

Oktober 2016 No 2

# splendid

manager magazin



**Business unusual:  
die neue  
Herbstmode**



12



26



10



34



32

## Mode & Design



- Made in Germany** Die Pyrotechnikfirma Lunatx aus Düsseldorf entwickelt Feuerwerke für die ganze Welt **6**
- Stilblüte** Die Bomberjacke ist jetzt chic **8**
- Lebens-Gefährte** Die ultrarobusten E-Bikes von Trefecta taugen sogar für den Einsatz in Kriegsgebieten **10**
- Design** Massimo Minale entwirft mit seinem Label Buster + Punch ästhetische Schalter und Leuchten – sowie Motorräder für Stars wie George Clooney **12**
- Shooting** Die Herbstmode rollt an – auf Skateboards **18**
- Porträt** Ganz die Mutter: Olivia Putman belebt das Studio der Designdiva Andrée Putman neu **26**
- Trend** Schöner verlottern mit Pyjamas **30**
- Tech-Stil** Von Kommunikationstalenten, Klangwundern und Kabinettweinen **32**
- Ausgeben** Helen Barbour steht für Wachsjacken und aufritisches Porzellan **34**



18

30



Fotos: Daniel Griffel (1), Timmo Schreiber (2)  
 Mode (r.): Jacke mit Blumenmuster von Giorgio Armani, 2100 Euro; Weißgoldring in Blumenform mit Diamanten, 8775 Euro, Diamant Ring aus Weißgold, 7475 Euro, beides von Wempe; Schmuckuhr „Heliolo“ aus Weißgold mit Perlmuttzifferblatt und Krokodleramband in Marineblau von Wempe, 17950 Euro.  
 Titel: Anzug von Hackett London, 850 Euro; Weste von Herno, 330 Euro; Hemd von Olymp, 59,95 Euro; Handschuhe von Lush, 84,90 Euro; Klapphelm von BMW, 495 Euro; Turnschuhe von Salvatore Ferragamo, 498 Euro; Aktentasche von Hartmann, 850 Euro.

**IMPRESSUM** Verlag manager magazin Verlagsgesellschaft mbH, Ericusspitze 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), Siems Luckwaldt, Anja Rützel, Sven Stillich, Cecily Turner, Dirk van Versendaal **Fotografen dieser Ausgabe** Daniel Griffel, Timmo Schreiber **Bildbearbeitung** PIXACTLY media GmbH, Hamburg **Druck** westermann druck GmbH, Georg-Westermann-Allee 66, 38104 Braunschweig



ONLY NETJETS

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

netjetseurope.com +49 89 2323 7549

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

Made in Germany

# Das Big-Bang-Duo

Text: Bianca Lang, Foto: Mario Andreyka

Seit 18 Jahren lassen Frank Lohse und Stefan Howe es knallen. Mit ihrer Pyrotechnikfirma Lunatx befeuern sie Großevents rund um die Welt. Zum Tag der Deutschen Einheit beleuchteten sie den heimischen Himmel.



**Expo Antalya:** Das Thema der aktuellen Weltausstellung „Blumen und Kinder“ musste Lunatx in zwei Wochen als Feuerwerk umsetzen



**C&A-Show:** Bei der Präsentation der Winterkollektion 2012 im Colosseum Theater Essen sorgten die Pyrotechniker für Indoor-Effekte wie Boden- und Wind

**Olympische Spiele Sotschi:** 2014 durften die Düsseldorf als erste Deutsche die Feuerwerkshows der Spiele übernehmen



An Silvester sind Stefan Howe (l.) und Frank Lohse die Könige ihrer Straße. Dann basteln sie drehende Sonnen, wie sie die Anwohner noch nicht gesehen haben. Normalerweise veranstalten die Chefs von Lunatx aus Düsseldorf kein Feuerwerk für Nachbarn, sondern lassen ein „Orchestra of Special Effects“ aufspielen, wie Lohse es nennt. Zu ihren Kunden zählen der Uhrenhersteller Breitling, der Deutsche Fußball-Bund oder Comedian Mario Barth. Ihr größtes Projekt bislang: die Eröffnungs- und Abschlussfeiern der Olympischen Spiele in Sotschi. Lohse, 50, ist der Kreative, Howe, 46, kümmert sich ums Geschäft – und um Probleme wie jenes beim 14. Geburtstag einer Scheich-Tochter: Für eine sechsstelligen Summe hatte Lunatx Himmelsbouquets entworfen und musste dann fix eine Frau finden, die das Feuerwerk auch starten durfte. Die Familie feierte unverschleiert; fremde Männer waren nicht erwünscht. **Info** [www.lunatx.de](http://www.lunatx.de)

NOMOS  
GLASHÜTTE  
neomatik

Die schönen Uhren  
aus Glashütte.



Neue Farbe, neue Uhr: Tetra neomatik nachtblau. Mit dem automatischen Kaliber der nächsten Generation, für Männer der nächsten Generation. Wo? Aachen: Lauscher, Lücker; Berlin: Christ im KaDeWe, Lorenz; Bielefeld: Böckelmann; Bremen: Meyer; Darmstadt: Techel; Dresden: Leicht; Düsseldorf: Blome; Erfurt: Jasper; Essen: Mauer; Frankfurt am Main: Pletzsch; Gelsenkirchen: Weber; Hamburg: Becker; Hannover: Kröner; Köln: Berghoff, Gadebusch; Lübeck: Mahlberg; München: Fridrich, Kiefer; Münster: Oeding-Erdel; Stuttgart: Kutter; Ulm: Scheuble. Und überall bei Wempe, Bucherer, Rüschenbeck und auf [nomos-store.com](http://nomos-store.com). Weitere Fachhändler, mehr Informationen: [nomos-glashuette.com](http://nomos-glashuette.com).



**Manche Trends kommen immer wieder. Dirk van Versendaal erklärt, warum. Diesmal: die Bomberjacke**



**D**ie Mode geht seltsame Wege – wie erklärt es sich sonst, dass ausgerechnet die Bomberjacke wieder Straßen und Kassen füllt? Wenn einem in den frühen 80ern auf deutschen Straßen ein grünstichiger Nylonblouson begegnete, gab's schnell was aufs Maul. Bomberjacke zu Springerstiefeln und Glatze – das war die Ausgehuniform gewaltlüsterner Skinheads und anderer Rowdys, die sich ihr Outfit bei britischen Vorbildern abgeguckt hatten. In den 90ern tummelten sich die Nachfolger der englischen Feldjacke noch auf ostdeutschen Bahnhofsplätzen oder in den Stadionkurven der Hooligans – bei Modemachern dagegen war „the bomber“ so tabu wie Wams oder Vatermörder.

Nur einer wollte das nicht länger hinnehmen: Raf Simons, ein junger Designer aus Belgien. Was kann die Bomberjacke dafür, dass Spinner sich so sauwohl in ihr fühlen? Simons lebte in Antwerpen und war genervt vom Anwachsen des rassistischen Vlaams Blok, dessen Anhänger die Nachbarschaft terrorisierten. Nachdem er bei der Präsentation seiner Winterkollektion 1996/97 Models in 60 Bomberjacken hatte aufmarschieren lassen, beschuldigte ihn die französische Presse, Teil einer faschistischen Jugendbewegung zu sein. Simons war sauer: „Die Leute sollten ja genau dies fragen: Jacken von Neonazis – was soll das?“, verteidigt sich der wichtigste Männermodedesigner der letzten 20 Jahre. „Ich konnte antworten: Die Jacke ist erst zum rechtsradikalen Stilelement geworden, seit die Skins sie dazu machten. Ich wollte ihnen dieses Kleidungsstück wegnehmen und in meine Welt zurückholen.“

**Starke Stücke:** Modell von Diesel, 450 Euro Euro; Nylonblouson von Emporio Armani, 510 Euro; Parka aus Seide und Nylon mit abnehmbarem Folienfutter von Calvin Klein Collection, 1970 Euro (v.l.); Wende-Bomberjacke von Pierre-Louis Mascia für Herno, 1160 Euro (o.)

Sein Plan scheint, nach zwei Jahrzehnten, aufgegangen zu sein. Schützenhilfe leistete Schauspieler Ryan Gosling, der ein silbriges Blousonjäckchen 2011 im Thriller „Drive“ so charmant proletenhaft trug, dass Stella McCartney und Balenciaga es als ansehnliches Stück auch für lammfromme Menschenfreunde wiederbelebten. Vor zwei Jahren trugen die Frauen, stets wagemutiger als die Herren, ihre Bomber zu Stiftrack oder Jogginghose.

In den Männerkollektionen von Simons oder Rick Owens, von Calvin Klein oder Diesel ist von der ursprünglichen Kastenform nicht mehr viel übrig geblieben, das einst billige Nylon wurde durch Hightech-Textilien ersetzt. Die Bomberjacke passt zum Hoodie wie zum Oberhemd, ins Stadion wie ins Büro. Wem das wiederum zu zivilisiert ist, der wird bei Giorgio Armani fündig: Eines seiner aktuellen Modelle kommt mit passendem Fallschirmrucksack.



**Dirk van Versendaal** schreibt seit 20 Jahren für den „Stern“ über Mode. Nach seiner Jugend als Punk war ihm die Bomberjacke verhasst wie kein anderes Kleidungsstück. Erst Raf Simons öffnete ihm die Augen: Alle Kleidung ist unschuldig. Es kommt darauf an, was wir aus ihr machen.

Icons of modern writing since 1966



LAMY imporium  
Titanium matt, mit hochwertiger PVD-Beschichtung veredelt und teilweise galvanisiert. Polierter Platin-Clip und Bicolor-Goldfeder ohne Herzloch.

**LAMY**  
Design. Made in Germany.

## Mobilmachung: Die E-Bikes von Trefecta transportieren mehr als nur Soldaten ins Feld



Wer auf dem Trefecta-E-Bike eine Fahrt durch die holländische Kleinstadt Hillegom unternimmt, fühlt sich gleich wie ein Feldjäger: Hinter der Werkhalle, in der die Räder zusammengesetzt werden, beginnt das größte Blumenzweibel-Anbaugebiet der Welt – genau das richtige Terrain, um die Vorzüge eines Gefährts zu erfahren, das eigentlich fürs Militär konstruiert wurde. Wie müsste ein E-Bike aussehen, mit dem ein Soldat in voller Montur einen Berg erklimmen kann, ohne dass er danach zu erschöpft fürs Gefecht ist? Diese Frage stand am Anfang der Gründungsgeschichte von Trefecta. Haiko Visser, ein Holländer mit Wohnsitz in der Schweiz, hatte sich mit dem Leiter der niederländischen UN-Mission in Afghanistan unterhalten – und begann, an einem passenden Vehikel zu tüfteln. 160 Kilogramm Tragkraft sollte es bieten, 100 Kilometer Reichweite ohne Pedalunterstützung und für den Transport in Krisengebiete zusammenklappbar sein.

Als ehemaliger Manager einer Wehrtechnikfirma weiß Visser, dass Geschäfte mit Militärs kompliziert sind: „Sie brauchen einen langen Atem.“ Bis die ersten Armeerräder ausgeliefert werden, versorgt Trefecta deshalb zunächst zivile E-Bike-Enthusiasten mit zwei Modellen für Stadt und Gelände. Startpreis: rund 29 000 Euro. Ein Team aus Ingenieuren, Softwareexperten und Designern ließ Vissers Traum vom Hindukusch-tauglichen E-Bike Realität werden. Der Rahmen ist aus dem Vollen gefräst: Von einem 80-Kilo-Block Aluminium bleiben nach der Bearbeitung 1,8 Kilo übrig. Die Hülle trägt die Akkus, den Elektromotor mit vier Kilowatt, das Getriebe mit 14 elektrisch schaltbaren Gängen – und einen iPod. Über eine App lässt sich das E-Bike starten, die Härte der Federung und das maximale Drehmoment beim Anfahren einstellen. „Wir wollen ja nicht, dass sich der Fahrer überschlägt“, sagt Visser.

Keine abwegige Vorstellung: Nach zwei, drei Pedalumdrehungen oder einer leichten Drehung des Gasgriffs schießt das 45 Kilo schwere E-Bike voran, als hätte jemand ein gespanntes Gummiband losgelassen. Die Straßenversion ist auf 45 Stundenkilometer gedrosselt, auf privatem Gelände sind bis zu 70 möglich. So zügig geht es durch die platte Landschaft, dass man fast vergisst zu treten. Runter von der Straße, rauf auf ein abgeerntetes Tulpenfeld! Das Trefecta-Bike lässt sich von dem sandigen Untergrund nicht beeindruckt. Die Federung fängt souverän die Stöße auf. Die breiten Reifen auf Titanfelgen laufen stur geradeaus. Das sollte auch auf Mohnfeldern klappen. Christian Baulig

**Hightech-E-Bike** [www.trefectamobility.com](http://www.trefectamobility.com)

**Mann mit Mission:** Die erste Serie von 50 E-Bikes, die Trefecta-Gründer Haiko Visser, 46, im Frühjahr produzieren ließ, ist bereits ausverkauft. In diesem Herbst wird eine zweite aufgelegt. Das Basismodell für circa 29 000 Euro lässt sich mit diversen Extras aufrüsten. Für die ersten 100 000 Kilometer gibt es eine Garantie auf Rahmen und Antrieb



# HERNO



**Harter Junge:** der britische Designer Massimo Buster Minale in seinem ersten Stockholmer „Buster + Punch“-Shop

Wohnaccessoires. Massimo Minale hat Motorräder für George Clooney und Keith Richards umgebaut. Heute stellt sein Label Buster + Punch die coolsten Griffe, Schalter und Leuchten der Welt her.

# Strom-schläger

Text: Anja Rützel, Foto: Daniel Griffel

**S**chon der Name klingt nach Kinnhaken: Buster! Punch! Hört sich nach smartem, aber verschlagenem Typen an, ein Raubein mit Klasse. „Massimo Buster Minale“ – so unterschreibt der Gründer von Buster + Punch seine Mails. Wahrscheinlich ein Spitzname aus Halbstarkezeiten, kein Mensch heißt heute noch Buster.

„Doch“, sagt Massimo, „Buster ist mein offizieller Mittelname. Und Punch ist der meines Bruders.“

Was hatte der denn für Eltern? „Die Frage ist eher: Wie betrunken waren sie?“

Massimo B. Minale steht in seinem 50 Quadratmeter kleinen Showroom in Stockholm und wiegt einen massiven Türgriff in der Hand – schmal, chic und so schwer, dass er als Mordwaffe herhalten könnte. Auf die Finger seiner rechten Hand ist der Name seines Sohnes Otis tätowiert. Griffe für Schubladen liegen auf den Tischen neben ihm, dazu Schächelchen mit Lichtschaltern, Kerzenständer, die wie übergroße, polierte Gewinde aussehen. Dazwischen derbes Schuhwerk. Alles wird beschienen von Glühlampen, die an Kabeln von der Decke baumeln, deren Enden zu einem kobelartigen Gewirr verknottet sind. Als habe ein Musiker sie gerade angetackert, um seine Gibson-Gitarre nicht im Schummerlicht bearbeiten zu müssen.

Man muss bei all diesen Griffen, Schaltern, Leuchtern unweigerlich an Rock 'n' Roll denken. Die schwarzen Metallarbeiten sind ungewohnt in dieser Stadt, die das Auge norma-

## Design



**The Rockstar:** Beleuchtete, handgefertigte Hausbar aus Walnussholz mit Seidenausstattung, ab 4500 Euro

lerweise in pastelliges Skandinavia-Design tunkt. Wie kam der gebürtige Londoner Massimo auf die Idee, ausgerechnet in Schwedens Hauptstadt seinen zweiten Showroom (nach dem Londoner Flagshipstore) zu eröffnen?

Seine Frau sei Schwedin, sagt der 36-Jährige, und außerdem sei das kleine, aber trendbewusste Stockholm ein guter Markt, wenn man etwas Neues auf seine Lebensstauglichkeit testen wolle: „Die Leute sind offen.“ Tatsächlich, das gibt er zu, sind seine Arbeiten extrem unswedisch: „A bit heavy, a bit dangerous“, sagt er, das passe eigentlich nicht zur nordischen Behaglichkeit: „Wir haben mit unserem Laden die Hintertür eingetreten.“ In Leuchtschrift knallt ein „Get hard“ aus dem Schaufenster auf die versteckte Straße im Zentrum. Zack, schon wieder ein Kinnhaken.

2013 gründete Minale sein Interieur-Label, im selben Jahr eröffnete er den Laden in Stockholm: „Eigentlich kommt hier niemand zufällig vorbei, und wenn wir was Neues haben, geht die Schlange schon mal bis um den Block.“ So wie damals, als er Bikerstiefel anbot. Das Design hatte er zusammen mit Ju-

stin Deakin entworfen, der schon für das Modegenie Alexander McQueen gearbeitet hat. Innerhalb von zwei Stunden waren 500 Paar der Boots verkauft. Ohne PR. „Die Schweden folgen Instagram und Bloggern fast schon religiös, es reicht hier völlig, wenn man in den Social-Media-Kanälen präsent ist.“

**Früher gestaltete Minale keine Türgriffe, sondern baute Häuser:** Er hat Architektur studiert, arbeitete für das große Londoner Büro Foster & Partners, wo er für Interieurs verantwortlich war. Bis er sich entliebte, wie er sagt: „I fell out of love with architecture.“ Zu langsam, zu abstrakt:

„Man fängt an, ein Gebäude zu planen, und wenn es sechs Jahre später gebaut wird, sieht es ganz anders aus. Weil zuerst die Planer die Idee schlachten, dann die Zahlenmenschen, die Behörden – und am Ende bleiben zehn Prozent der Idee übrig.“

Wenn er abends frustriert nach Hause kam, ging er in seine Werkstatt in Hackney im Londoner Osten und baute Motorräder um. Von denen war er schon immer besessen. Als Junge kaufte er sich eine Maschine, kaum dass er alt genug dafür war. Mit seinem Bruder baute er sie auseinander und wie-

**Seine Sachen wirken ein bisschen gefährlich; ein „Get hard“ knallt in Leuchtschrift aus dem Schaufenster.**



WOOLRICH SINCE 1830

AMERICA'S OLDEST OUTDOOR CLOTHING COMPANY  
WOOLRICH WOOLEN MILL, PENNSYLVANIA, WARPING CREEK

**WOOLRICH**  
JOHN RICH & BROS.

## Design

der neu zusammen. Auch für Freunde schraubten sie gern herum. Schnell zogen die individualisierbaren Bikes Kreative an, darunter große Namen wie Keith Richards, George Clooney, die Gallagher-Brüder. Und Alexander McQueen.

Und irgendwann stellte einer die Frage: „Könnt ihr auch Lampen machen?“ Klar! Mit dem Ersparten gründete Massimo zunächst die Designagentur Minale + Mann, dann das Interieurlabel Buster + Punch. Er begann, Möbel und Wohnaccessoires zu entwerfen, designte Lederjacken, zimmerte eine beleuchtete Hausbar. Im Überschwang beschmierten er und sein Bruder das Holz mit Motoröl und merkten schnell: Das ist zu viel Rock 'n' Roll.

**Dennoch: Das aufrichtig Wilde wird ihr Alleinstellungsmerkmal.** „Ich versuche, mit meinen Arbeiten eine eigene Sprache zu finden“, sagt Massimo. Anders als die meisten Konkurrenten, die ihre Armaturen nur mit Metall überziehen, ist bei Buster + Punch alles massiv. Dazu kommen die Details: Das typische Riffelmuster, das Griffe und Kerzenständer ziert, ist der Schraffur des Lautstärkereglers der legendären 68er Gibson-Les-Paul-Gitarre nachempfunden. Massimo ist selbst nie über den Bass in der Schulband hinausgekommen – musikalisch ist allein sein Design.

Zum Beispiel das seines Klaskers, der Hausbar „The Rockstar“: Der Korpus aus Walnussholz ähnelt einem aufgebockten Flightcase, in dem Musiker ihre Gitarren transportieren, er steht auf Beinen so dünn wie die von Mick Jagger in Skinny Jeans. Eine Leuchte erhellt das Innere, sie ist mit einem Gitter umschlossen, das in Terrarien Schlangen davor schützt, sich an ihrer Wärmelampe zu verbrennen. „Es gibt Kunden, die in ihrer Rockstar tatsächlich Reptilien halten“, sagt Massimo.

Neben coolen Posen kann der Engländer auch Innovation: Er experimentierte mit umweltfreundlichen LED-Lampen – und übertraf die großen Leuchtmittelhersteller, denn seine Dioden verbreiten kein kühles Garagenlicht, sondern goldene Wärme. Der

**Heavy Metal:** Buster + Punch bietet Motorräder, Leuchten und Accessoires wie Kerzenständer oder Manschettenknöpfe an – und dazu jede Menge Schalter, Griffe und Riegel



Trick: „Alle hatten sich in den Versuch verrannt, die LED gut leuchten zu lassen. Wir verstecken sie einfach in der Fassung und lassen die Lichtleiter strahlen.“

Leidenschaftlich kann Massimo sich in die Gestaltung bislang weitgehend undesignter Dinge hineinwieseln: „Knäufe oder Schalter sind langweilig und sie werden in langweiligen Läden verkauft“, sagt er. „Ich will eine Kultur für diese Gegenstände schaffen.“ Seine Kreationen präsentierte er auf der Londoner Fashion Week: „Buster + Punch soll das erste Homefashion-Label werden“, sagt Massimo und klackert mit einem Lichtschalter, der aussieht, als stelle man damit einen Gitarrenverstärker von „laut“ auf „sehr laut“: „Vielleicht funktioniert es ja wie mit Jeans. Die waren ursprünglich nur für Arbeiter gemacht, heute trägt sie jeder. Wer weiß – in zehn Jahren sind vielleicht Schalter der heiße Scheiß!“ Da muss er selbst lachen.

Man kann sich seine Produkte wunderbar in den Wohnungen stilbewusster Menschen vorstellen, die früher mal ein wildes Leben hatten und es heute genießen, einen Griff anzufassen, der sich anfühlt, als sei er von einer Harley abgeschraubt. Buster + Punch beherrscht den Flirt von Rock mit High-End – gerade hat das Label eine limitierte Tischlampe für Rolls-Royce entworfen.

Aber ganz ohne Dreck unter den Fingernägeln geht es nicht: Sechs Motorräder besitzt Massimo selbst – seine Firma maßfertigt zudem fünf Custom-Modelle pro Jahr, Wartezeit: fünf Jahre. Auch ein Bike von der Stange gibt's im Angebot. 4500 Pfund kostet der „Buster Mutt“, der Buster-Straßenkötter, eine umgebaute Suzuki GN 125. Die Fußrasten sind aus Gibson-Geriffel – was sonst?

Im April ging Buster + Punch in den USA an den Start, Australien soll folgen. In Stockholm hat Massimo gerade einen weiteren 400 Quadratmeter großen Laden eröffnet. Manchmal, sagt er, fehle ihm hier das Schrofte. Die Stadt habe ihn weich gemacht, das sei fürs Design manchmal schwierig. Es geht so weit, dass er bei seinen Aufenthalten in London schon denkt: „Mann, ist das laut hier.“

### Infos und Shop:

[www.busterandpunch.com](http://www.busterandpunch.com), in Deutschland etwa erhältlich bei Andreas Murkudis Berlin



**FLEXFORM**  
FLEXFORM | MADE IN ITALY

### AGENT FOR GERMANY

Agentur Patrick Weber  
Tel. 07044-922910  
Fax 07044-922922  
[info@italdesign.de](mailto:info@italdesign.de)

**GROUNDPIECE  
SECTIONAL SOFA**

design by  
Antonio Citterio

**FLEXFORM**  
[www.flexform.it](http://www.flexform.it)



Ob auf dem  
Laufsteg oder dem  
Weg zur Arbeit  
– Bewegung zählt!  
Die aktuelle  
Mode passt sich  
an, selbst Anzüge  
sind jetzt elastisch.  
Fotos: Timmo  
Schreiber, Styling:  
Cecily Turner

**Park & Ride**

**Sie:** Jacke aus Satin mit Blumenmuster, 2100 Euro, passende Hose, 1250 Euro, halbhohle Stiefel mit schwarzer Lackspitze, 610 Euro, alles von Giorgio Armani; Ohrringe aus Weißgold mit Diamanten in Blumenform, 6775 Euro, Weißgoldring in Blumenform mit Diamanten, 8775 Euro, Diamant-Ring aus Weißgold, 7475 Euro, alles von Wempe.

**Skater 1:** Dunkelblauer Anzug aus Schurwolle von Eduard Dressler, 799 Euro, Hemd von Tommy Hilfiger, 99,90 Euro.

**Skater 2:** Roter Mantel, 799 Euro; Anzug, 999 Euro, beides von Loro Piana für Eduard Dressler; Hemd aus Baumwolle, 179 Euro, Krawatte aus Seide, 79 Euro, beides von Eduard Dressler; schwarzes Tuch von Digel, 24,95 Euro.

**Skater 3:** Grauer Anzug aus Schurwolle, 349,95 Euro, Hemd aus Baumwolle, 69,95 Euro, beides von Digel.

**Skater 4:** Mantel aus braunem Tweed, 2190 Euro, braunblaue Jacke, 2490 Euro, Hose, 900 Euro, Hemd, 490 Euro, alles von Zegna Couture.

# Rush Hour



**Auf dem Sprung**

**Sie:** Gestreiftes Kleid aus Seide und Wolle von Fendi, 1200 Euro; Stiefel aus Lammlleder von Boss, 1290 Euro; orangefarbener Filzhut von Hermès, 515 Euro; Ringe aus Roségold mit Tsavorit, Amethyst, blauen Saphiren oder Rubinen, je 950 Euro, alles von Pomellato.

**Skater:** Dunkelblauer Blouson aus Filz, 2850 Euro, schwarzes Kaschmir-Sweatshirt, 3800 Euro, Hose aus schwarzem Kalbsleder, 5000 Euro, alles von Hermès; Baumwollhemd von Caruso, 300 Euro; Socken von Falke, 16,95 Euro; Schuhe privat.

**Spät dran**

**Skater:** Trenchcoat von Burberry Prorsum, 1895 Euro; Rollkragenpulli aus Schurwolle, 100 Euro, Strickjacke aus Baumwolle und Schurwolle, 100 Euro, Hose, 130 Euro, alles von Hugo; Kalbslederschuhe mit rotem Gummidetall von Bally, 395 Euro; Socken von Falke 16,95 Euro.

**Sie:** Roter Parka von Woolrich, 800 Euro; Rollkragenbody von Falke, 129 Euro; schwarze Schlaghose mit roter Ziernaht von Burberry Prorsum, 895 Euro; Ohrringe aus lackiertem Holz von Hermès, 375 Euro.





**Rock 'n' Roll**

**Skater 1:** Marineblaues Jackett aus Kaschmir, 3100 Euro, Hose aus Kaschmir, 1250 Euro, Sweater, 1950 Euro, dunkelblauer Schal, 490 Euro, grauer Hut aus Wolle, 420 Euro, alles von Bottega Veneta; Uhr „Heritage Chronométrie Dual Time“ aus Edelstahl mit weißem Zifferblatt und schwarzem Lederarmband von Montblanc, 4390 Euro.

**Skater 2:** Grauer Anzug, 1700 Euro, Strickpullover, 600 Euro, beides von Pal Zileri; Schuhe aus Kalbsleder von Boss, 250 Euro; Sonnenbrille von Oakley, privat.

**Sie:** Schwarzes Kleid aus Seide, 3900 Euro, roter Rollkragenpullover aus Kaschmir und Seide, 980 Euro, Tasche aus rotem Taurillon-Leder, 2400 Euro, schwarze Wildlederpumps, 550 Euro, alles von Dior; Ohrringe aus Weißgold mit Diamanten in Blumenform von Wempe, 6775 Euro.

**Schrittempo**

**Skater 1:** Gemusterter Anzug, 299,90 Euro, Baumwollhemd, 79,90 Euro, karierte Krawatte aus Wolle, 59,90 Euro, alles von Marc O'Polo; Kalbsleder-Sneaker von Bally, 395 Euro; Socken von Falke, 22 Euro; Uhr Royal Oak Offshore Driver Chronograph von Audemars Piguet mit orangefarbenem Kautschukarmband, 27300 Euro.

**Skater 2:** Sweater mit Nylonärmeln, 750 Euro, Baumwollhose, 1450 Euro, beides von Jil Sander; Turnschuhe aus Kalbsleder von Salvatore Ferragamo, 498 Euro; Socken von Falke, 25 Euro.

**Sie:** Beigefarbener Jumpsuit aus Wolle von Max Mara, 309 Euro; Mantel aus Schurwolle und Kaschmir von Hugo, 400 Euro; roter Rucksack aus gebürstetem Kalbsleder von Piquadro, 390 Euro; Strumpfhose von Falke, 22 Euro; Schuhe aus Leder mit Fell von Salvatore Ferragamo, 1350 Euro; schwarze Handschuhe aus Nappaleder von Roeckl, 149 Euro; Sonnenbrille von Escada Eyewear, 199 Euro.



**Mitfahrgelegenheit**

**Sie:** Grüne Jacke aus Nylon, 1750 Euro, blauer Nylonrock, 1300 Euro, Plateauschuhe aus dunkelblauem Samt, 650 Euro, schwarze Corsage aus Alpakawolle, 750 Euro, alles von Prada; Unterhemd mit Spitze von Mey, 59,95 Euro; Socken von Falke, 16,95 Euro.

**Skater 1:** Dunkelblauer Mantel, 2500 Euro, Pullover mit V-Ausschnitt, 550 Euro, Hose, 550 Euro, alles von Louis Vuitton; Schuhe aus schwarzem Veloursleder von Floris van Bommel, 230 Euro; Uhr „Senator Excellence“ aus Edelstahl mit weißem Zifferblatt und schwarzem Alligatorlederband von Glashütte Original, 8500 Euro.

**Skater 2:** Hemd, 39,90 Euro, dunkelblaue Anzughose, 449 Euro, beides Tommy Hilfiger; blaue Bomberjacke aus Polyester von Lacoste, 260 Euro.



**Wartezeit**

**Skater 1:** Jackett aus grauem Jacquardstoff, 1650 Euro, passende Weste, 870 Euro, Hose, 930 Euro, alles von Giorgio Armani; schwarze Turnschuhe aus Nylon mit gelben Details von Burberry Prorsum, 495 Euro; gelbe Socken von Falke, 25 Euro; Sonnenbrille von Oakley, privat.

**Skater 2:** Grau gemusterter Anzug, 6525 Euro, grauer Mantel, 6550 Euro, graublaues Hemd, 410 Euro, alles von Brioni; rahmengenähte Schuhe aus Kalbsleder von Ludwig Reiter, 629 Euro.

**Sie:** Gelbes Lederjackett, 895 Euro, Blazer aus Alpakawolle und Seide, 849 Euro, passende Hose, 445 Euro, alles von Max Mara; grau-weiße Handschuhe aus Baumwolljersey und Nappaleder von Roeckl, 69,90 Euro; Seidencarré von Hermès, 345 Euro.



**Express-Spur**

„Racing Travel Suit“ aus Wolle von Hackett London, 850 Euro; Weste aus Nylon von Herno, 330 Euro; Hemd von Olymp, 59,95 Euro; Krawatte von Brioni, 165 Euro; Skate-Handschuhe von Lush, 84,90 Euro; weißer Klapphelm von BMW, 495 Euro; Turnschuhe aus Kalbsleder von Salvatore Ferragamo, 498 Euro; Socken von Falke, 16,95 Euro; Aktentasche von Hartmann aus Leder, 850 Euro.  
ALLE PREISE CIRCA

**Produktion:** Bianca Lang-Bognár **Assistenz:** Alessa Kapp **Stylingassistent:** Sabrina Seifried **Fotoassistent:** Björn Gantert **Haare & Make-up:** Isabel Peters/Bigoudi  
**Models:** Jürgen Horwarth/MDCN Distribution, Konstantinos Gavrias/One2One, Josefina Bucaj/Exit models **Wir danken** Richi von Mantis für die Bereitstellung der Skateboards. Große Theaterstraße 43, 20354 Hamburg, [www.mantis-longboardshop.de](http://www.mantis-longboardshop.de) **Bezugsquellen:** [www.armani.com](http://www.armani.com), [www.audemarspiguet.com](http://www.audemarspiguet.com), [www.bally.com](http://www.bally.com), [www.bmw.de](http://www.bmw.de), [www.bottegaveneta.com](http://www.bottegaveneta.com), [www.brioni.com](http://www.brioni.com), [www.burberry.com](http://www.burberry.com), [www.carusomenswear.com](http://www.carusomenswear.com), [www.digel.de](http://www.digel.de), [www.dior.com](http://www.dior.com), [www.eduard-dressler.com](http://www.eduard-dressler.com), [www.escada.com](http://www.escada.com), [www.falke.com](http://www.falke.com), [www.fendi.com](http://www.fendi.com), [www.ferragamo.com](http://www.ferragamo.com), [www.florisvanbommel.com](http://www.florisvanbommel.com), [www.glashuette-original.com](http://www.glashuette-original.com), [www.hackett.com](http://www.hackett.com), [www.hartmann.com](http://www.hartmann.com), [www.hermes.com](http://www.hermes.com), [www.herno.it](http://www.herno.it), [www.hugoboss.com](http://www.hugoboss.com), [www.jilsander.com](http://www.jilsander.com), [www.lacoste.com](http://www.lacoste.com), [www.louisvuitton.com](http://www.louisvuitton.com), [www.ludwigreiter.com](http://www.ludwigreiter.com), [www.lushlongboards.com](http://www.lushlongboards.com), [www.marc-o-polo.com](http://www.marc-o-polo.com), [www.maxmara.com](http://www.maxmara.com), [www.mey.com](http://www.mey.com), [www.montblanc.com](http://www.montblanc.com), [www.oakley.com](http://www.oakley.com), [www.olymp.com](http://www.olymp.com), [www.palizeri.com](http://www.palizeri.com), [www.piquadro.com](http://www.piquadro.com), [www.pomellato.com](http://www.pomellato.com), [www.prada.com](http://www.prada.com), [www.roeckl.com](http://www.roeckl.com), [de.tommy.com](http://de.tommy.com), [www.wempe.de](http://www.wempe.de), [www.woolrich.eu](http://www.woolrich.eu), [www.zegna.com](http://www.zegna.com)



RALF SCHMITZ

EXCEPTIONAL HOMES

KEMPEN · DÜSSELDORF · BERLIN · HAMBURG  
RALFSCHMITZ.COM

EISENZAHNSTRASSE 1, BERLIN-WILMERSDORF

# Die große Kleine

*Olivia Putman.* Seit neun Jahren führt sie das Studio ihrer Mutter Andrée, der Grande Dame des französischen Interieurs – und gilt bereits selbst als Stilikone.

Text: Siems Luckwaldt

**D**urch die großen Fenster der Altbauwohnung von Olivia Putman blickt der Besucher über die Pfarrkirche auf der Place de la Madeleine – wenn er dazu kommt. Gerade flitzen Putmans dreijährige Zwillinge kreischend durch den Salon. Vorbei am Couchtisch und den Bronze-Windhunden vor dem Kamin. Ein Kindermädchen versucht die blonden Jungs aufzuhalten, die nun in den Flur stürmen. Nicht ohne unterwegs sämtliche Schubladen eines Sideboards aufzuziehen und zuzuknallen. „Maman muss jetzt arbeiten“, sagt Putman lächelnd. Den Protest dämpft die Tür, die sie mit einem Seufzer hinter den beiden schließt.

Olivia Putman streicht ihr marineblaues Wollkleid glatt. Sie arbeitet gerade von Schwarz zu „helleren Farben“ vor, sagt die 52-Jährige und nimmt auf einem halbrunden Sofa Platz. „Crescent Moon“ heißt es, entworfen hat es einst ihre Mutter für Ralph Pucci. Andrée Putman gilt als Legende, sie gestaltete 1984 das Interieur des „Morgans“ in New York mit schwarz-weißem Schachbrettboden und großen Bädern – und prägte damit das Bild von Design- und Boutique-Hotels. 1994 entwarf sie im Auftrag von Air France Geschirr und



Sitze für den Überschlafjet Concorde. Es folgten das Setdesign für Peter Greenaways Film „Die Bettlektüre“, Möbel für Poltrona Frau und die Schmuckkollektion „Vertigo“ für Christofle.

Olivia Putman trägt auch einen Ring der Traditionsmarke, den sie selbst entworfen hat. So wie die grauen Sessel „Velvet Monsieur“ und „Velvet Madame“ im Salon, deren sonnengelber Kontrastbezug die beiden Geschlechter symbolisieren soll.

Die Tochter steht ihrer berühmten Maman, die 2013 mit 87 Jahren starb und deren gestalterisches Werk regel-

**Subtiles Design:** Sesselpaar „Velvet Monsieur“ und „Velvet Madame“ von Studio Putman und Beistelltisch mit Schachbrettmuster in Walnuss und Orange für den Onlinehändler made.com, 199 Euro



**Talentierte Tochter:** An ihrem Schreibtisch entwirft Olivia Putman Interieurs, Gärten und Designobjekte für große Marken – wie schon ihre Mutter vor ihr. Mit ihrem Gewinnerbeitrag, einem Service in Form einer Kaffeekapsel (kleines Foto links), gelang ihr 2009 bei einem Wettbewerb von Nespresso der Durchbruch. Putman lebt mit ihrem zweiten Mann in Paris und hat vier Söhne

mäßig in Schauen gewürdigt wird, in nichts nach. Das asiatische Luxusmagazin „The Peak“ nennt Putman die „First Daughter of Design“.

„**Meine Mutter hat mir ein Alphabet hinterlassen**, mit dem ich eigene Wörter bilde“, sagt Olivia, die heute das Studio Putman führt. Mit einem sechsköpfigen Team entwickelt sie unterschiedlichste Dinge: einen Flakon für Nina Ricci, eine Cognacflasche für Hine, Glasobjekte für Lalique und Stoffe für Pierre Frey. Dazu die VIP-Lounges der Fluglinie Lantam in Südamerika, das „Sofitel Arc de Triomphe“ und zwei weitere Hotels auf Menorca. Daneben immer wieder private Residenzen: eine Hochhausetage in

Dubai, das Haus des Slim-Fast-Gründers S. Daniel Abraham in Palm Beach, die teuerste Eigentumswohnung in Paris. Auch Büros reizen Putman: „Am liebsten würde ich den Schreibtisch für Hillary Clinton entwerfen – mit integriertem Spiegel.“

Für die Armaturenmarke THG Paris entwarf sie unter anderem die Serie „Metamorphose“. „Sie verkörpert den Stil einer neuen französischen Klassik“, sagt Sophie Durand, bei THG für Designprojekte zuständig. „Olivia bleibt einfachen Formen treu, hat ein untrügliches Gespür für Proportionen und wagt originelle Materialmischungen.“ Zuletzt kombinierte sie Karbon mit Chrom. Putmans Designs, und auch das

ist für ein Unternehmen wie THG nicht ganz unwichtig, sind Bestseller.

Das britische Luxusmagazin „how to spend it“ beschrieb Putmans Stil einmal als „simple luxe“. Was das bedeutet, erklärt die Gestalterin so: „Ich sehe keinen Sinn darin, wenn man einen Stuhl nicht mehr als Stuhl erkennt. Design um des Designs willen, das hasse ich.“ Aus ihrer Konsole „Ginkgo“ etwa wachsen metallene Blätter. Die sind nicht bloß Dekoration, sondern dienen als Schalen für Schlüssel und anderen Kleinkram.

Putman war wie ihre Zwillinge ein wildes Kind. „Mit 15 steckte mich meine Mutter in ein Internat, nachdem sie herausgefunden hatte, dass ich im



vorangegangenen Schuljahr nicht ein einziges Mal im Unterricht gewesen war.“ Olivia hing lieber mit ihrer Clique ab und feierte in Pariser Clubs wie dem „Le Palace“ die Nächte durch. Andy Warhol war damals auch dabei und Yves Saint-Laurent. „Ich dachte, das sei das echte Leben.“

Zu der Zeit traf sie ihren heutigen Mann, einen Auktionator für Antiquitäten. Ein Paar wurden sie erst 25 Jahre und eine Ehe mit zwei weiteren Söhnen später. Mit dem Gatten teilt Olivia Putman die Liebe für die schönen Dinge. Wenngleich sein letzter Kauf, ein Walrossschädel mit japanischer Schnitzerei, ihr nicht sonderlich gefällt. Der Salon ist grob in ihre und seine Hälfte geteilt. Auf ihrer: altgriechische Statuen, ein Basquiat und ein französisches Schränkchen aus dem 17. Jahrhundert, geerbt von Andrée.

Aufgewachsen ist Olivia Putman mitten in Paris, in der Nähe von Pont Neuf. Früh merkte sie, dass ihre Mutter keiner der Mamas ihrer Freundinnen glich: Andrée kleidete sich extravagant, in ihrem Haus diskutierte das intellektuelle Paris bis in die Morgenstunden. „Sie backte sonntags keinen Schokoladenkuchen, dafür gingen wir zu Pink Floyd, als ich sechs war“, erzählt Olivia. „Irgendwann wurde mir klar, was für Chancen dieser Lebensstil bot.“

**Die Mutter schleppte sie am Wochenende auf Flohmärkte** und machte daraus ein Abenteuer: „Du musst alles finden und mir zeigen, was blau ist“, sagte sie. Vater Jacques, ein Rechtsanwalt und Kunstliebhaber, führte sie durch den Louvre – mit verbundenen Augen. Er war Belgier, stammte wie seine Frau aus wohlhabendem Haus und hatte den

**Schlichter Luxus:** Kronleuchter von Olivia Putman für die Glasmanufaktur Lalique aus der „Orgue“-Kollektion; Stoffe aus der Kooperation mit dem französischen Designhaus Pierre Frey und eine Waschbeckenarmatur aus der Kollektion „Métamorphose“ von THG Paris



Kontakt zu seiner konservativen Familie abgebrochen. „Er brachte mir bei, frei zu sein, genau zu beobachten.“

Jacques Putman war es, der schon Andrée für die Kunst begeistert hatte. Für Design interessierte die sich zwar schon als Mädchen, schmiss einmal alle Möbel aus ihrem Zimmer, weil sie nur Entwürfe von Mies van der Rohe um sich haben wollte. Doch erst mit 53 Jahren begann sie, als Designerin und Inneneinrichterin zu arbeiten. Irgendwann kam die Trennung: „Mein Vater entschied sich für eine jüngere Frau und bekam mit ihr einen Sohn. Meine Mutter fühlte sich verraten.“ Schlimmer noch: Andrée Putman konnte von ihrem Fenster direkt ins Wohnzimmer von Jacques und seiner neuen Familie blicken. Sie flüchtete sich in die Arbeit.

Olivia studierte derweil Kunstgeschichte an der Sorbonne. Im November 1987 lernte sie Jean-Michel Basquiat kennen, zog mit ihm durch Paris. Im darauffolgenden Frühjahr besuchte sie den Künstler in New York, verbrachte die letzten Monate mit ihm. Im August starb Basquiat, Olivia kehrte nach Paris zurück, begann, leer stehende Häuser in Ateliers umzuwandeln. Eine erste Annäherung an das Metier der Mutter.

Dann studierte sie Gartenarchitektur, inspiriert durch ihren Freund, den Schuhdesigner und Hobby-Botaniker Christian Louboutin. Olivia wirkte unter anderem an der Neugestaltung der berühmten Tuileries mit, begründete das Pagoda House in Tel Aviv, den Pariser Store von Marc Jacobs – und entwarf gelegentlich Gärten für Kunden des Studio Putman.

Ihr Tag beginnt oft schon zwischen fünf und sechs Uhr. Wenn die Kinder



**„Meine Mutter hat mir ein Alphabet hinterlassen, mit dem ich eigene Wörter bilde.“**

noch schlafen, blättert Putman ihre Agenda durch. Zum Studio in einem Dachgeschoss in der Rue Chauchat geht sie nach dem Frühstück zu Fuß. In ihrem Büro fällt der Blick auf eine Steinskulptur aus Afrika, auf einen Dankesbrief von Keith Haring an die Mama und auf eine 40-jährige Yuccapalme. Skizzen von Andrée hängen gerahmt an den Wänden. Das Familienerbe ist nicht zu übersehen.

Olivia Putmans engster Verbündeter ist Sébastien Grandin, CEO des Studios. Er arbeitete bereits für ihre Mutter. „Olivia geht flexibler mit Kundenwünschen um, passt ihre Konzepte bis zu einem gewissen Punkt an. Andrée hat ihre Vision immer mit Verve verteidigt, wollte ihr Gegenüber weiterbilden.“

Manche Kunden fordern allerdings selbst Olivias Entspannung heraus. Jene Hausherrin etwa, deren Mobiltelefon täglich mit dem Millimetermaß

zurechtgerückt werden musste. Oder die Millionärin, die in ihrem Luxusloft wie auf einer Müllkippe lebte: leere Joghurtbecher neben Jugendstil.

**Der Übergang von der Mutter zur Tochter hat das Studio vor neun Jahren gespalten.** 2007 stieß Olivia als Creative Director hinzu. Die Kollegen fürchteten um Chancen und nahmen sie zunächst nicht ernst, weil ihr ein Designdiplom fehlte. „Ich habe stattdessen 40 Jahre meine Mutter studiert“, sagt Putman. Andrée kämpfte zuletzt mit Demenz. Lange gingen ihre Symptome als Schulden durch, Andrées Exzentrik war berüchtigt. Olivia stand ihr im Stillen bei, wollte verhindern, dass Andrées Ruf litt. 2009 nahm sie an einem internationalen Designwettbewerb von Nespresso teil – ohne Mithilfe ihres Studiotteams. Sie gewann mit ihrem schlichten Entwurf eines Service in der Form von Kaffeekapseln. Das war ihr Durchbruch.

**Künstlerisches Doppel:** Olivia und Andrée Putman 1989. Nach dem Vorbild der Mutter begann die damals 25-Jährige Ateliers einzurichten, bevor sie Gartenbau studierte. Neben Park- und Grünanlagen entwarf sie auch bald Objekte und Möbel. Wie ihre Mutter vor ihr designt sie heute unter anderem Schmuck für die französische Tafelsilbermarke Christofle



„Olivia Putman hat ihre eigene Flugbahn erreicht, die sich von der Linie ihrer Mutter unterscheidet und doch deren Weg fortsetzt. Ihre Designs sind oft nicht sonderlich anspruchsvoll in der Form – aber dafür in den Details“, urteilte ein chinesischer Stilkritiker kürzlich über eine Putman-Werkschau in Hongkong.

Gerade arbeitet Olivia am Weinkeller eines Münchner Kunden. Ein Gentlemen's Club mit jeansblauen Stoffen schwebt ihr vor. „Mittlerweile spreche ich mit Elektrikern, Steinmetzen, Textilfabrikanten, Klempnern und Architekten in einer Sprache. Es ist mein tägliches Geschäft“, sagt Putman. Als ich im Studio anfang, hätte ich das nicht für möglich gehalten.“ Andrée Putman sagte oft: „Du könntest mir ruhig mal sagen, wie du meine Arbeit findest.“ Sie brauchte den Applaus. Die Tochter macht einfach ihre Arbeit.

Pyjama. Aus dem Bett auf den Laufsteg: Der Schlafanzug ist in Mode – und so elegant wie nie.

# Tag & Nacht

Text: Bianca Lang

Außer Julian Schnabel konnte es sich lange niemand leisten, im Pyjama vor die Tür zu gehen. Der amerikanische Maler und Regisseur besucht seit Jahren im Schlafgewand sogar Galaveranstaltungen – als Künstler beweist er so seine Unangepasstheit an gesellschaftliche Normen und Dresscodes.

Schnabel wird sich wohl eine neue Uniform zulegen müssen. Denn der Schlafanzug erlebt eine Aufwertung wie vor ihm nur Sportkleidung. Das verdankt er seiner Bequemlichkeit, dem zunehmenden Trend zu Casual Mode – und Marc Jacobs. Der ehemalige Chefdesigner von Louis Vuitton trat 2013 am Ende seiner Show im Pariser Louvre im Pyjama auf den Laufsteg. Bald darauf zeigten Dolce & Gabbana Morgenröcke in ihren Kollektionen, Pyjama-Looks folgten bei Gucci, Tod's oder Bally. Für die Frauen propagierten Labels wie Céline, Givenchy oder Calvin Klein sogenannte Slipdresses, also Kleider, die auch zum Negligé taugen.

Nachtwäsche gehört nicht mehr allein in die Betten. Als sich im Januar auf der Männermodemesse „Pitti Uomo“ in Florenz eine junge Generation von Schneidern vorstellte, demonstrierten nicht wenige von ihnen ihre Kunstfertigkeit an Pyjamas, die so fein geschnitten und erlesen hergestellt sind, dass sie problemlos auch tagsüber getragen werden können. Maison Marcy aus Brüssel etwa hat es sich zur Aufgabe gemacht, Schlafanzüge für rund um die Uhr zu fertigen, die elegant mit Mänteln samt Einstecktuch oder Hut kombiniert werden. Oder Otis Batterbee: Er hat Design an der renommierten Londoner Modeschule Central St. Martins studiert und verkauft nun

**Villa Delmita:**  
Smokingjacke aus Samt mit Seide, 295 Euro, [www.villadelmita.com](http://www.villadelmita.com)

bei Harrods Schlafmasken und -anzüge an Leute wie Bryan Ferry oder Prince Charles.

Die 33-jährige Designerin Anna Heinrichs aus München stellt mit ihrem Label Horror Vacui detailreiche Pyjamas aus ägyptischer Seide her, die sie in Florenz und auf dem Berliner Mode Salon während der Fashion Week präsentieren durfte. Wo sonst komplette Kollektionen zur Schau gestellt werden, zeigte sie nur Nachtwäsche. Nicht allein der Pyjama ist in der Mode angekommen, auch die Mode in Pyjamas. Luxuslabels wie Valentino, Versace, Stella McCartney oder Alexander McQueen bieten neuerdings eigene Linien für Night- oder Loungewear an. Das Londoner Kaufhaus Selfridges eröffnete jüngst auf 3500 Quadratmetern ein „Body Studio“ für Wäsche und Bademode. Die Verkäufe von Nachthemden und Pyjamas haben sich seit 2012 versechsfacht. Wer verstehen will, wieso, muss nur einmal knapp 600 Euro ausgeben für einen Schlafanzug von Olivia von Halle, in dem man sich nicht nur königlich bettet, sondern der sogar im verschlafenen Zustand Haltung verleiht. So beulenlos elegant mit Manschetten und abgestepptem Revers, so tailliert und seiden kommt er daher, dass die Familie beim Frühstück fragt, was man heute Besonderes vorhat.

Aber warum soll man so viel Geld ausgeben für ein Stück, das kaum jemand sieht? „Bei der Kleidung, die wir in Gesellschaft tragen, richten wir uns nach Regeln. Mode ist dann oft ein Statussymbol“, sagt Heinrichs. „Daher finde ich die Frage spannend: Wie viel Luxus gönnen wir uns selbst? Der Pyjama ist das intimste und daher vielleicht auch ehrlichste Kleidungsstück.“

**Ausstellung** „Undressed: A Brief History of Underwear“, bis 12. März 2017, Victoria and Albert Museum, London, [www.vam.ac.uk](http://www.vam.ac.uk) Fotos: Getty Images (3)



**Nimmermüde:** Designer Marc Jacobs, Künstler Julian Schnabel und die ehemalige Kreativdirektorin der US-„Vogue“, Grace Coddington, tragen gern Pyjama-Look



**Otis Batterbee:** Schlafbrille mit Prince-of-Wales-Karo, 60 Euro, [www.otisbatterbee.com](http://www.otisbatterbee.com)

**Marc O'Polo:** Feinripp-Jacquard-Schlafanzug, 89,95 Euro, [www.marc-o-polo.com](http://www.marc-o-polo.com)

**Gucci:** Bestickte Pyjama-Wollhose, 1490 Euro, und passendes Jackett, 1550 Euro, [www.gucci.com](http://www.gucci.com)

**La Perla:** Hose, 2040 Euro, T-Shirt, 50 Euro, und Mantel, 2300 Euro, [www.laperla.com](http://www.laperla.com)



**Olivia von Halle:** Seidenschlafanzug „Lila Clemence“ der britischen Designerin, 420 Euro, [www.oliviavonhalle.com](http://www.oliviavonhalle.com)

**Horror Vacui:** Palmetum-Pyjama für Herren aus ägyptischer Seide mit Paspeln und Fotoprint, 359 Euro, [www.horror-vacui.com](http://www.horror-vacui.com)

**Maison Marcy:** 24-Stunden-Baumwoll-Pyjama des belgischen Labels (o.) für Herren, 115 Euro, und Damen, 79 Euro, [www.maisonmarcy.com](http://www.maisonmarcy.com)

**Dolce & Gabbana:** Bedruckte Seidenhose mit passendem Pyjamatop, Preis auf Anfrage, [www.dolcegabbana.com](http://www.dolcegabbana.com)



# Starke Töne

Text: Sven Stillich und Bianca Lang



### Wroooooaam

Eine Soundbar! Von Porsche! Die aussieht, als wäre sie selbst mal Teil eines Sportwagens gewesen! Das 2.1-Virtual-Surround-System von Porsche Design ist mehr als nur ein Marketing-Gag, es besteht wirklich aus einem Original-Endschalldämpfer und einer Endrohrblende des Porsche 911 GT3 (Neupreis circa 137000 Euro). Die Soundbar klingt so selbstbewusst-bassig wie das Supercar aus Zuffenhausen. Die sonstigen Daten der Subwoofer-Erweiterung: Systemleistung 200 Watt, Leistungsaufnahme (im Stand-by) 0,39 Watt, 19 Kilo Gewicht, 74 Zentimeter Breite, 30 Zentimeter Tiefe, DTS TruSurround, Bluetooth-3.0-Schnittstelle. Mehr als bloß ein Autoradio. **2900 Euro**, [www.porsche-design.de](http://www.porsche-design.de)

### Vergissmeinnicht

Das Connequ von Piquadro ist ein schlaues Anhängsel. Hängt man es zum Beispiel

an einen Trolley oder an eine Tasche aus der Pulse-Kollektion

des italienischen Lederlabels, aktiviert es sofort die Nummer des programmierten Smartphones, wenn jemand das Gepäckstück entwendet (oder man es irgendwo stehen lässt). Hat der Alarm nicht geholfen, kann man per App das Connequ orten. Auf einer Karte zeigt es dann an, wo es sich gerade befindet – und mit ihm das Gepäck. Den smarten Aufpasser gibt es in verschiedenen Farben, Stücken aus der Pulse-Edition liegt es bei. **Ab 43 Euro**, [www.piquadro.com](http://www.piquadro.com)



### Flaschen-Geist

Was tun, wenn man für ein Glas Wein nicht die ganze teure Flasche öffnen möchte? Man greift zum Coravin Model Two Elite. Das System treibt eine dünne, hohle Nadel durch den Korken, lässt das Edelgas Argon in die Flasche strömen und gibt den Wein fein dosiert frei – ohne dass der Inhalt mit Sauerstoff in Berührung kommt. So kann er nicht oxidieren. Wird die Nadel entfernt, verschließt der Korken den Hohlraum wieder. Das ist genau so genial wie praktisch – selbst wenn man am Ende des Abends doch die ganze Flasche getrunken hat. **349 Euro**, [www.coravin.de](http://www.coravin.de)

### Digitales Hauskonzert

Mit einem Bier in der Hand und einer Couchlehne im Rücken präsentiert Joja Wendt im Frühjahr das Selbstspielsystem Spirio in der Hamburger Manufaktur von Steinway & Sons. So gemütlich wie im Wohnzimmer soll es der Musikfreund nämlich haben, wenn er per iPad und App seinen Spirio-fähigen Flügel per Bluetooth bedient und damit Konzertklänge in seine vier Wände holt. Wendt ist – wie auch Lang Lang – einer der großen Pianisten, die für Steinway live in New York Stücke eingespielt haben, die in Eins-zu-eins-Qualität über Spirio wiedergegeben werden können. Rund 3000 Aufnahmen umfasst das Musikarchiv bis jetzt, darunter Stücke verstorbener Künstler wie Rachmaninow. Fehlt nur noch das Bier zum vollen Genuss. **Ab 120000 Euro (B-Flügel mit Spirio-Paket)**, [www.steinway-spirio.com](http://www.steinway-spirio.com)

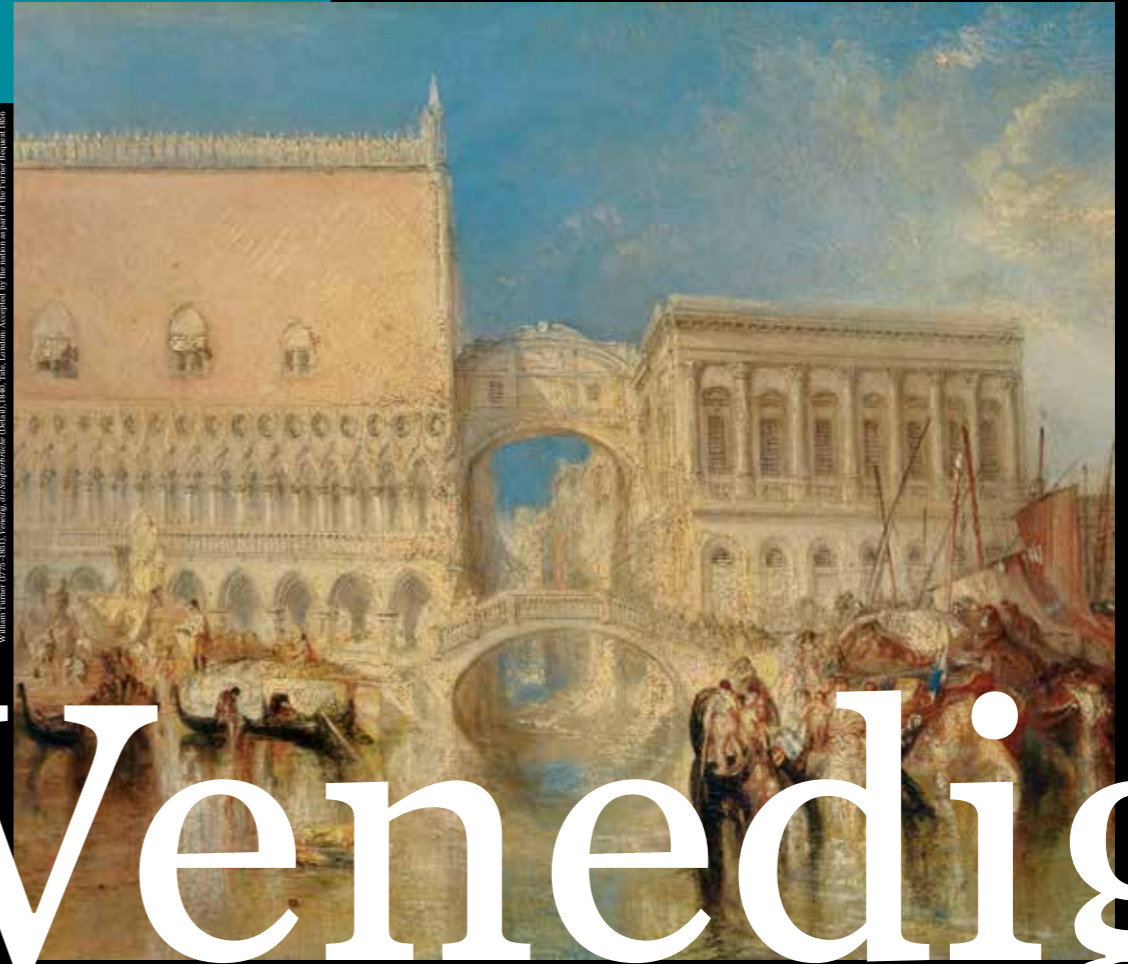
### Ohr and more

The Dash sind nicht nur kabellose In-Ear-Kopfhörer mit eingebautem Music Player, sondern ein Kommunikations- und Vitalsystem. Es misst Lebensfunktionen wie Puls und Sauerstoffsättigung, zählt mit seinem Neun-Achsen-Beschleunigungssensor die Schritte und dient überdies als Bluetooth-Headset. Gesteuert wird das Gadget des Münchner Start-ups Bragi über Fingergesten mithilfe eines ebenfalls integrierten smarten Berührungssensors. Mehr geht nicht auf so kleinem Raum – so etwas war früher Science-Fiction. **299 Euro**, [www.bragi.com](http://www.bragi.com)



# BUCERIUS KUNST FORUM

Das Bucerius Kunst Forum ist eine Einrichtung der



# Venedig

Stadt der Künstler

1. 10. 2016 – 15. 1. 2017

Rathausmarkt Hamburg



Die Ausstellung steht unter der Schirmherrschaft der Botschaft der Italienischen Republik

Die Ausstellung wird gefördert von

**LATHAM & WATKINS** LLP

# Helen Barbour

Sie führt in fünfter Generation die britische Traditionsfirma für Wachsjacken – gemeinsam mit ihrer Mutter. Die 50-Jährige über Töpfern, Teneriffa und High Heels.



**M**eine Leidenschaft ist das Töpfern. Wenn ich nicht arbeite oder reise, versuche ich mich in meinem Studio zu Hause an neuen Gefäßen. Ich liebe es, etwas mit den Händen zu formen und zu sehen, wie sich Vasen oder Schalen entwickeln. Ich besitze eine Sammlung mit Keramiken aus den 50er, 60er und 70er Jahren, vor allem Kaffeekannen der britischen Manufaktur J. & G. Meakin. Schöne Stücke sind selten geworden, die Firma gibt es leider nicht mehr. Seit drei Jahren besuche ich Kurse im Art College meiner Heimatstadt Newcastle, dort lerne ich, mit Metall, Holz und Keramik noch kreativer umzugehen. Einen Textilkurs belege ich demnächst auch noch, Stoffe haben mich ja immer schon interessiert.

Wenn ich mal ein Wochenende frei habe, schlafe ich aus, lese Zeitung und spaziere mit meinen drei Hunden zum Jesmond Dene in Newcastle, einem wunderschönen Park mit kleinem Zoo und einem Café – mitten in der Stadt. In den Ferien fahre ich am liebsten nach Teneriffa, die Insel ist meine zweite Heimat geworden. Meine Mutter hatte dort schon ein Apartment, jede Ferien habe ich dort verbracht. Als meine Kinder klein waren, sind wir immer im Hotel Bahia Del Duque abgestiegen. Heute wohne ich dort mit meinen Freundinnen. Wir gehen dann gern ins italienische Restaurant Bianco in Playa de las Americas. Manchmal fliegen wir auch nach Mallorca und trinken abends Cocktails in dem verwunschenen Hinterhof der Bar Abaco in Palma.

**„Zum Glück bin ich selten auf Festen, für die ich High Heels tragen müsste.“**

Ich bin viel unterwegs und muss immer was zu tun haben, sonst wird mir langweilig. Ich engagiere mich wohltätig, besuche

jedes Jahr die Jagd des Prince's Trust, auch wenn ich selbst keine sonderlich gute Schützin bin. Bei den Charity-Events, die Barbour unterstützt, bin ich natürlich ebenfalls dabei, besuche Organisationen und Menschen, die von unserer Stiftung Spenden erhalten. Sobald ich in ein Tierheim komme, bricht es mir jedes Mal fast das Herz – ich bin ja jetzt in einem Alter, in dem ich öfter Bilder von meinen Hunden und Katzen herumzeige als von meinen Kindern.

Glücklicherweise bin ich nicht oft zu schicken Festen eingeladen. Ich hasse es, in High Heels herumzustaksen. Meine Jimmy Choo sind zwar die tollsten Schuhe im Schrank, aber am liebsten trage ich Jeans, Boots und eine meiner 50 Barbour-Jacken. Fast wie die Queen. Manchmal kaufe ich online bei Desigual ein, deren Kleider sind so schön bunt. Wenn mir im Supermarkt ein T-Shirt gefällt, nehme ich das aber auch mit. Es muss nicht immer Marke sein.

**ADRESSEN**

- Park & Zoo** Jesmond Dene, Newcastle, [www.jesmonddene.org.uk](http://www.jesmonddene.org.uk)
- Restaurant** Arlo, 36–38 Brentwood Avenue, Newcastle, [www.arlojesmond.com](http://www.arlojesmond.com)
- Keramik** J. & G. Meakin (Foto: Kaffeekanne), Ausstellung z.B. im Wedgwood Museum Barlaston, [www.wedgwoodmuseum.org.uk](http://www.wedgwoodmuseum.org.uk)
- Teneriffa** Hotel Bahia del Duque, Santa Cruz de Tenerife, [www.bahia-duque.com](http://www.bahia-duque.com); Restaurant Bianco, Playa de las Americas, [www.biancorestauranttenerife.com](http://www.biancorestauranttenerife.com)
- Mallorca** Bar Abaco, Palma, [www.bar-abaco.es](http://www.bar-abaco.es)
- Shoppen** Desigual (Foto: Kleid), über [www.zalando.de](http://www.zalando.de); Jimmy Choo (Foto: Stiletto) [www.jimmychoo.com](http://www.jimmychoo.com)



WAS ZÄHLT SIND  
FREIRAUM,  
INSPIRATION  
UND SIE.



**Smarter together.** USM Privacy Panels strukturieren den Arbeitsraum und schaffen eine akustisch optimierte Atmosphäre – jederzeit anpassbar an die Arbeitsweisen Ihrer Zukunft.

**#usmmakeityours**

**NEU!** Konfigurieren Sie Ihr individuelles USM Möbelstück online!

Besuchen Sie unsere autorisierten Handelspartner oder unsere USM Showrooms in Berlin, Bern, Düsseldorf, Hamburg, London, München, New York, Paris, Stuttgart, Tokio oder unseren Blog [personalities-by-usm.com](http://personalities-by-usm.com)

**USM**  
Möbelbausysteme

[www.usm.com](http://www.usm.com)



## RIMOWA ELECTRONIC TAG

DIE ERSTE DIGITALE CHECK-IN-LÖSUNG  
FÜR IHR GEPÄCK.



Offizieller Launch Partner



**Lufthansa**

Die Zukunft komfortablen Reisens: RIMOWA Electronic Tag. Checken Sie Ihr Gepäck per Smartphone von überall aus ein und geben Sie es in Sekundenschnelle auf. Erfahren Sie mehr auf: [www.rimowa-electronicitag.com](http://www.rimowa-electronicitag.com)



RIMOWA Stores in Deutschland: Hamburg, Köln, München, Stuttgart

Germany since 1898