S-Magazin Nr. 10: *Naturalismus* Wie die Sehnsucht nach der Natur unser Leben bestimmt

Draußen sein
Wir haben aktuelle Mode in niederrheinischer Landschaft fotografiert, der Heimat von Joseph Beuys. Der Künstler, dessen 100. Geburtstag 2021 bevorsteht, ließ sich in seinem Werk stark von Pflanzen und Tieren inspirieren

ISABEL MARANT

REBECCA LEIGH
PHOTOGRAPHED BY JUERGEN TELLER

Foto Cover: Annelie Brujin; Mode auf dem Cover: (Sie) Mantel von COS, 150 Euro, (Er) Parka von Bugatti, 259 Euro; Hemd von COS, 79 Euro; Hose von Dior, 790 Euro; Automatikuhr Code 11.59 von Audemars Piguet, 27 000 Euro / Mode auf dieser Seite: s.S. 28

S-Magazin
Das Stilmagazin des **SPIEGEL**
März 2020

Den Inhalt dieses Hefts
finden Sie auch auf
www.spiegel.de/leben/stil/s-magazin

»**Das Sterben der Natur lässt uns spüren,** dass ihr Tod auch uns betrifft, seelisch wie körperlich. Die Natur rückt uns in einem Maße näher, wie sie real verschwindet«, schreibt der Biologe und Philosoph Andreas Weber in seinem Essay für diese Ausgabe des S-Magazins. Der »Naturalismus«, also die Sehnsucht nach der Natur, greift um sich und bildet einen Kontrapunkt zu unserem künstlich verdichteten Alltag. Wir gehen waldbaden oder dekorieren unsere Wohnungen wieder wie früher mit Topfpflanzen. Wir wünschen uns in unserer Umgebung mehr Nachhaltigkeit und weniger Plastik – eine große Herausforderung vor allem für die Mode. Designer entwerfen Stücke aus umweltfreundlichen Stoffen, die zum Beispiel Fasern aus natürlichen Rohstoffen wie Ananasblättern, Algen oder Blüten enthalten. »Laßt Blumen sprechen« betitelte Joseph Beuys bereits 1974 eines seiner Werke. Im kommenden Jahr wird der 100. Geburtstag des großen deutschen Nachkriegskünstlers gefeiert. Beuys hat sich von der Natur inspirieren lassen, von Pflanzen, Tieren und der niederrheinischen Landschaft, die er sein Zuhause nannte. Wir haben in seiner Heimat aktuelle Mode inszeniert. »In seinem Werk und Leben spiegelt sich das Durchdrungensein von Landschaft und allen ihren Lebensformen wider«, schreibt Franz van der Grinten, Weggefährte und Spross einer Sammlerfamilie. »Beuys' Denken und Handeln lässt jeden Politiker alt aussehen«, so van der Grinten. **Viel Freude mit S, Ihre Redaktion**

32

14

20

04 Magazin I
Brillen aus Rizinusöl / Klassiker: Die Perlenkette ist zurück / Nordseeluft im Baumhaushotel / Kolumne: Die Dinge des Lebens. Von Claudia Voigt

06 Magazin II
Herzenssache von Palina Rojinski / Nistkästen von Hadi Teherani / Weinkolumne: High Glass

08 Protagonisten
Eine Meeresforscherin, ein Landschafts- und Tierfotograf sowie ein jagender Koch über den Wert der Natur in ihrem Leben

10 Streetstyle
Die Farben von Freiburg

12 Auftakt
Naturphilosoph Andreas Weber erklärt, warum wir uns endlich als Teil der Natur begreifen lernen müssen

14 Feature
In der Mode ist die Materialrevolution ausgebrochen. Viele Marken experimentieren mit natürlichen Rohstoffen wie Ananasblättern, Algen oder Blüten

20 Mode
2021 würde Joseph Beuys 100 Jahre alt. Wir zeigen Frühjahrs-Looks in den Gärten von Schloss Moyland, wo das größte Beuys-Archiv zu Hause ist. Franz van der Grinten schreibt über den Naturmenschen Beuys, den er als Kind kennenlernte

32 Trend
Der Ficus lebt: Zimmerpflanzen erleben ein Comeback – in modernisierter Form

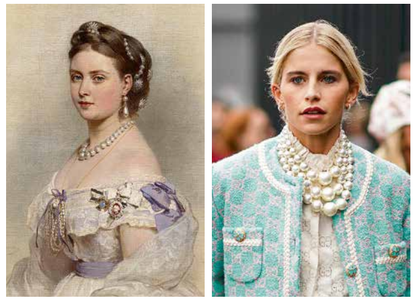
34 *Beauty*
Je reiner, je besser: Neue Pflegeprodukte setzen auf äußere wie innere Reduktion

36 Hier kocht der Chef
Grünes Gemüse von Andree Köthe aus dem Nürnberger »Essigbrätlein«

37 Kolumne
Der Ethiker: Wieso wir die Natur mehr lieben als sie uns. Von Nils Minkmar
Impressum/Hersteller

38 Das gezeichnete Interview
Von und mit Alfredo Häberli

Bio-Brille
Das österreichische Label Neubau Eyewear verwendet für seine ab April erhältlichen 3-D-gedruckten Gestelle ein aus Rizinusöl gewonnenes Material, 349 Euro, neubau-eyewear.com



Gestern und heute Prinzessin Victoria (1867 auf einem Gemälde von Franz Xaver Winterhalter) trug wie bereits ihre Mutter, die britische Königin Victoria, mit Vorliebe Perlenschmuck. Sogar Influencerin Caro Daur wirkt heute geradezu aristokratisch, wenn sie sich mal Perlen umhängt

Die Perlenkette

Klassiker In einer Welt, die sich von Plastik verabschieden will, ist die Perle sehr willkommen. Sie braucht fast zwei Jahre, um heranzureifen, und pflegt es dort zu tun, wo Natur und Wasser noch unberührt sind: in der Abgeschiedenheit einer schützenden Auster. Die ältesten Perlenschmuckstücke sind 2400 Jahre alt und wurden im Sarkophag der persischen Könige von Susa gefunden. Später schmückten sich reiche Römer mit Perlen. Verschwenderisch stellte sie etwa Caligulas Frau zur Schau. Der Kaiser selbst schmückte Stiefel und Pferd mit Perlen. Im Mittelalter war auf Druck der Kirche Schluss mit der Angeberei. Erst in der Neuzeit erlebte die Perlenkette eine Renaissance. Von allen Königinnen war Englands Elizabeth I. die leidenschaftlichste Liebhaberin. Gemälde zeigen sie mit verschiedenen Ketten – einige reichten bis zu den Knien. Nachfolgerin Victoria und deren Töchter hielten Jahrhunderte später die Tradition aufrecht. »Perlen sind etwas sehr Reines«, sagt Yana Nesper, Chefin des gleichnamigen Schmucklabels. »Sie machen Frauen auf natürliche Weise elegant.« Vielleicht ist das der Grund, warum sich Influencerin Caro Daur möglichst große Perlen umhängt. Die italienische »Vogue« zeigte jüngst ein Model mit bodenlanger Kette. Vielleicht ein bisschen unpraktisch in diesen bewegten Zeiten, aber egal. Plastik vergeht, die Perle bleibt – je länger, desto besser. *Aïcha Reh*

Was für ein Blick!

Vogelfrei an der Küste
In Otterndorf, wo die Elbe in die Nordsee mündet, liegt direkt hinterm Deich das »Baumhaushotel«. Aus den Wipfeln 200 Jahre alter Bäume reicht der Blick weit übers Wasser. Die fünf Holzhäuser mit Vogelnamen sind ausgestattet mit Schlaf- und Wohnbereich, Küche, Bad, Kaminofen – und großen Fenstern. Ab 510 Euro für zwei Nächte, **mein-baumhaus.de**

Die Dinge des Lebens

von Claudia Voigt

Darmflora und Osterglocken Es soll an dieser Stelle nicht um weltpolitische Fernsehnachrichten gehen, sondern um das, was Abend für Abend vor der „Tagesschau“ zu sehen ist. Wenn es noch einen Zeitpunkt gibt, an dem das Fernsehen einen Lagerfeuer-Effekt entfaltet und unterschiedliche Zuschauer versammelt, dann sind das vermutlich die Minuten vor der Nachrichtensendung: Manche lassen den Apparat nach dem Vorabendprogramm einfach laufen, andere schalten schon mal ein, rechtzeitig für den Hauptfilm oder die Sportübertragung – und dann gibt es noch Menschen wie mich: Ich gucke ernsthaft regelmäßig die „Tagesschau“. Das liegt nicht an der Qualität der Sendung, wahrlich nicht, ich bin mit diesem Alltagsritual aufgewachsen, ich brauche das. Mein Sohn findet es etwas wunderlich, dass ich überhaupt fernsehe, er ist bald 20. Das Lagerfeuer brennt also eher für Ältere, für die Zielgruppe der über 50-Jährigen. Wir sind die Boomer, wir sind viele, deshalb sind wir werberelevant – doch offensichtlich sind wir auch ganz schön angeschlagen.

Im zurückliegenden Winter fiel mir auf, dass um kurz vor acht eigentlich nur für Medikamente geworben wird. Alles begann damit, dass mir ein Werbespot für ein Produkt gegen Reizdarm enorm auf die Nerven ging. Wobei „ein Werbespot“ die Sache nicht trifft. Im Laufe der dunklen Monate erschienen unterschiedliche Männer und Frauen auf dem Bildschirm und versicherten, dass ihre Darmprobleme nun gelöst seien. Wie schön, dachte ich mir. Hat sich eigentlich schon mal jemand mit der Frage beschäftigt, ob es ein spezifisch deutsches Phänomen ist, mit welcher Hingabe wir uns unseren Eingeweiden widmen? Das Buch „Darm mit Charme“ war vor wenigen Jahren ein Top-Bestseller; ständig reden alle davon, wie man seinem Mikrobiom etwas Gutes tun kann – und nun beschäftigt uns neben der gesunden Darmflora auch noch der Reizdarm.

Doch als meine Aufmerksamkeit für den Werbeblock erst mal geweckt war, stellte ich fest, dass die Gebrechen zahlreicher sind: Erkältungen, Gelenkschmerzen, Hörgeräusche, Nervenschwäche, Sodbrennen, Schlaflosigkeit, Kopfschmerzen, kribbelnde Fußsohlen.

Mit Interesse werde ich beobachten, ob das im Sommer so weitergeht. Bis dahin hoffe ich, dass das große Unwohlsein auch jahreszeitlich bedingt ist. Dass es mit dem Mangel an Sonne, Helligkeit und Farbe zusammenhängt, den wir zwischen Ende Oktober und März irgendwie überstehen müssen. Als ich vor vielen Jahren im Winter mal einige Wochen auf Bali verbrachte, ereilte mich beim Landeanflug auf Frankfurt ein kleiner Schock. Nach dem berauschenden Grün der indonesischen Reisfelder sah Deutschland aus der Luft betrachtet einfach nur schlammfarben aus. Und seien wir ehrlich, diese Farblosigkeit setzt sich während der Wintermonate im Alltag fort: lauter graue Herren in der U-Bahn, bei den Damen ist über Monate Beige das neue Schwarz.

Es wird höchste Zeit für den Frühling und für Farbe. Das Pantone Color Institute hat für 2020 „Classic Blue“ zur Farbe des Jahres erklärt. Ein Blau wie das Mittelmeer an einem strahlend schönen Hochsommertag um fünf Uhr nachmittags. Doch vorher kommt noch die Zeit der gelben Osterglocken und der rosa Kirschblüten, des maigrünen Waldes und lila Flieders, der roten Erdbeeren und orangefarbenen Sonnenuntergänge. Die Natur liegt farblich einfach nie daneben. In unseren Breitengraden macht sie halt einige anstrengende Monate lang Pause, aber wenn sie wiedererwacht, ist der Trost ihrer Schönheit groß. Vor der „Tagesschau“ zeigen sie dann wahrscheinlich Werbespots für Heuschnupfenmittel. S

Edward Berthelot / Getty Images

Herzenssache »Diese Jacke macht enorm gute Laune. Alle lachen einen an, wenn man sie trägt. Man nimmt sich selbst darin nicht so ernst. Und wann bitte hat man etwa auf einer Veranstaltung die Gelegenheit, so viel Geborgenheit zu tragen? Nur in dieser Jacke. Ich habe sie mal bei Adidas Originals ergattert. Entworfen hat sie der amerikanische Designer Jeremy Scott. Sie ist ein echtes Sammlerstück. Scott hat Humor, vermischt Mode, Popkultur und Rebellion. Vor ein paar Jahren habe ich die Jacke auf einer Fashion Show in Berlin getragen. Das war mal ein echtes Mode-Statement. Für die ›Herzenssache‹ bin ich bereit, sie loszulassen.«

Für jede Ausgabe von S spenden Prominente ein privates Objekt. Diesmal: eine Kapuzenjacke mit Teddybären der Moderatorin und Schauspielerin Palina Rojinski (34). Sie war zuletzt in dem Kinofilm »Nightlife« zu sehen. Ihr Podcast »Podkinski« gehört zu den deutschen Top Ten.

Schicken Sie Ihr Gebot bis 3.4. an herzenssache@spiegel.de. Der Erlös der Versteigerung geht auf Wunsch der Schauspielerin an das Therapiezentrum ankerland.de für traumatisierte Kinder.

Luxushotel für Bienen

Rund 600 Arten von Wildbienen gibt es in Deutschland. Tendenz fallend – 55 Prozent davon gelten hierzulande als gefährdet. Durch zugebaute Städte und Monokulturen in der Landwirtschaft verlieren die Wildbienen ihren Lebensraum. Die Hamburger Initiative »Bee and You« setzt sich für die Insekten ein, die zusammen mit gezüchteten Honigbienen rund 80 Prozent unserer Nutz- und Wildpflanzen bestäuben. Neben Pollen und Honig bietet »Bee and You« nun auch Design-Nisthilfen für die Artenvielfalt an, gestaltet von Stararchitekt Hadi Teherani.

Wildbienen-Nisthilfe von Hadi Teherani aus zertifizierter Fichte und Eiche für »Bee and You«, verfügbar in den Größen S (02) fürs Fensterbrett oder den Balkon, in M für den Garten oder in L (01) für den öffentlichen Raum, Dächer oder Firmengelände, ab 450 Euro, beeandyou.help

01

02

High Glass

Die Weinkolumne

Es entbehrt nicht einer gewissen Ironie, dass man vom Gut Odinstal, hoch über Wachenheim an der Weinstraße, einen ungestörten Blick auf die BASF-Fabriken in Ludwigshafen hat. Während unten Dünger oder synthetische Pflanzenschutzmittel produziert werden, verzichtet man hier oben auf Chemie. Im Winter düngen Schafe den Boden zwischen den Reben, im Sommer grasen Kühe die angrenzenden Weiden und Obstwiesen ab. Wer hier hochkommt, nimmt den langen, steinigen Weg ab Wachenheim. Am besten geht das in Wanderschuhen oder zu Pferd. Oben angekommen, ist man dem Himmel so nah wie sonst nirgendwo in der Pfalz. Was man auch auf die Weine beziehen kann, die hier seit 2004 von Thomas und Ute Hensel erzeugt werden. Sie sind hell, klar und würzig und jeder für sich höchst individuell. Auf fünf Hektar Rebflächen, die nach biodynamischen Demeter-Richtlinien bewirtschaftet werden, kultiviert Betriebsleiter Andreas Schumann vor allem Riesling, Silvaner und Weißburgunder. Der Boden hier am Pechsteinkopf, einem ehemaligen Vulkan, ist selten heterogen. Hier liegen Buntsandstein, Muschelkalk, Keuper und Basalt nebeneinander, obwohl sie der Abfolge der erdzeitlichen Epochen nach übereinander liegen müssten. Der Boden ist, im Zusammenspiel mit Rebe, Wind und Wetter, der Garant für die Originalität und Qualität der Weine. Den Kompost stellt Schumann selbst her, ebenso die biodynamischen Hornpräparate. Er möchte die Besonderheiten des Terroirs und des Jahrgangs „mit aller Konsequenz herausarbeiten“, wie er sagt. Seine Weine – etwa der sinnliche 2018er Auxerrois 350 N.N. oder der gnadenlos trockene Cidre Pét-Nat – sind nach alter Sitte hergestellt: mit natürlichen Hefen in Stahl-, Holz- oder in die Erde gegrabenen Tongefäßen ausgebaut, allenfalls leicht filtriert und mit nur wenig oder gar keinem Schwefel versetzt. S *Weine über vinaturel.de*

Stephan Reinhardt, 52, bewertet etwa 4000 Weine jährlich für Robert Parkers »Wine Advocate«.

Fotos: Nils Müller, Verena Felder

VOR UNS DIE WELT

WIR MACHEN KLAR SCHIFF.

100% SCHWERÖL-FREI

Unsere Schiffe verwenden weltweit ausschließlich das schwefelarme Marine-Gasöl 0,1 %. Damit gehen wir weit über die gesetzlichen Bestimmungen hinaus und reduzieren zudem durch den Verzicht auf Schweröl die Schwefelemissionen unserer Schiffsflotte um 80 %. So setzen wir Maßstäbe für die gesamte Kreuzfahrtbranche und schützen, was unsere Gäste und uns fasziniert.

HAPAG 18 91 LLOYD CRUISES

Schweröl-Verzicht, Katalysatortechnik und Landstrom. Mehr über diese und weitere Maßnahmen zum Umweltschutz unter: **www.hl-cruises.de**

Was bedeutet Ihnen Natur? Eine Frage, drei Antworten

Protokolle: Bianca Lang/Andreas Möller/Mariam Schaghaghi

I Alexandra Cousteau

01 *02*

01 **Alexandra Cousteau, 44** setzt als Filmemacherin und Umweltaktivistin die Arbeit ihres Großvaters, des Meeresforschers Jacques Cousteau, fort

02 **Oceans 2050** Cousteaus 2019 gegründete Organisation zur Rettung der Weltmeere, oceans2050.com

Ich habe mich der Natur immer schon sehr nah gefühlt. Wenn ich in unserem Landhaus in Frankreich die Frösche und Vögel draußen höre, beruhigt mich das. Als Kind habe ich es geliebt, in den Ferien mit Eimer und Netz am Strand kleine Lebewesen einzusammeln, zu beobachten und wieder freizulassen. Doch wir verlieren die Verbindung zur Natur. Wir sehen Orte unserer Kindheit verschwinden und mit ihnen ganze Ökosysteme. Wir merken, dass nach einer langen Autofahrt die Windschutzscheibe nicht mehr voller Insekten ist, und begreifen, wie einsam das Leben auf diesem Planeten wird ohne all die Geschöpfe, die uns Gesellschaft leisten: die Schmetterlinge, Blumen, Fische. Das ist sehr schmerzhaft. Aber Trauer kann zu etwas Gutem führen, nämlich dazu, dass wir wiederbeleben, was verloren scheint. Wir haben allerdings nicht mehr viel Zeit. Für mich ist es wichtig, dass wir den Meeren wieder zu ihrer ganzen Pracht verhelfen. Die bloße Erhaltung wie zu Zeiten meines Vaters und Großvaters reicht nicht mehr. 2050 könnten die Ozeane wieder voller Leben sein, nicht voller Plastik. Möglich ist das.

II Michael Poliza

03 *04*

03 **Michael Poliza, 62** Der Hamburger Natur- und Tierfotograf bietet seit 2015 auch Reisen zu unberührten Orten an, die er mit der Kamera entdeckt hat. michaelpoliza.com

04 **The World** Fotoband von Poliza (teNeues 2019), Foto rechts: in den Bergen Äthiopiens

Am glücklichsten bin ich in echter Wildnis, also in einer 360-Grad-Wildnis. Nirgendwo fühle ich mich wohler als an Orten, die völlig unbeeinflusst sind von menschlicher Zivilisation – wo es keine Straßen, keinen Müll und keinen Handyempfang gibt. Das ist magisch, weil du nicht weißt, ob du vielleicht der erste Mensch dort bist. Von diesen Orten gibt es mehr, als man glaubt, vor allem in Afrika, in der Arktis und Antarktis. Manchmal kommt man dort nur mit dem Helikopter hin. Das ist dann die sensibelste Form des Reisens, per Auto würde man länger brauchen und mehr Schaden anrichten. Wenn wir abheben, verwischen wir unsere Spuren. Den CO_2-Ausstoß aller Flüge kompensiere ich bei myclimate.org. Sicher kann man fragen, ob Reisen sinnvoll ist. Ich finde ja, es dient der Völkerverständigung, dem Frieden, baut Vorurteile ab. Manche Orte finde ich schön, weil dort so wenig ist. An anderen überschüttet die Natur einen mit Farben und Formen. Die Natur ist für mich der beste Designer, deshalb muss ich meine Bilder auch nicht retuschieren. Jeder kann darauf die Orte so sehen, wie ich sie selbst in natura erlebt habe.

III Mike Robinson

05 *06*

05 **Mike Robinson, 50** Der britische Fernsehkoch jagt vor allem, um seine Restaurants mit Wildbret zu versorgen, darunter das »Harwood Arms« in London, das er mit einem Partner führt

06 »**The Woodsman**« Robinsons neues Lokal in Stratford-upon-Avon

Hirsche sind erstaunliche Tiere, und ich empfinde mich als ihr Beschützer, auch wenn sie mich vermutlich nicht so nett finden, weil ich sie jage. Ich bewirtschafte 15 000 Hektar Land und kontrolliere den Bestand zum Wohl der Herde und der Bauern. Im Durchschnitt müssen mein Team und ich jedes Jahr etwa 500 Damhirsche, 300 Muntjakhirsche und 300 Rehe erlegen. So erhalten wir den Bestand. Wir nennen das »farming the wild«. Etwa ein Drittel der Tiere landet in meinen Restaurants, der Rest geht an Kollegen. Weil ich im Einklang mit der Natur arbeite, kann ich meine Restaurants nachhaltig betreiben. Wenn ich auf die Pirsch gehe, habe ich immer einen Beutel dabei, um einzusammeln, was ich noch in der Küche verwenden kann: Bärlauch, Brennnesseln, Pilze, Beeren, Nüsse. Ich möchte mit meinen Gerichten die Wildnis auf den Teller bringen – egal, ob das ein Hirschsteak ist, eine glasierte Rehschulter oder ein schöner Salat aus Isle-of-Wight-Tomaten, Burrata, Gartenkräutern und Sauerteigbrot. Meine Mission ist es, die Menschen für die Schätze der Natur zu begeistern.

The Aviation Pioneers Squad
Scott Kelly
Rocio Gonzalez Torres
Luke Bannister
AVENGER
LUKE BANNISTER
XBLADES
DRONE RACING TEAM
BREITLING
1884
BREITLING BOUTIQUE
BÖRSENSTRASSE 2-4
FRANKFURT
AVENGER NIGHT MISSION

1/ Maria, 32, Inhaberin Kleiderei Freiburg
Mantel: Misbhv; Pullover: Vintage;
Brille: mó Barcelona; Tasche: Kvinna

2/ Marie, 26, Texterin und Veranstalterin
Mantel, Schal, Pulli, Tasche: Vintage

2/ Micha, 46, Designerin, Veranstalterin
Mantel: Baggini; Pulli: selbst gestrickt;
Handtasche: CaGi

3/ Gabriele, 64, Hausfrau
Pullover: Eft; Hose: Fabiana Filippi;
Tasche: Chloé; Schuhe: Tod's;
Brille: Dolce & Gabbana

4/ Deborah, 23, Studentin
Mantel: Only; Pullover: Vintage;
Hose: Blue Family; Schuhe: Coolway;
Mütze: H&M

5/ Christian, 42, Florist
Jackett und T-Shirt: Vintage;
Hose: Marc O'Polo

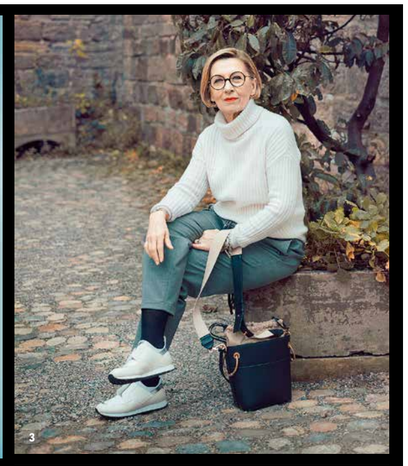
6/ Egzona, 26, Studentin
Hose: Lucy & Yak; Pullover: People Tree

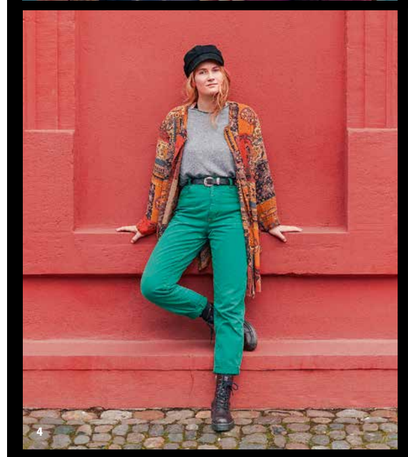
6/ Vincent, 25, Student
Jacke: Vintage; Pullover: Thokk Thokk;
Hose: Kuyichi; Uhr: Kerbholz

7/ Moritz, 32, Biochemiker
Cargobike: Muli; Mantel: Bugatti;
Pullover: Bench; Hose: Levi's;
Schuhe: Vans

1

2


3


4

5

6

7

Die Farben von Freiburg

Text: Gina Kutkat
Fotos: Lena Giovanazzi

Wäre diese Stadt eine Farbe, dann wäre diese wohl Grün: Freiburg hatte den ersten grünen Bürgermeister, ist für das autofreie Viertel Vauban bekannt, gilt als Mekka für Fahrradfahrer und Nachhaltigkeit. Die Stadt beherbergt über 20 000 Studenten aus aller Welt und gefühlt ebenso viele Touristen und Zugezogene – alle sind willkommen. So mischen sich in das Grün noch andere Nuancen. »Freiburg ist bunt und weltoffen«, sagt Felix Groteloh, der seit 20 Jahren hier als Fotograf arbeitet.

Aber ist Freiburg auch modisch? Auf den ersten Blick: nein. Man sieht Funktionsjacken, Barfußschuhe, Leinen-Looks, wenige Marken und nie High Heels. Aber der zweite Blick zeigt: Es kommt auf die Mischung an und die Menschen. »Hier gibt es viele coole Leute wie DJ Hank Strummer mit seinem Rockabilly-Stil oder Schnapsbrenner Florian Faude mit seinen Poloshirts – überall findet man Perlen«, so Groteloh.

Wer durch die Altstadt läuft, den Münstermarkt besucht und sich am Bächle vorbeischlängelt, trifft sie, die modischen Hingucker: den tätowierten Papa, ganz in Schwarz, die Lehrerin mit grauen Haaren und bunten Marlene-Hosen, die Studentin mit blond gefärbtem Pixie-Cut und Trainingsjacke, die Oma mit Chucks.

»Der Freiburger Stil ist so wie die Bewohner: Etwas öko, praktisch, modern und farbenfroh«, sagt Neele Hofmann, die auf justafewthings.de über Fair Fashion bloggt. »Viel Make-up sieht man selten. Wäre auch unpassend, weil wir bei Wind und Wetter draußen sind.« Zum Glück gilt Freiburg als Toskana Deutschlands.

Wenn es um ihre Outfits geht, kaufen die Freiburger lieber Secondhand als Fast Fashion. »Nach Organic und Fair Trade ist Vintage nun sehr gefragt: Achtziger-Jeans, Neunziger-Trainingsjacken«, sagt Matthias Oberle, der in seinem Laden YumYum Marken wie Armedangels, Veja oder Ichi anbietet. Wichtig für die Garderobe: Sie muss zum Radfahren taugen und lange halten, der Umwelt zuliebe. »Bequemlichkeit und Qualität stehen im Vordergrund«, bestätigt Sandra Suhr vom Traditionskaufhaus Kaiser Mode. In Freiburg macht jeder, was er will, keiner schert sich um Trends. »Das macht den Freiburger aus«, sagt Benedikt Flügel vom gleichnamigen Herrenausstatter. So stehen ein Klimaaktivist in Schöffeljacke und eine Studentin in Mom-Jeans zusammen für Kaffee an. Natürlich beim Barista aus dem Vauban mit dem Lastenrad.

Ins eigene Fleisch geschnitten
Wer andere Wesen unserer Biosphäre nicht als seinesgleichen betrachtet, läuft Gefahr, den eigenen Lebensraum zu zerstören

Wir sind eins

Waldbrände, Insektensterben, Klimawandel: Erst im Angesicht der Katastrophe begreifen wir Menschen uns als Teil einer allumfassenden Natur, mit der wir leben oder untergehen werden. Das kommt einem neuen Weltbild gleich. Hoffentlich ist es nicht zu spät. *Von Andreas Weber*

»Die Natur« hat Konjunktur. Sie ist geradezu angesagt. Verlage, die Auflage machen wollen, drucken Autoren, die über Bäume und Blümchen schreiben – oder über Algen und Hirsche. Medienhäuser bringen Zeitschriften mit explizitem Natur-Fokus wie »Walden« oder »Wohllebens Welt« auf den Markt. In Universitäten werden Programme aufgezogen, bei denen die Natur im Fokus steht. Und Naturpädagogik, die »Bildung für nachhaltige Entwicklung«, ist mittlerweile Mainstream. Die Berliner Buchhandlung »Zabriskie« verkauft ausschließlich Werke mit Naturbezug.

Nach Jahrzehnten der Skepsis gegenüber allem, was nach Naturnähe, Natürlichkeit oder gar Naturidyll klang, kann man daraus den Schluss ziehen: Die Natur lebt. Doch wenn wir uns in der Welt umschauen, sehen wir das Gegenteil: Die Natur stirbt einen dramatischen Tod. Um dieses Sterben zu erfassen, reichte Anfang des Jahres ein Blick auf die lodernden australischen Wälder. Oder im vorigen Sommer auf die seltsam saubere Autoscheibe. In 100 Jahren, so jüngste Studien, könnten alle Insekten von unserem Planeten verschwunden sein.

Ohne Insekten gibt es keine Menschen. Die Kerbtiere sind das Papier, auf dem das Buch des Lebens geschrieben ist. Ihr Sterben lässt uns im Alltag spüren, dass die Bedrohung der Natur auch uns betrifft, seelisch wie körperlich. Die Natur rückt uns in dem Maße näher, wie sie real schwindet.

Wir erfassen: Die Wesen der Biosphäre, wir eingeschlossen, bilden mit den Ozeanen, der Atmosphäre und den Böden ein Gewebe, einen geteilten Atemraum. Wir sind das Leben, an dem alle teilhaben, aus dem alle schöpfen und dem alle etwas schuldig sind. Gemeinsam. Lange galt es als sentimental, so etwas laut zu sagen. Heute wirkt es offensichtlich.

Das hilft, den Boom des Lebendigen bei Buchautoren, Künstlern, Zeitschriftenmachern und Wissenschaftlern zu erklären. Hier lebt nicht die alte Idee einer menschenunabhängigen natürlichen Welt als mal harmonische, mal erbarmungslose Kulisse unseres Handelns auf. Vielmehr sind wir, fast ohne es zu merken, in einem neuen Weltbild angekommen. In diesem erkennen Menschen sich auch das Recht zu, für ihre Mitwesen Gefühle zu entwickeln. Darum wurde Peter Wohllebens Buch über die Gefühle der Bäume ein Bestseller. Es zeigt Natur nicht als technischen Schaltplan, sondern als geteilte Lebendigkeit, die mitzuerzeugen glücklich macht.

Selbst die Wissenschaft kommt heute mehr und mehr zu der Erkenntnis, dass sich die anderen Wesen, Tiere oder Pflanzen weit weniger von uns unterscheiden als früher gedacht. Biologen protokollieren, dass Fruchtfliegen ein Leben lang an chronischen Schmerzen leiden, wenn sie in ihrer Jugend verletzt wurden. Forscher finden Euphorie und Schwermut bei Hummeln und Bienen. Sie weisen nach, dass Bäume fremder Arten einander ohne Gegenleistung Hilfe spenden. Sie werden Zeuge, wie Putzerfische sich selbst im Spiegel erkennen, also so etwas wie ein Ich-Bewusstsein offenbaren.

Womöglich ist es auch so: Im Angesicht der Katastrophe erscheint es absurd, länger auf der Etikette eines Zeitalters zu beharren, das mit der künstlichen Spaltung zwischen Mensch und der belebten Welt ein Desaster heraufbeschworen hat. Wer vielleicht für immer Abschied nimmt, sagt endlich die Wahrheit und zeigt seine Gefühle.

Diese Gefühle sind nicht einmal besonders kompliziert. Jedes Kind kennt sie, denn Kinder werden mit Neugier, Empathie und Begeisterung für andere Wesen geboren. Am ehesten könnte man unsere Empfindungen als Liebe bezeichnen: Es sind die Gefühle, die man hat, wenn man einer Familie angehört. Sie zeigen uns, was für uns richtig ist und für die anderen, damit Gemeinschaft möglich bleibt. Wenn wir an der Gegenwart anderer Wesen Freude haben, so sagen diese Gefühle, dann gebührt ihnen ein Platz in unserer Mitte.

Wir lernen aus dem Sterben der Natur für das Leben. Wir sehen: Die Natur als das ganz Andere hat es nie gegeben. Es gibt immer nur Verwandtschaft mit anderem Leben. Auf die Natur zu zeigen, führt zu ihrer Abtrennung und damit zu ihrer Zerstörung. Die Verwandtschaft zu allem Leben und zu der Materie, aus der es hervorgeht, ist spürbar wie nie. Laden wir die Lebendigkeit der Natur ein, erfüllt sie uns. Verdrängen wir sie, gehen wir mit ihr unter. Unser Schicksal ist an das aller Wesen gekettet.

Auf diesen Ideen eine neue Welt zu bauen wäre tatsächlich radikal – so radikal, wie es die Wissenschaftler des internationalen Klimapanels in ihrem Bericht 2018 forderten. Fangen wir mit diesen Änderungen sofort an. Lassen wir unsere Gefühle für die Familie des Lebens zu. Heißen wir die nichtmenschlichen Akteure willkommen. Reden wir nicht mehr über »die Natur«, sondern sprechen wir jedes Wesen als unser Gegenüber an. Wir sind ein Fleisch und Blut, eins mit den verkohlten Leierschwänzen im australischen Busch, mit den fragilen Prachtjungfern am austrocknenden Weiher im Brandenburgischen. Hören wir auf, »Natur« zu schützen wie einen unbequemen Besitzgegenstand. Beginnen wir mit der Arbeit an unserer Beziehung zur Lebendigkeit. S

Andreas Weber, 52, studierte Biologie und Philosophie in Berlin und promovierte über »Natur als Bedeutung. Versuch einer semiotischen Theorie des Lebendigen«. Weber arbeitet als Dozent an der Universität Berlin und veröffentlichte zahlreiche Sachbücher, im Herbst erscheint »Fühlen« (Matthes & Seitz). Er wurde vielfach ausgezeichnet, u.a. mit dem Deutschen Reporterpreis.

Illustration: Jamal Buscher

MR MARVIS
AMSTERDAM

MRMARVIS.DE

PLAY EVERY DAY

BESTELLE JETZT DEINE MR MARVIS SHORTS BEI MRMARVIS.DE

HANDGEFERTIGT IN PORTUGAL
VERFÜGBAR IN 40 FARBEN
ELASTISCHER HOSENBUND PASST SICH DIR AN
VERSTECKTE REISSVERSCHLUSSTASCHE
KOSTENLOSER VERSAND & RETOUR

Stoffwechsel

Röcke aus Ananas, Schuhe aus Zuckerrohr, Jacken aus Kaffeesatz. Wie Marken versuchen, mithilfe natürlicher Ressourcen die Materialrevolution voranzutreiben. Wenn nur all das Plastik nicht wäre. *Von Christine Korte*

Zur Berlin Fashion Week im Januar holte die Designerin Marina Hoermanseder die Natur in den Betonbau »Neuzeit Ost«. Die Österreicherin dekorierte die brutalistische frühere Lagerhalle zur Dschungellandschaft um und schickte Models in Grün mit Plateauschuhen über den Laufsteg. Die meisten Handys schnellten jedoch bei einem Look nach oben, der zu den Klängen des Musikmärchens »Peter und der Wolf« präsentiert wurde: Das Model trug Hoermanseders legendären Lederschnallen-Rock, dazu ein graues T-Shirt, und hielt ein Transparent mit der Aufschrift »My Skirt Is Made Out Of Pineapple« hoch. Fridays for Future auf dem Catwalk. Eine Demonstration gegen die Ressourcenverschwendung und Umweltsünden der Bekleidungsbranche.

»Der Ananasrock symbolisiert den Zeitgeist. Ich wollte damit zeigen, wie vielseitig und luxuriös nachhaltige Alternativen in der Mode heute sein können«, sagte Hoermanseder nach der Show. Mit dem Auftritt schuf die Designerin ein Bild für die wohl wichtigste Bewegung in der Gegenwartsmode: die Materialrevolution.

Die Branche ist auf der Suche nach nachhaltigen Materialien, die synthetische Kunststoffe ersetzen. »Forschung und Entwicklung werden sich zunehmend auf die Materialwissenschaft konzentrieren und in großem Maßstab neue Fasern, Textilien, Finishes und andere Materialinnovationen nutzen«, prophezeit der »State of Fashion 2020 Report«, den der Branchendienst »The Business of Fashion« gemeinsam mit der Unternehmensberatung McKinsey herausgibt.

Angefangen hat die Revolte mit recycelten Materialien. Cyrill Gutsch gehört zu den Pionieren. Mit seiner Marke »Parley for the Oceans« vertreibt er seit Jahren Gewebe, für das Plastik verarbeitet wird, das aus dem Meer gefischt wurde. Doch selbst der Vorreiter aus Freiburg ist der Auffassung, dass die Verwendung von recyceltem Müll aus dem Ozean etwa für Adidas-Turnschuhe nur der erste Schritt sein könne: »Plastik ist der Fehler im System.« Dieser Stoff, der wie kein anderer für unsere Wegwerfkultur steht, müsse letztlich verschwinden.

Das Problem: Kein Material lässt sich so günstig und einfach herstellen wie Kunststoff. Weltweit ist die Produktion erdölbasierter Synthetikfasern seit 2008 um mehr als zwei Drittel angestiegen auf zuletzt 72,2 Millionen Tonnen. Mit Recycling allein ist diesen Massen nicht beizukommen. »Das größte Problem liegt darin, dass die Kleidungsstoffe meist nicht sortenrein sind«, erklärt Textilfachmann Andreas Engelhardt. Beliebte Mischfasern enthalten Elastan oder Polyester. Selbst Stoffe aus natürlichen Rohstoffen sind damit versetzt.

»Die Trennung und Umwandlung von Kleidungsstücken in Rohstoffe, aus denen brauchbare neue Garne für die Bekleidungsindustrie entstehen, ist bis heute mit immensem Energieaufwand verbunden«, sagt Alexander Nolte. Der Berliner macht mit seiner NGO »Stop! Plastic Academy« auf die Probleme von Kunststoff und Mikroplastik aufmerksam. »Außerdem müssen vielen recycelten Kunstfasern jede Menge Neufasern beigemischt werden«, so Nolte. »Ein sogenanntes Faser-zu-Faser-Recycling findet so gut wie gar nicht statt.«

Ein Viertel des weltweiten Textilmülls wird weiterhin mit beträchtlichen Schäden für die Umwelt verbrannt, mehr als die Hälfte vergammelt auf Deponien. Und das dauert: Plastikfasern sind erst nach 450 Jahren verrottet. >

01
Tragt mehr Obst!
Auf der Berlin Fashion Week hat Designerin Marina Hoermanseder ihren typischen Schnallenrock erstmals in einer Variante aus Ananasleder vorgestellt

AD Maurizio Rossetti – Photo Federico Cedrone

FLEXFORM
OUTDOOR | MADE IN ITALY

VULCANO
MODULARES SOFASYSTEM
Antonio Citterio Design

www.flexform.it

AGENTUR FÜR DEUTSCHLAND
Patrick Weber
Tel. +49 7044 922910
info@italdesign.de

01

02

03

Nolte, der auch das Label Langbrett betreibt, verwendet für Sneaker, Boots und Sandalen deshalb Naturprodukte wie Baumwolle, Kautschuk oder Leder. Beim Kauf erfährt der Kunde zudem, dass sein Neuerwerb nach dem Auftragen kein Abfall ist. Fast jeder bringt seine Schuhe irgendwann zurück zu Langbrett. Dort werden sie in ihre Einzelteile zerlegt und die Materialien wiederverwertet.

Die Visionäre der Branche experimentieren zunehmend mit neuen Rohstoffen aus der Natur und entwickeln umweltfreundliche Garne. Das Obermaterial der Sneaker des amerikanischen Erfolgslabels Allbirds etwa besteht aus Wolle und Eukalyptusfasern, die Einlagen werden aus Rizinussamen hergestellt. In den Sohlen werden Fasern verarbeitet, die auf Zuckerrohrbasis entstehen. Das Röhricht wird nachhaltig angebaut, bei der Herstellung des Endprodukts Sweetfoam wird mehr CO_2 verbraucht als produziert. Diese Materialinnovation bieten die Allbirds-Gründer Tim Brown und Joey Zwillinger auch anderen Marken als nachhaltige Lösung an. »Wir haben Anfragen von 100 Firmen, 20 davon werden das Material in diesem Jahr in ihre Produktion aufnehmen«, so Brown.

Das spanische Label Ecoalf hat jüngst mit einer Funktionsjacke auf der Basis von Kaffeesatz von sich reden gemacht. Die Faser neutralisiert Gerüche, trocknet schnell und bietet natürlichen Schutz vor UV-Strahlen. Auch Pangaia, ein englisches Fashion-Kollektiv aus Wissenschaftlern, Technologen und Designern, möchte die Zukunft der Mode mit innovativen Ideen bereichern. Der jüngste Coup: eine Faser auf Basis von Wildblumen, die als Daunenersatz für Winterjacken aus recyceltem Polyester dient. Die fein verzweigte Struktur der Pflanzenfasern hat sich als guter Wärmeschutz erwiesen.

Die Natur bietet jede Menge Ausgangsprodukte für neue Materialien: Kork, Rosen, Hanf oder Rizinus werden bereits zu Textilien, Yogamatten und sogar Brillen verarbeitet. All diese Innovationen – auch »man-made fibres« genannt – sind Kunstfasern auf Basis von natürlichen Rohstoffen. Reine Naturprodukte wie Baumwolle oder Leder, so die Kritiker, seien nicht unbedingt nachhaltig. Für den Anbau und die Verarbeitung von Baumwolle etwa wird massenhaft Wasser benötigt, oftmals kommen Pestizide zum Einsatz. Und Leder ist letztlich ein Abfallprodukt der Fleischindustrie, eines der größten CO_2-Produzenten. Zudem benötigt man zum Gerben viele Chemikalien.

Viele Kunden und Produzenten plädieren da lieber für die modifizierte Variante: »Man-made fibres sind für die Umwelt oft besser verträglich und können vor allem so produziert und verarbeitet werden, dass sie zu hundert Prozent abbau- oder recycelbar sind«, sagt Andreas Röhrich, Direktor der Produktentwicklung und Textilbeschaffung bei Wolford. Der Strumpfhosenhersteller hat mit seiner Aurora-Linie aus Leggins und Tops erstmals Modestücke auf den Markt gebracht, die »Cradle to Cradle«-zertifiziert sind. Das heißt, sie sind Teil eines Stoffkreislaufs – der Gegenentwurf zum vorherrschenden linearen System, das die Umwelt schröpft.

Vier Jahre hat die Entwicklung gedauert, ein gutes Dutzend Unternehmen war daran beteiligt. Selbst die verwendeten Färbemittel mussten sich für den biologischen Kreislauf qualifizieren. Abgetragene Kleidungsstücke können zu Wolford zurückgebracht werden. Das Unternehmen lässt sie dann in industriellen Kompostieranlagen zu Humus oder Biogas verarbeiten. »Wir sind sehr stolz darauf, doch wir stehen erst am Anfang eines Weges«, sagt Röhrich. Gerade einmal 35 000 Aurora-Stücke wurden im vergangenen Jahr verkauft.

Umweltschonende Materialien für die Herstellung von Textilien haben generell noch einen weiten Weg vor sich. »Die meisten Innovationen sind zwar positive Entwicklungen, decken aber nur kleine Mengen des globalen Bedarfs«, bestätigt Materialexperte Engelhardt. Potenzial sieht er derzeit vor allem in Viskosefasern, die aus nachhaltiger Forstwirtschaft gewonnen werden. Die daraus entstehenden Stoffe – Lyocell/Tencel, Modal oder Lenpur – werden ohne Einsatz von Chemikalien hergestellt und sind vollständig abbaubar.

Neben Wolford gehört unter anderem auch der Moderiese H&M zu den Abnehmern. Trotzdem fällt die jährliche Produktion von sechs bis sieben Millionen Tonnen bislang bescheiden aus. Zurzeit sieht Röhrich keine ernst zu nehmende Ersatzfaser für Polyester, was vor allem daran liegt, dass die Herstellung innovativer Fasern noch sehr teuer ist. >

01
The New Black
Bluse von H&M aus der Conscious-Kollektion, für die 2,3 Kilo Orangenschalen verwertet wurden

02
Gib Gummi
Bestseller-Modell V-10 von Veja mit Sohle aus Amazonas-Kautschuk

03
Fruchtzwerg
Tasche aus Traubenextrakten aus der Conscious-Kollektion von H&M

NUR AN GUTE WÄNDE ABZUGEBEN

HANDSIGNIERTE, LIMITIERTE KUNST ONLINE UND IN 26 GALERIEN WELTWEIT.

Tom Hegen
Salt Works II
Aufl. 150, handsigniert
74,4 x 109,4 cm
899 €

LUMAS ART EDITIONS GmbH, Ernst-Reuter-Platz 2
10587 Berlin. Änderungen und Irrtümer vorbehalten.
Interior: RUBY design_living, Berlin

LUMAS.DE

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

THE LIBERATION OF ART

LUMAS

04

05

06

04
Kreislauf
Leggins und Top aus Wolfords Aurora-Linie sind vollständig wiederverwertbar

05
Ohne Zucker
Jacke des Modelabels Ecoalf aus Kaffeeresten und wiederverwertetem Kunststoff

06
Mit Zucker
Sneaker von Allbirds aus Woll-Pflanzengemisch, Sohle aus Rohrzucker und Schnürsenkel aus recyceltem Plastik

Ein nachhaltiges Forstwirtschafts-Projekt im Amazonasgebiet konnte auch die beiden Gründer des Turnschuhlabels Veja, François-Ghislain Morillion und Sébastien Koop, überzeugen. Auf der Suche nach Lösungen, die Sneaker zu 100 Prozent nachhaltig machen, reisten die beiden ein Jahr lang durch große Produktionsländer der Modeindustrie: China, Südafrika, Indien und Brasilien. „Eine wirkliche Verbesserung konnten wir bei den meisten Ideen nicht feststellen, weder für die Bevölkerung noch für die Umwelt«, erzählt Morillion. »Im Wesentlichen steckte dahinter bloß Marketing.« Doch dann entdeckten sie in Brasilien Naturkautschuk, der dort wild wächst und nach einer jahrtausendealten Tradition von einheimischen Gummischneidern geerntet wird. Erhält man Tradition und Kautschukbäume, erhält man auch ein Stück des Regenwaldes. Seit 2004 hat Veja etwa 195 Tonnen Naturkautschuk geerntet und damit 120 000 Hektar Wald vor der Abholzung bewahrt. Zudem garantiert Veja den Gummischneidern faire Arbeitsbedingungen.

Bei der Herstellung macht Naturkautschuk allerdings nur einen geringen Teil des Materials eines Sneakers aus – etwa 25 Prozent der Sohle sind aus dem natürlichen Material gefertigt. Auch der Jacke von Ecoalf wird viel Plastik – wenn auch recyceltes – beigemischt, um den Kaffeesatz zu binden und daraus eine brauchbare Faser zu gewinnen. Und bei Allbirds sind die Schuhe trotz aller Anstrengungen noch nicht kompostierbar. »Die geschlossene Kreislaufwirtschaft ist eine komplexe Herausforderung, die wir angehen müssen«, sagt Brown. »Noch arbeiten wir daran, unsere CO_2-Emissionen bei der Herstellung auf null zu reduzieren.«

Veja-Chef Morillion bestätigt, dass seine Marke vom geschlossenen Kreislauf noch weit entfernt ist. Unzählige Testphasen stehen bevor, neue Lieferanten müssen gefunden, Produzenten überzeugt und neue Herstellungswege aufgetan werden. Bestes Ergebnis bisher war ein Schuh aus Amazonaskautschuk und Kunstfasern auf Basis von Rizinusöl, Bananenöl und Reisabfällen, der etwa zur Hälfte nachhaltig hergestellt wird. Man arbeite gerade an einem plastikfreien Laufschuh und biete eine vegane Variante des Bestsellers V-10 an – statt aus Leder ist er aus einem Material gefertigt, das aus Maisabfällen gewonnen wird.

Kleine Schritte in Richtung nachhaltiger Kunstfasern macht auch H&M. So stellte die Fast-Fashion-Kette mit ihrer Conscious-Kollektion Stücke aus neuen Materialien vor: eine Tasche aus Traubenextrakten, eine vegane Lederjacke, für die Ananasblätter verwertet wurden, eine Bluse aus seidenähnlichem Material, das Orangenschalen enthält, und Badeschlappen aus Seealgen. Diese wurden Gewässern entnommen, die durch Algenblüte gefährdet sind. Der Haken: Die Endprodukte bestehen dennoch zum Großteil aus erdölbasierten Stoffen oder recyceltem Plastik. Auch H&M räumt ein, dass die neuen Materialien nur einen geringen Anteil an seiner Gesamtproduktion ausmachen.

Anti-Plastik-Aktivist Nolte fordert, dass solche Stoffinnovationen sich nicht mit dem Siegel der Nachhaltigkeit schmücken dürften, solange sie nach Gebrauch weder zu Garnen weiterverarbeitet noch als Kompost verwertet werden können. Also alles nur Greenwashing? Oder ein nötiger Zwischenschritt auf dem Weg zu einer besseren, weil umweltfreundlicheren Modezukunft?

Schnelle Erfolge, so viel ist klar, sind auf diesem Gebiet nicht zu erzielen. Das Londoner Unternehmen Ananas Anam etwa arbeitet bereits seit den Neunzigerjahren an einem Lederersatz, der ohne PVC auskommt. Das neue Material Piñatex basiert auf Ananasblättern und ist prinzipiell biologisch abbaubar. Um die Festigkeit eines Rocks von Hoermanseder oder einer Jacke für H&M zu erzielen, bedarf es noch einer Beschichtung, der Plastik beigemischt ist. An umweltverträglicheren Alternativen wird gearbeitet. »Die Geschwindigkeit und Kreativität, mit der gerade neue Materialien entstehen, werden Lösungen für die Zukunft der Mode bereithalten«, sagt Cecilia Brännsten, Sustainability Managerin der H&M-Gruppe.

Parley-Chef Gutsch wirbt ebenfalls für einen pragmatischen Ansatz: »Noch ist kein Ersatz für Plastik gefunden«, sagt er, vom Markt nehmen könne man das Material also nicht so einfach. Bis 2030 will er eine Lösung finden und experimentiert unter anderem mit Bananenschalen. Die Materialrevolution zieht sich hin. Bis dahin können wir nur auf Zwischenlösungen setzen und es halten wie François-Ghislain Morillion von Veja: »Es ist doch immer noch besser, ein Produkt zu kreieren, das erst zu einem kleinen Teil nachhaltig ist, als gar nicht mit der Entwicklung anzufangen.«

AACHEN-EILENDORF **Krüttgen** - *ANNWEILER* **Kloos - Wohndesign** - *ARNSBERG-NEHEIM* **Wiethoff Einrichtungshaus** - *ASCHAFFENBURG* **Möbel Maidhof** - *AUERBACH* **Möbelhaus Albiez** - *BERGISCH GLADBACH* **Patt Einrichtungen** - *BERLIN* **Oliver Kuhlmey** - *BERLIN* **Kusian Einrichtungshaus** - *BERLIN* **Lakeside Interiors** - *BERLIN* **Wohndesign** - *BONN* **HSR Hesbo** - *BONN* **Loft Designmöbel** - *BRAUNSCHWEIG* **Möbel Homann** - *DATTELN* **Möbel Meyer** - *DETMOLD* **ergonomie** - *DREIEICH* **Dietrich Möbel** - *DRESDEN* **ProSitzen + Wohnen** - *DÜSSELDORF* **Klaus Eckhardt - Stilwerk** - *DÜSSELDORF* **Felix Thonetshop** - *ECHTERDINGEN* **Müller Wohndekor** - *ERLANGEN* **Stocker Einrichtungs** - *ETTLINGEN* **Haug! Wohn-Design** - *FRIEDBERG* **Segmüller** - *GEORGSMARIENHÜTTE* **B.Dransmann** - *GÖTTINGEN* **Einrichtungshaus Günther** - *GROSS GERAU* **Möbel Heidenreich** - *HALTERN* **Döbber Möbel & Handwerk** - *HAMBURG* **Marks Einrichtungen** - *HANAU* **Möbel Eckrich** - *HANNOVER / GARBSEN* **Möbel Hesse** - *HEILBRONN* **Fromm** - *HEMMINGEN-WESTERFELD* **Möbel Böhm** - *HERXHEIM* **Einrichtungshaus Weber** - *HIDDENHAUSEN* **Ottensmeyer Wohndesign** - *HOFGEISMAR* **Bitte Einrichtungshaus** - *HOLZGERLINGEN* **Möbel Lauxmann** - *ILLINGEN* **Möbelhaus Dörrenbächer** - *KAARST* **Hügen Raum und Design** - *KARLSRUHE* **Roter Punkt Design** - *KASSEL* **Wohnfabrik** - *KEHL* **Kruss Einrichtungen** - *KIEL* **Dela Möbel** - *KORNWESTHEIM* **Die Einrichtung Kleemann** - *KREFELD* **Dl by Sascha Haag** - *KREFELD* **Feldmann** - *KREFELD* **Hafels Raumausstattung** - *KREFELD* **Stefan Küstermann** - *KRONACH* **Wohnstudio Viviere** - *KÜNZELSAU-GAISBACH* **Einrichtungshaus Schmezer** - *LANGENFELD* **W & A Wohnen** - *LANGENWEISSBACH* **Tuffner** - *LANGENLONSHEIM* **Möbel Fuchs** - *LANGERWEHE* **Möbel Herten** - *LAUCHRINGEN* **Möbel Dick** - *LEIPZIG* **Möbel Weber** - *MAINZ* **Holz** - *MANNHEIM* **Segmüller** - *MANNHEIM* **Westfalia Möbel-Peeck** - *MAULBURG* **Einrichten Schweigert** - *MOERS* **Drifte Wohnform** - *MÖNCHENGLADBACH* **Tellmann Einrichten** - *MONTABAUR* **A-M-S Möbel** - *MÜLHEIM AN DER RUHR* **Partenheimer** - *NEUMARKT* **Die Einrichtung Pröbster** - *NEUWIED* **Möbel May** - *NÜRNBERG* **Polsterhaus Schlosser** - *OLPE-LÜTRINGHAUSEN* **Möbelhaus Zeppenfeld** - *PARSDORF* **Segmüller** - *PFORZHEIM* **Dieter Horn** - *PULHEIM* **Segmüller** - *SCHWABMÜNCHEN* **Einrichtungshaus Bruckner** - *SCHWANFELD* **Dietmann Wohnen & Küchen** - *SCHWEINFURT* **Wohnkultur Müller** - *SINDELFINGEN* **Mornhinweg** - *SOLINGEN* **Möbel Dembny** - *SOLINGEN* **Sonja Völz Dekorationen** - *SPEYER* **richard maurer wohndesign** - *STADTLOHN* **Möbel Steinbach** - *STARNBERG* **Ofenstein Wohndesign** - *SYKE* **Wagner Wohnen** - *VOERDE* **WOHNWELT Fahnenbruck** - *WALLDÜRN* **Wohnfitz** - *WEIDENBERG* **Polstermöbel Gebhart** - *WIESBADEN* **Möbelhaus Vogel** - *WEITERSTADT* **Segmüller** - *WETZLAR* **Möbel Schmidt** - *WIESLOCH* **Weckesser Wohnen** - *WUPPERTAL* **Audio 2000**

Leolux Design Center Elbestraße 39, 47800 Krefeld (NRW) **www.leolux.de** • Sofa: **Bellice** (Beck design)

leolux

Frische Luft

Wer den Frühling begrüßen will, braucht Kleidung, die Lust auf draußen macht. Ein Spaziergang in aktuellen Looks durch die Gärten von Schloss Moyland bei Kleve. Hier befindet sich das weltgrößte Archiv der Werke von Joseph Beuys. Der Künstler, dessen 100. Geburtstag im kommenden Jahr gefeiert wird, liebte den Niederrhein – und seine Landschaften.

Fotos: Annelie Bruijn
Styling: Jürgen Claussen

Er Anzug von Strellson, Hose, 129,95 Euro, Jackett, 199,95 Euro; Hemd von Olymp Signature, 99,95 Euro; Regenponcho von La Martina, 199 Euro; Hut von Petit Bateau, 39,95 Euro

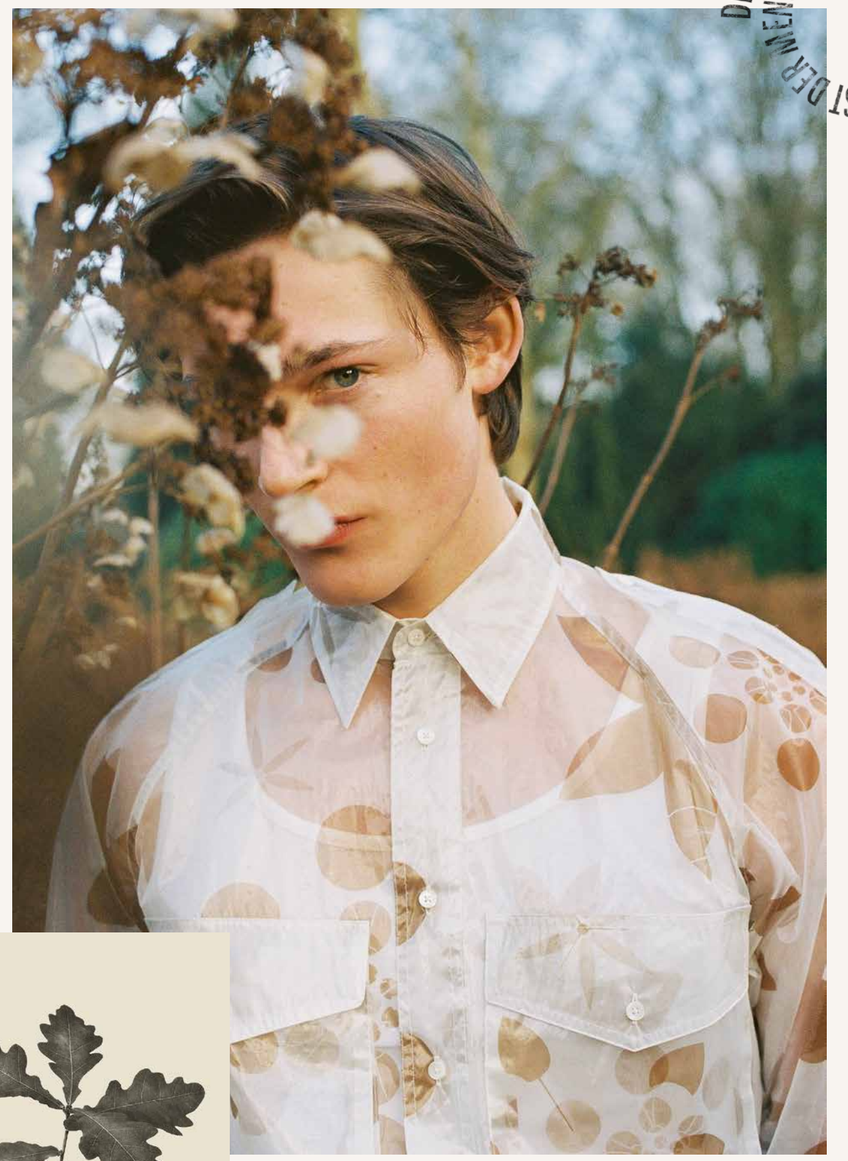
Sie Poncho und Rock von Boss, 999 und 350 Euro; Kelly Bag aus Kalbsleder von Hermès, 8550 Euro

Stempel
Ende der Sechzigerjahre begann Joseph Beuys, Schriftstücke und Objekte mit Stempelungen zu versehen. Wir haben uns seine Bildsprache zum Vorbild genommen und diese Modestrecke mit Beuys-Zitaten gestempelt

Rose
Beuys schöpfte immer wieder aus der Natur. Wir zeigen Pflanzen, die den Künstler inspirierten – etwa zu dem Objekt „Rose für Demokratie"

Pullover aus Wolle und Mohair sowie Bluse, beides von Isabel Marant, über mytheresa.com, 550 und 390 Euro; Hose von Brunello Cucinelli, 1150 Euro; Gummistiefel von Hunter, 115 Euro, Gürteltasche aus Leder von The Bridge, 178 Euro

Regenmantel von Dries Van Noten, 1345 Euro; Lederhemd von Bally, 1795 Euro; Lammlederhose von Hermès, 6300 Euro



Transparentes Hemd von Fendi, Preis auf Anfrage; Rippenshirt von Schiesser, 39 Euro

Luxx Images / Getty Images

Eiche
Beuys setzte sich zeitlebens für Schutz und Erhalt der Umwelt ein. Für die Documenta 1982 pflanzte er in Kassel 7000 Eichen. Der Künstler gehörte zu den Mitgründern der Partei „Die Grünen“

Er Parka von Bugatti, 259 Euro; Hemd von COS, 79 Euro; Hose von Dior, 790 Euro, Automatikuhr Code 11.59 von Audemars Piguet aus Weißgold, 27 000 Euro

Sie Mantel von COS, 150 Euro

Jacke von Moncler über Apropos The Concept Store, 715 Euro; Rolli von Allude, 259 Euro; Hosenrock aus Wolle von Max Mara, 939 Euro; Boots von Longchamp, Preis auf Anfrage

Carl R. Battreall / dpa

Veilchen
Beuys inszenierte gern Veilchen als Symbol für Anstand und Frühling. Der Titel einer seiner Grafiken lautete: „Laßt Blumen sprechen“

Sie Regencape von Hermès, 1970 Euro; Woll-Culotte von Loewe, über unger-fashion.com, 490 Euro; Stiefel von Longchamp, Preis auf Anfrage; Ledertasche von Piquadro, 275 Euro

Er Wind- und regenfester Anorak von Herno, 750 Euro; Hemd von Boggi, 69 Euro; Hose (als Anzug) von Boss, 999 Euro; Strümpfe von Dior, 230 Euro; Schnürschuhe aus Kalbsleder von Floris van Bommel, 220 Euro

STADTVERWALTUNG

Cape mit Kapuze von Jil Sander, 490 Euro; Pullover von Marc O’Polo, 89,95; Kette aus 18 Karat Weißgold mit Diamanten von Fope, 15320 Euro;

Leder-Minirock von Longchamp, 790 Euro; Strumpfhose von Falke, 16 Euro; Overkneestiefel von Jil Sander, Preis auf Anfrage

DIE KREATIVITÄT DES MENSCHEN IST DAS WAHRE KAPITAL

Produktion: Bianca Lang / Aïcha Reh
Assistenz: Lesley Severins
Haare&Make-up: Sanne Le Gras Bleeker for Kevin Murphy and Charlotte Tilbury

Fotoassistenz: Tjerk Veltman
Models: Simone/Paparazzi Models; Ties/Richesmgmt

Hut und Mantel von Jil Sander, 250 und 2250 Euro; Pullover und Cardigan von Iris von Arnim, 525 und 1095 Euro; Anzug (Hose) von Kiton, 5580 Euro; Gummistiefel von Hunter, 115 Euro

Er Parka von Bugatti, 259 Euro; Hemd von COS, 79 Euro; Hose von Dior, 790 Euro
Sie Mantel von COS, 150 Euro

Emily Sanburg

Zitrone
Beuys setzte natürliche Rohstoffe wie die Zitrone in Szene: für die „Capri Batterie“ verband er das Obst mit einer Glühbirne, zu sehen in Schloss Moyland

Joseph Beuys: Aus der Wurzel in die Triebe

01

02

03

01
Sammler
Hans van der Grinten, neben Eva und Joseph Beuys bei der Eröffnung einer Ausstellung 1961 in Kleve.

02
»Heimholung«
Beuys 1973 in Düsseldorf, bevor er in einem von Anatol Herzfeld gebauten Einbaum über den Rhein gerudert wird.

03
7000 Eichen
Beuys pflanzte im Zuge der Documenta 1972 von Kassel aus 7000 Eichen

Für einen jungen, kunstversessenen Menschen wie mich war es das größte Privileg, einen Künstler wie Joseph Beuys erlebt zu haben. Einen der einflussreichsten deutschen Nachkriegskünstler, dessen konsequente Verwirklichung eines gesellschaftlichen Humanismus Keime angelegt hat, die in der Erdkrume schlummern und bis heute darauf warten, zur Blüte zu reifen. Meine persönlichen Erinnerungen beginnen im Alter von etwa sechs Jahren, als ich Beuys zum ersten Mal bei einem Besuch in meinem Elternhaus wahrgenommen habe. Zu dieser Zeit kam er regelmäßig zu seinen »ersten« Sammlern und Förderern, meinem Vater Franz Joseph und dessen Bruder Hans van der Grinten. Sie bereiteten ab Anfang der Siebzigerjahre die ersten internationalen Ausstellungen vor, die sie zusammen mit Beuys aus den inzwischen umfangreichen Beständen ihrer Privatsammlung, zusammengetragen seit den frühen Fünfzigern, auswählten und kritisch begleiteten.

Der Mann mit Hut fand bei all dem immer Zeit, sich auch den Interessen von uns Kindern mit Hingabe zu widmen. Bei mir war es meine Naturalien-Sammlung: Insekten, nachgebaute Vogelgelege, getrocknete Pflanzen. Zu nahezu jedem Objekt konnte Beuys mir Zusammenhänge erklären und Geschichten erzählen. Nicht nur zu den Bienen, die in seinem Werk eine so große Rolle spielen. Wenn meine Mitschüler über den Scharlatan mit der Fettecke lachten, lachte ich in mich hinein, denn ich wusste, dass ich einen gewaltigen Vorsprung hatte.

Seine oft (infolge gesellschaftlicher Moden und Befindlichkeiten) als »individueller Mystizismus« geschmähte »Konstruktion« der eigenen Herkunft aus den Quellen existenzieller Erfahrung und der Geistesgeschichte der Menschheit fordert jeden konservativen Geist heraus. Zugleich schenkt sie jedem jungen, nach Autonomie strebenden Trieb und Treiben Inspiration. Und mehr noch: Sein Werk und die Begegnungen mit ihm übten jederzeit einen Grad von Anziehung aus, der in dieser Intensität wenig Zweifel an der Wahrhaftigkeit der schöpferischen Potenziale der Menschen zulässt.

In seinem gesamten Werk und Leben spiegelt sich das Durchdrungensein von Landschaft und allen in ihr anwesenden Erscheinungen pflanzlicher, tierischer und mineralischer Lebensformen wider. Als Kind mit einem inneren Brennglas ausgerüstet stundenlang allein durch den eigenen Lebensraum mit all seinem Reichtum zu streifen, bedeutet Abenteuer. Das Abenteuer, mit dem eigenen Geist alles zu berühren. Was passiert, wenn dieser innere Reichtum bis zum Bersten anwächst? Man bricht aus, wie Beuys es tat, indem er mit einem Wanderzirkus durchbrannte. Es bedurfte den Schilderungen von Zeitzeugen zufolge großer Anstrengung, ihn wieder einzufangen, und guten Zuredens, ihn bei der Schulleitung erneut zur Abiturteilnahme zu empfehlen.

Was folgte, war nicht weniger konsequent: dem Zwang zur Kriegsteilnahme durch das freiwillige Melden zur Luftwaffe zuvorzukommen, die ihn in Posen zum Bordfunker ausbildete, wo er jede freie Stunde in der Universitätsbibliothek verbrachte und mit dem Zoologen Heinz Sielmann zusammenkam. Zu dieser Zeit war Beuys noch gefangen in dem Konflikt, ob er sich für die Wissenschaft oder die Kunst entscheiden müsse. Die Aufklärungsflüge über die Soave-Mündung, Bari und Apulien auf der einen Seite, die Bombeneinsätze über der Krim auf der anderen, die entfesselte Bestialität der Wehrmacht und sein eigener Absturz in der Steppe. Initiation in äußerster psychologischer Belastung.

Auf die kaukasische Steppe kam er im wahren Sinn der Erfahrung zurück, als er, nach abgeschlossenem Kunststudium, zu dem er sich schließlich entschieden hatte, und einem seelischen und körperlichen Zusammenbruch, auf dem Hof meiner Großmutter Maria in Kranenburg am Niederrhein durch die Feldarbeit und das erneute Verschmelzen mit der Landschaft zu sich selbst und seinem Einssein zurückfand. Meine Oma nahm Beuys im Angesicht der Notsituation, in der er sich 1957 befand, ein halbes Jahr lang auf, sprach mit ihm inmitten niederrheinisch-bäuerlicher Natur über die Verantwortung fürs Leben und wies ihn auf seine Begabungen hin, die er nicht das Recht habe versiegen zu lassen. Er fand zurück zu dem stillen und mystischen Dialog mit den Begleitern, mit denen er Zeit verbracht hatte und deren Wesen er versinnlichte: Hase, Hirsch, Pferd, Schwan und Biene. Sie fanden Eingang in unzählige seiner Werke.

Man muss nicht, wie Beuys es für Dreharbeiten tat, mit einem Bentley durch den Niederrhein fahren. Aus dieser Perspektive sind die endlos erscheinenden Pappel-Alleen natürlich berauschend. Schon die holländischen Maler des Goldenen Zeitalters bereisten die niederrheinische Tiefebene, weil sie fasziniert waren von den Silhouetten der Bäume und der Landschaft, deren Horizont so tief liegt und der Himmel darüber so unfasslich hoch. Ein Himmel, unter dem man sich so klein, aber einzigartig wiederfindet – ein Wechselspiel von Einheit und Unendlichkeit.

Wenn wir bei Beuys in der Atelierküche saßen, wurde das alles im Augenblick lebendig. Das Schälen von Kartoffeln und Kohlrabi als plastische Intervention, das unermüdliche Lachen, bei dem er sein Pferdegebiss zeigte, der stets intensive Blick in die Weite. Und nicht zuletzt die Fähigkeit, die Bedingungen gesellschaftlicher Zwänge so aufzulösen, dass im gewachsenen Bewusstsein der eigenen Autonomie ein reflektierter, wacher und subversiv-freudiger Umgang mit Kommerz, Obrigkeit und vermeintlichen Abhängigkeitsgefällen auf der einen Seite und schöpferisches Eingreifen in die Welt auf der anderen möglich wurden. Im Bezug darauf war er mein prägendstes, mein wichtigstes Vorbild. Meine Freude über dieses Erleben hält an, denn es hat bis heute eine so uneingeschränkte Wirkung auf meine eigene Arbeit, dass es mich manchmal selbst überrascht.

Beuys' Denken und Handeln lässt jeden Politiker alt aussehen. Zuletzt hat Beuys dem einen Lebewesen ein Denkmal gesetzt, dem er die Heilskraft zusprach, das Leiden des Menschen zu tragen: dem Baum. In Kassel begann er, 7000 Eichen zu pflanzen: »Stadtverwaldung statt Stadtverwaltung«. Politischer, humanistischer hat das kein Künstler vor ihm je ins Werk gesetzt. 2021 jährt sich sein Geburtstag zum hundertsten Mal. Man darf gespannt sein, wie die Kunstrezeption mit diesem Erbe zurechtkommt.

Franz van der Grinten, 1967 in Kleve geboren, wuchs am Niederrhein als Kind der Sammlerfamilie van der Grinten auf. Er arbeitet heute als Publizist, Kunstvermittler und betreibt eine Galerie für internationale Gegenwartskunst. Seit 2003 ist er Vertreter seiner Familie im Vorstand der Stiftung Museum Schloss Moyland.

Fotos: Fritz Getlinger; Peter Schata; Uwe Zucchi / dpa

Foto: Peter Sevriens

01

02

03

04

Grüne Welle

Es muss nicht unbedingt Ficus sein. Skulpturale Zimmerpflanzen, Luftwurzler und vertikale Gärten begrünen Wohnung und Büro auf besondere Weise. Sie verschönern nicht nur die Umgebung, sondern sorgen auch für mehr Wohlbefinden – vor allem in Städten.

01
Für Stammkunden
Der Blumenladen bekommt Konkurrenz: Die passende Pflanze fürs Großstadtloft kauft man in Shops wie „The Plant Corner“ in Antwerpen

02
Topfsache
Im richtigen Pflanzgefäß wird selbst ein Ficus zum Hingucker, über greenbop.de

03
Grüner Punkt
Der Anblick von Moos an der Wand beruhigt und ist Wandschmuck in einem, über stylegreen.de

04
Gutes Betriebsklima
Begrünte Trennwände in Büros erhöhen die Zufriedenheit am Arbeitsplatz, über greenbop.de

Sein Faible für Zimmerpflanzen wurde Gustav Wallis zum Verhängnis. Im Juli 1878 starb der Botaniker aus Lüneburg im fernen Ecuador an einer Tropenkrankheit. Über 1000 unterschiedliche Pflanzenarten hatte er bis dahin nach Europa geschafft, mit denen das Bürgertum seine Salons dekorierte. Pflanzenneuheiten aus fremden Ländern waren im ausgehenden 19. Jahrhundert das Statussymbol schlechthin: Wer es sich leisten konnte, stellte mit Usambaraveilchen, Scheidenblatt und Efeutute Stilbewusstsein zur Schau. Und dank größerer Fenster und besserer Heizung hatten die Exoten auch erstmals eine reelle Chance, in unseren Breiten zu überleben.

Heute liegt das grüne Heim wieder im Trend. Unter den Hashtags #indoorplanting, #plantaddict oder #urbanjungle zeigen auf Instagram und Pinterest Vorreiter aus New York, Paris oder Tokio, wie man Grünzeug wirkungsvoll in Szene setzt: Vor allem skulpturale Pflanzen wie die Monstera oder die Geigenfeige erleben ein Comeback. Wem klassische Topfpflanzen zu piefig erscheinen, der dekoriert Wohnung oder Arbeitsplatz mit vertikalen Gärten, die wie Kunstwerke aufgehängt werden.

Der Hang zur Pflanze ordnet sich ein ins allgemeine Streben nach körperlichem und seelischem Wohlbefinden. »Unser Gehirn setzt Glückshormone frei, wenn es grüne Pflanzen sieht«, erklärt Christina Setzer, Gründerin von greenbop.de, einem Onlineshop für Produkte rund um die Begrünung von Innenräumen und Balkons. 1,8 Milliarden Euro ließen sich die Deutschen zuletzt die Natur in den eigenen vier Wänden kosten, satte 20 Prozent mehr als im Vorjahr. Gekauft wird nicht mehr nur im Blumenladen oder Gartencenter, sondern in Läden wie der Plant Station, einer ehemaligen Tankstelle aus den 50ern in Hamburg, in der mehr als 400 Kakteen, Sukkulenten und andere Zimmerpflanzen angeboten werden. Pilea Pergé, ebenfalls in der Hansestadt ansässig, liefert Gewächse mit Namen wie »Fritz«, »Birgit« oder »Günther« samt Übertopf sogar zum Wunschzeitpunkt nach Hause.

Vor allem Städter schätzen neben dem Look die reinigende Wirkung von Pflanzen. Diese binden Schadstoffe wie Formaldehyd, Toluol oder Ammoniak und filtern so die Raumluft. Die US-Weltraumbehörde Nasa stellte bei Experimenten fest, dass Efeu binnen 24 Stunden bis zu 90 Prozent des Benzols aus der Umgebung absorbieren kann. Auch wenn Wissenschaftler zwischenzeitlich nachgewiesen haben, dass Pflanzen das Raumklima weniger effektiv verbessern als kräftiges Durchlüften – das »Naturing« ist nicht mehr aufzuhalten. Vielleicht auch, weil es der Entschleunigung dient. Sich um eine Pflanze zu kümmern, sie zu gießen und zu beobachten, wie sie wächst, entspannt. Die »Biophilie«, die Liebe zum Lebendigen, beruhigt und stimmt optimistisch.

Wurde die Zimmerpflanze in ihrem Herkunftsland nachhaltig gezüchtet – umso besser. Denn was nützt das grünste Heim, wenn dafür anderswo Raubbau an der Natur betrieben wurde? Darum sorgte sich seinerzeit schon Gustav Wallis: »Hier wird nicht gesammelt, hier erfolgt systematische Plünderung«, wetterte der Pflanzenfreund über den Umgang mit Orchideen in Ecuador. Wenn schon grün, dann richtig. *Aïcha Reh*

ALLES KLAR

Keine Tierversuche, keine problematischen Inhaltsstoffe – und das Ganze chic verpackt: »Clean Beauty« lässt herkömmliche Naturkosmetik alt aussehen. Dabei sind die Zutaten oft die gleichen. Was ist dran am neuen Pflege-Genre? *Von Bodo Kubartz*

01

02

03

04

01
Julisis
Die Augen-Emulsion gehört zu den Bestsellern der exklusiven Naturkosmetikmarke, 20 ml, 230 Euro
julisis.com

02
Skyn Iceland
Die kühlende Augenmaske ist das beliebteste Produkt des isländischen Naturpflege-Labels.
8 x 3,2 g, ca. 30 Euro, über *eu.feelunique.com*

03
Apot.care
Pure-Serum-Kollektion mit den hoch konzentrierten Vitaminen A und C und dem Coenzym Q10 der französischen Apotheken-BeautyMarke, 30 ml, je 59 Euro, über *flaconi.de*

04
Björk & Berries
Hand- und Körperseife sowie Lotion der schwedischen »Ecoluxury«-Pflegeserie, je 250 ml, 23 Euro bzw. 33 Euro, über *niche-beauty.com*

Julius Eulberg setzt schon seit beinahe 20 Jahren auf die alchemistischen Grundgesetze von Paracelsus. Der Mann aus Pirmasens gründete 2003 seine Kosmetikmarke Julisis, benannt nach ihm selbst und der ägyptischen Göttin Isis, der Schutzpatronin aller Alchemisten. Heute lebt er in Los Angeles, und halb Hollywood schmiert sich seine Cremes um die Augen. »Ich wollte Produkte schaffen, die komplett frei von chemischen Stoffen sind und nur effektivste Heilkräuter enthalten«, sagt er. »Man spürt bereits beim Auftragen den Unterschied.« Eulberg nutzt Zutaten aus 120 Jahre alten, biodynamisch bearbeiteten Gärten in Norditalien – und verkauft sie als einer der Ersten nicht einfach in einfallslos gestalteten Öko-Tiegeln.

Clean-Beauty-Produkte wie die von Julisis setzen auf klares Design, denn Klarheit außen spricht für Reinheit innen. »Clean Beauty steht für tierversuchsfreie Produkte, die ohne kontrovers diskutierte Inhaltsstoffe produziert werden«, sagt Susanne Cornelius, bei Douglas verantwortlich für Eigenmarken. »Clean« bedeute nicht »besser als«, sondern »frei von«. Von 500 Marken im Sortiment entfallen bei dem Düsseldorfer Kosmetikriesen aktuell rund 40 auf Clean Beauty. Tabu sind Inhaltsstoffe aus elf Kategorien, darunter zyklische Silikone, Butyl- und Propylparabene, Sulfate und Mineralöl. Nur wenn ein Produkt alle Kriterien erfüllt, erhält es das »Clean Beauty«-Label.

»Saubere« Hersteller verzichten auf bedenkliche Inhaltsstoffe, schließen synthetische Bestandteile aber nicht aus. Darin unterscheiden sich die Produkte von Naturkosmetik, die ausschließlich aus natürlichen Rohstoffen hergestellt wird. »Zertifizierte Naturkosmetik erfüllt in vielen Fällen jedoch auch unsere Clean-Beauty-Standards, daher gibt es Überschneidungen,« so Cornelius. In beiden Kategorien wachse die Nachfrage wie auch das Angebot.

Clean Beauty ist die junge, schicke Schwester der Naturkosmetik. Deren Erfolgsgeschichte startete in den späten 60er Jahren. Qualität, Herkunft und Relevanz waren damals noch erklärungsbedürftig, und so kommen die Produkte bis heute oft etwas trutschig daher, im besten Fall traditionell, so wie etwa bei der italienischen Marke Santa Maria Novella, die ihre Ursprünge in einer 1612 gegründeten Apotheke hat und seit vorigem Jahr in einem eigenen Laden in München vertrieben wird.

Bei klassischer Naturkosmetik zahlen Zertifizierungen auf die Glaubwürdigkeit der Marken ein – sie sollen Vertrauen schaffen. Die Produkte werden im Naturfach-, Reform- und Drogeriehandel verkauft. Was nicht in den Produkten steckt, kommt nicht groß zur Sprache.

Bei Clean Beauty hingegen wird um den Verzicht eine schöne Geschichte gestrickt. Story und Design stehen im Vordergrund – wohl auch ein Grund dafür, dass die Hersteller meist deutlich höhere Preise verlangen als Weleda, Dr. Hauschka und Co. Clean-Beauty-Produkte werden häufig exklusiv in Concept Stores oder Parfümerien verkauft. Julisis etwa vertreibt seine Cremes und Emulsionen über die Florentiner Hipster-Boutique Luisaviaroma.

Aus Sicht der zertifizierten Naturkosmetik steht Clean Beauty für smarte Hochglanzmarken, die grüner erscheinen, als sie sind. »Sie sagen nichts darüber aus, was in welcher Form im Produkt enthalten ist«, sagt Margot Esser, Gründerin von Pharmos Natur. Die Naturkosmetikmarke, die Anfang der 80er Jahre startete, verwendet statt Wasser einen Aloe-Vera-Extrakt namens Bio-Ursaft. Manche Clean-Beauty-Produkte enthalten ebenfalls Aloe Vera, »aber es wird nicht gesagt, ob es sich um ein Pulver oder das reine Gel handelt, ob die Aloe Vera gefrier- oder sprühgetrocknet ist oder ein Konzentrat verwendet wird«.

Welche Produktkategorie die bessere Wahl ist, ist objektiv kaum zu bewerten. Der Verbraucher wolle vor allem Auswahl, sagt Birgit Huber vom Industrieverband Körperpflege- und Waschmittel: »Das Streben nach Individualität und Selbstbestimmung führt zu einer neuen Vielfalt an Lebensstilen, Konsumgewohnheiten und Weltanschauungen.« Und da geht es nicht zuletzt darum, eine Botschaft geschickt zu verkaufen: Welche Verpackung erscheint nachhaltig? Was sieht gut aus in meinem Badezimmer? Und was riecht angenehm? Der Erfolg von Clean Beauty gehe auf das Konto urbaner Kunden, die beim Kosmetikkauf ein gutes Gefühl haben wollen, ohne im Detail alle Inhaltsstoffe zu erfahren.

Immerhin: »Unbedenklich sind alle kosmetischen Produkte in Deutschland«, so Hubers Fazit. Am Ende ist es also eine Frage des Geschmacks und des Glaubens, ob man es eher mit den Grundsätzen von Paracelsus oder etwa denen von Rudolf Steiner hält.

JETZT MITMACHEN BEIM WETTBEWERB 2020!

WORUM GEHT ES?
Wenn in einer Gesellschaft die Starken den Schwächeren helfen, dann hilft das am Ende allen. Deshalb werden Projekte gesucht, in denen Menschen sich für andere engagieren – und die Welt besser machen.

WIE KANN MAN TEILNEHMEN?
Mitmachen kann jeder! Die Einreichungsphase für den Social Design Award läuft bis zum 31. August 2020. Die Wettbewerbsunterlagen und das Onlineformular für die Beiträge gibt es unter **spiegel.de/socialdesignaward**.

WIE LÄUFT DER WETTBEWERB AB?
Aus den Beiträgen wählt die Jury die besten Ideen aus, diese werden Anfang Oktober 2020 auf SPIEGEL.de vorgestellt. Die Leser können dort ihren Favoriten wählen. Die Gewinner geben wir am 10. November 2020 in SPIEGEL WISSEN 4/2020 und auch auf SPIEGEL.de bekannt.

WAS GIBT ES ZU GEWINNEN?
Vergeben werden ein Jurypreis und ein Publikumspreis. Beide Preise sind jeweils mit 2500 Euro dotiert. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

SPIEGEL Wissen

In Kooperation mit BAUHAUS
Wenn's gut werden muss.

FELDFORSCHUNG

In jeder Ausgabe von S stellt ein Küchenchef sein Lieblingsgericht der Saison vor. Diesmal: Fast alles, was Andree Köthe im Nürnberger »Essigbrätlein« auftischt, erntet er selbst. Deshalb hat der Vordenker der modernen vegetarischen Küche einen besonderen Blick für die Schätze der Natur.

»Beim Grünen Gemüse lässt sich die Textur jeder einzelnen Art blind erkennen«, sagt Andree Köthe, 55, der das »Essigbrätlein« 1989 eröffnete. Vor 13 Jahren stieg sein heutiger Küchenpartner Yves Ollech ein. Seit 2007 verteidigen die beiden zwei Michelin-Sterne

»Der Rhythmus der Jahreszeiten bestimmt unseren Speiseplan. Jeden Morgen um sechs fahre ich hinaus und sammle auf den Feldern befreundeter Bauern, was wir brauchen. Daraus erwächst ein besonderes Wechselspiel zwischen Pflanze und Küche, zwischen Reife und Zubereitungsart. Zurzeit ernten wir junge Triebe vom Weißkraut, Rot- oder Grünkohl, die an den Strünken nachwachsen. Manchmal nehme ich die Blättchen vom Rosenkohl, die der Bauer sonst wegwerfen würde. Seit 20 Jahren experimentiere ich mit dem, was die Natur vor der Haustür bereithält. Kohlrabi etwa schmeckt fantastisch, wenn er zwei, drei Frost- und Sonnenphasen hinter sich hat. Mit Mission hat unser Faible für Gemüse übrigens nichts zu tun. Wir verarbeiten auch Fisch und Fleisch – wenn sie nicht zu weit reisen müssen. Aber grundsätzlich denken wir unsere Gerichte vom Gemüse aus. Wir leben im Knoblauchsland, dem größten zusammenhängenden Gemüseanbaugebiet Bayerns, und ich bin sicher, dass nur das, was in der Region wächst, in optimaler Qualität in den Kochtopf wandert. In Argentinien hätten wir vermutlich ein Steakhaus eröffnet.«

Restaurant »Essigbrätlein«, Weinmarkt 3, 90403 Nürnberg, essigbraetlein.de

Grünes Gemüse

(Zutaten für vier Personen)

4 Stangen grüner Spargel
4 Spinatstiele
2 EL Erbsen
100 g Kaiserschoten
4 kleine Kopfsalatblätter
½ Eichlaubsalat grün
2 Kohlrabi
1 Handvoll kleiner Sauerampfer
2 Blätter Duftpelargonie (Bio-Geranie, online bestellbar)
1 TL Majoran
1 EL getrocknetes, gemahlenes Pulver vom grünen Frühlingslauch
(Das Grüne vom Frühlingslauch bei 50 Grad 10 Stunden trocknen und anschließend mahlen oder im Mörser zerkleinern.)
Butter
50 ml Milch
20 g Ingwer
80 ml Öl von fermentierten Kamillen
(Alternative: Eine Handvoll Kamille mit Kapern und dem Öl mixen und durch ein Sieb geben.)
1 Limette
Sauerkrautsaft
Puderzucker
Salz

Zubereitung

Die Kaiserschoten 1 Minute in kochendem Wasser blanchieren, entsaften und kaltrühren. Den Kaiserschotensaft mit Sauerkrautsaft abschmecken.
Die Milch in ein hohes schmales Gefäß geben, mit etwas Limettensaft und dem Kamillen-Kapern-Öl zu einer Creme mixen. Die Duftpelargonienblätter und Majoran mit etwas Puderzucker und Salz in einer Kaffeemühle fein mahlen oder mit dem Mörser zerkleinern. 50 Gramm Butter auflösen, das Lauchpulver einrühren und warm stellen.

Die Gemüse zuschneiden: Den Spargel schälen, vierteln und in 8 cm lange Stifte schneiden. Vom jungen Spinat die Stielwurzel halbieren und gut waschen, Die Erbsen grob kleinschneiden, den Eichlaubsalat in 4 Ecken schneiden und waschen, vom Kohlrabi den obersten Teil 1 cm dick mit Schale abschneiden und in jeweils 6 Ecken schneiden. Den Ingwer fein schneiden, mit der Butter erwärmen, 1 Stunde ausziehen lassen und durch ein Sieb geben. (Die Ingwerstücke kann man für dieses Gericht nicht mehr nutzen.)

Fertigstellen: Den Kohlrabi in Salzwasser 3 Minuten kochen. Die Spinatstiele und den Eichlaubsalat in etwas Wasser mit der Ingwerbutter abgedeckt anschwenken. Den gegarten Kohlrabi und den Spargel kurz mit dem Eichlaub und Spinatstielen durchschwenken und auf ein Küchentuch geben. Die Erbsen und die Kopfsalatblätter mit etwas Limettensaft, Salz und Zucker abschmecken.

Anrichten: Jeweils ¼ TL von der Kamillencreme auf die Teller verteilen, die Erbsen und etwas Kaiserschotensaft daraufgeben, ein Kopfsalatblatt daraufsetzen, die gegarten Gemüse anlegen. Etwas von der Lauchbutter über die Gemüse geben. Den Sauerampfer mit etwas Geranienwürze abschmecken und auf die Gemüse dekorieren.

Ist das in Ordnung?

Wenn wir die Natur
mehr lieben als sie uns.

Nils Minkmar gibt Antworten auf Fragen des Lebens.
Schreiben Sie uns an spon.stil@spiegel.de

Wenn der Autor und Moderator Roger Willemsen nicht genau wusste, wer auf ihn zukam, und ihm der Name der Person, die sich ihm vorstellte, so gar nichts sagte, rief er hocherfreut: „Natürlich!“ Die Natur sollte ihn so vor sozialer Peinlichkeit bewahren, und das klappte auch immer, denn wer würde widersprechen, wenn er gleichsam als Naturphänomen vorgestellt wird, als hätte der Wind selbst den eigenen guten Namen in Willemsens Ohren geweht?

Wenn etwas als natürlich bezeichnet wird, ist oft besonders viel Kunstfertigkeit am Werk. Beim Verhältnis des Menschen zur Natur verhält es sich wie in dem Bossa-Nova-Klassiker vom Mädchen aus Ipanema: Man schaut ihr sehnsüchtig nach, wird aber selbst keines Blickes gewürdigt. Und je mehr sie sich entzieht, desto seltener und kostbarer erscheint sie. Seit Jahrhunderten sucht und studiert der Mensch das Wesen der Natur. Währenddessen wächst der Verdacht, dass die Natur ohne Menschen vielleicht natürlicher wäre. Der Wunsch, im Einklang mit der Natur zu leben, ist so alt wie die Fähigkeit des Menschen, die Natur gründlich auszubeuten. Die französische Königin Marie Antoinette war im 18. Jahrhundert eine prominente Fürsprecherin der Rückkehr zur Natur. Ihr Häuschen im Grünen, das Petit Trianon, sollte das Schaufenster für ein einfacheres, eleganteres und eben natürlicheres Leben sein. Darin war sie zu modern. Die meisten ihrer Zeitgenossen lebten noch von und inmitten der Natur und hätten sich etwas von jener Zivilisation gewünscht, der ihre Königin entfliehen wollte – wenn auch nur bis in den Park des Versailler Schlosses, wo ihr Häuschen stand.

Heute gibt es mehr von allem: mehr Zivilisation und einen umso stärkeren Wunsch, ihr auch wieder zu entkommen. Der hat ganzen Industriezweigen ihre Daseinsberechtigung verschafft. Der Tourismus verspricht immer mehr unberührte Ziele, die er dann freilich selbst kontaminiert. Man kann mehr Nahrungsmittel kaufen, die mehr Natur versprechen, obwohl man wahre Naturprodukte meistens nicht gern isst, schon ein kleiner Wurm würde uns den Apfel verleiden. Ein Säugling, den man Mutter Natur übergibt, ist in Lebensgefahr. Wer sich länger in unbewohnten Gegenden verirrt, berichtet nicht vom Gefühl, besonders willkommen gewesen zu sein. Die modernen Formen der praktischen Naturverehrung in Gestalt des Picknicks oder gar des Zeltens sind Prüfungen der besonderen Art, denn kaum etwas, was den Menschen zum Menschen macht, bringt er selbst mit, sondern muss sich in den schönen Tagen am Busen der Natur vollständig damit abrackern, Essen und Trinken, Wärme und Licht sowie ein gutes Buch und ein Glas Wein zu organisieren. Und was die Natur so zu bieten hat – Zecken und Flöhe, Quallen und Nesseln, Wind und Wetter –, verträgt er schlecht. Ideal ist die Natur immer nur in einer künstlerischen Perspektive, auf einem Gemälde oder einem Foto, in einem Buch oder auf einem Teller. In der Kunst finden wir den dringend benötigten Trost, denn, seien wir ehrlich: Die Natur erwidert die Liebe des Menschen zu ihr nur mäßig. Eigentlich gar nicht. S

Ausgabe 9

»Danke für ein Magazin zum Nachdenken, Schwelgen und Amüsieren. Ich freue mich über jede Ausgabe. Sie zeigen, dass Print heute intelligenter und charmanter Luxus sein kann.«
Tim In der Smitten

»Mir hat die Ausgabe sehr gut gefallen, da sie mir Hoffnung gibt. Ich bin froh, dass es so viele Menschen gibt, die mutig einen anderen Weg gehen.«
Beate Pallagi

»Interessante Artikel, schöne Bilder und ein tolles Rezept.« **Hans Jörg Stock**

»S Magazin Nr. 9 hat mir auf Anhieb gefallen. Nicht nur wegen des Inhalts, sondern auch wegen der klaren schönen typografischen Darstellung. Gratuliere!«
Meinolf Wewel

»Ihr Magazin ist aufgeblasen, öde, überflüssig und hat ein Scheißformat (viel zu unhandlich). Zeichnungen sind jedoch immer eine gute Sache! Ob von Bermúdez oder jemand anderem.«
Gisela Graf

»Danke für dieses gehaltvolle, nachdenklich stimmende Magazin, das uns in unserem ganz eigenen Novemberland erreichte. «
Felix Evers

»Man liest an, blättert weiter, liest den gesamten Artikel, weil er interessant ist oder gut geschrieben oder weil er berührt. Wie etwa der über die Tierschützerin aus Thailand.«
Joachim Franke

Impressum

SPIEGEL-Verlag
Rudolf Augstein GmbH & Co. KG,
Ericusspitze 1,
20457 Hamburg,
Telefon 040 3007-2791
Herausgeber:
Rudolf Augstein (1923–2002)
Chefredakteur:
Steffen Klusmann (V. i. S. d. P.)
Verantwortlich für Anzeigen:
André Patzold
Anzeigenobjektleitung:
Petra Kusel
Objektleitung:
Manuel Wessinghage
Redaktion:
brookmedia Management GmbH,
Hallerstraße 76,
20146 Hamburg
Redaktionsleitung:
Bianca Lang-Bognár,
Andreas Möller
Artdirektion:
Johannes Erler
Grafik:
Jamal Buscher
Bureau Johannes Erler
Autoren und Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Christian Baulig, Anke Dürr, Alfredo Haberli, Christine Korte, Bodo Kubartz, Thomas Kunzel (Lektorat), Gina Kutkat, Nils Minkmar, Parvin Nazemi, Aisha Reh, Stephan Reinhardt, Lesley Severiens, Franz van der Grinten, Claudia Voigt, Andreas Weber, Dr. Susanne Weingarten
Fotografen dieser Ausgabe:
Annelie Bruijn, Lena Giovanazzi
Bildbearbeitung
PIXACTLY media GmbH, Hamburg
Druck:
appl druck GmbH, Wemding

Herstellernachweis
Allude www.allude-cashmere.com
Apropos www.apropos-store.de
Audemars Piguet www.audemarspiguet.com
Bally www.bally.com
Boggi www.boggi.com
Boss www.boss.com
Brunello Cucinelli www.shop.brunellocucinelli.com
Bugatti www.bugatti-fashion.com
Chanel www.chanel.com
Cos www.cosstores.com
Dior www.dior.com
Dries van Noten www.driesvannoten.be
Fendi www.fendi.com
Floris van Bommel www.florisvanbommel.com
Fope www.fope.com
Hermès www.hermes.com
Herno www.herno.it
Hunter www.hunterboots.com
Iris von Arnim www.irisvonarnim.com
Isabel Marant www.isabelmarant.com
Jil Sander www.jilsander.com
Jopseph www.joseph-fashion.com
Kiton www.kiton.com
La Martina www.lamartina.com
Longcamp www.longchamp.com
Loewe www.loewe.com
Marc O´Polo www.marc-o-polo.com
Max Mara www.maxmara.com
Moreschi www.moreschi.it
Moncler www.moncler.com
Mytheresa www.mytheresa.com
Olymp www.olymp.com
Petit Bateau www.petit-bateau.com
Piquadro www.piquadro.com
Schiesser www.schiesser.com
Strellson www.strellson.com
The Bridge www.thebridge.it

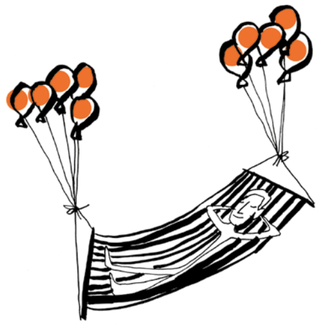
FSC MIX Papier aus verantwortungsvollen Quellen FSC® C004692

ALFREDO HÄBERLI

Der in Argentinien geborene Schweizer ist auf der ganzen Welt gefragt, wenn es um Architekturprojekte, Ausstellungskonzepte und Produktentwürfe geht. Der 56-Jährige studierte Industriedesign in Zürich und gründete dort sein eigenes Studio. Er entwirft mit Vorliebe Alltagsgegenstände wie Gläser (littala), Türgriffe (FSB), Weihnachtsschmuck (Georg Jensen) oder Möbel (etwa für Zanotta, Vitra, Moroso). Zudem gestaltet er Showrooms und Hotels. Häberlis Stil ist spielerisch und detailversessen. Uns bat er, die Farbakzente seiner Antworten nicht in irgendeinem Leuchtorange zu drucken – sondern in Pantone 804 U.

Schreiben Sie an s-magazin@spiegel.de, wie Ihnen die Ausgabe gefallen hat. Als Dankeschön erhalten die ersten neun Einsender eine der signierten Originalzeichnungen von Alfredo Häberli

Wie sehen Sie sich selbst?



Wo sind Sie am kreativsten?

Wovon träumen Sie?

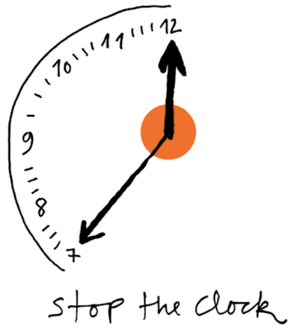
Die schönste Form, die Sie kennen?

Was macht Sie glücklich?

Wovor fürchten Sie sich?

Das Beste, was Sie je entworfen haben?

Verraten Sie uns Ihre Idole?



Welche Fähigkeit hätten Sie gern?

Die Idee der Rubrik stammt aus T, dem Style-Magazin der New York Times («The Illustrated Interview»)

125 JAHRE DEUTSCHE MANUFAKTUR

MOONRAFT BY BRETZ

ALEXANDER-BRETZ-STR. 2 • D-55457 GENSINGEN • TEL. 06727-895-0 • INFO@BRETZ.DE • BRETZ.DE
FLAGSHIPS: STILWERK **BERLIN** • HOHE STR. 1 **DORTMUND** • WILSDRUFFER STR. 9 **DRESDEN**
STILWERK **DÜSSELDORF** • ALTE GASSE 1 **FRANKFURT** • STILWERK **HAMBURG** • HOHENSTAUFENRING 62
KÖLN • BACHSTR. 8 **KONSTANZ-KREUZLINGEN** • REUDNITZER STR. 1 **LEIPZIG** • HOHENZOLLERNSTR. 100
MÜNCHEN • HALLPLATZ 37 **NÜRNBERG** • KÖNIGSBAU PASSAGEN **STUTTGART** • SALZGRIES 2 **WIEN**

Bretz
TRUE CHARACTERS

Reflecting personalities

CARL F. BUCHERER
Heritage BiCompax Annual

BUCHERER FINE JEWELLERY

BUCHERER
1888

Swiss Watch & Fine Jewellery Experts since 1888
bucherer.com