jazz Festival in Montreux, montreuxjazzfestival.com/de

Kunst Art Basel in Basel, Miami und Hongkong, artbasel.com; Fotografien von Dan Holdsworth, danholdsworth.com; Guggenheim Museum in New York, guggenheim.org; Palazzo Grassi in Venedig, palazzograssi.it **Skifahren** chamonix.com, Snowboard von Burton **Auto** Georges-Henri Meylan und Olivier Audemars beim Classic-Rennen von Le Mans 2008 mit einem 35 Porsche 914/6 GT von 1970



AXOR

FORM FOLLOWS
PERFECTION



Die Dinge in Perfektion zu vollenden. Dafür steht AXOR. Diesen Anspruch unterstreichen die Brauseprodukte von AXOR. Sie sind das Nonplusultra in der Dusche. Ein perfektes Beispiel: der AXOR ShowerHeaven 1200/300 4jet mit dem sanft umhüllenden, innovativen PowderRain. Die Inszenierung von Wasser. Einzigartig. In jeder Dimension.
axor-design.com



HERNO