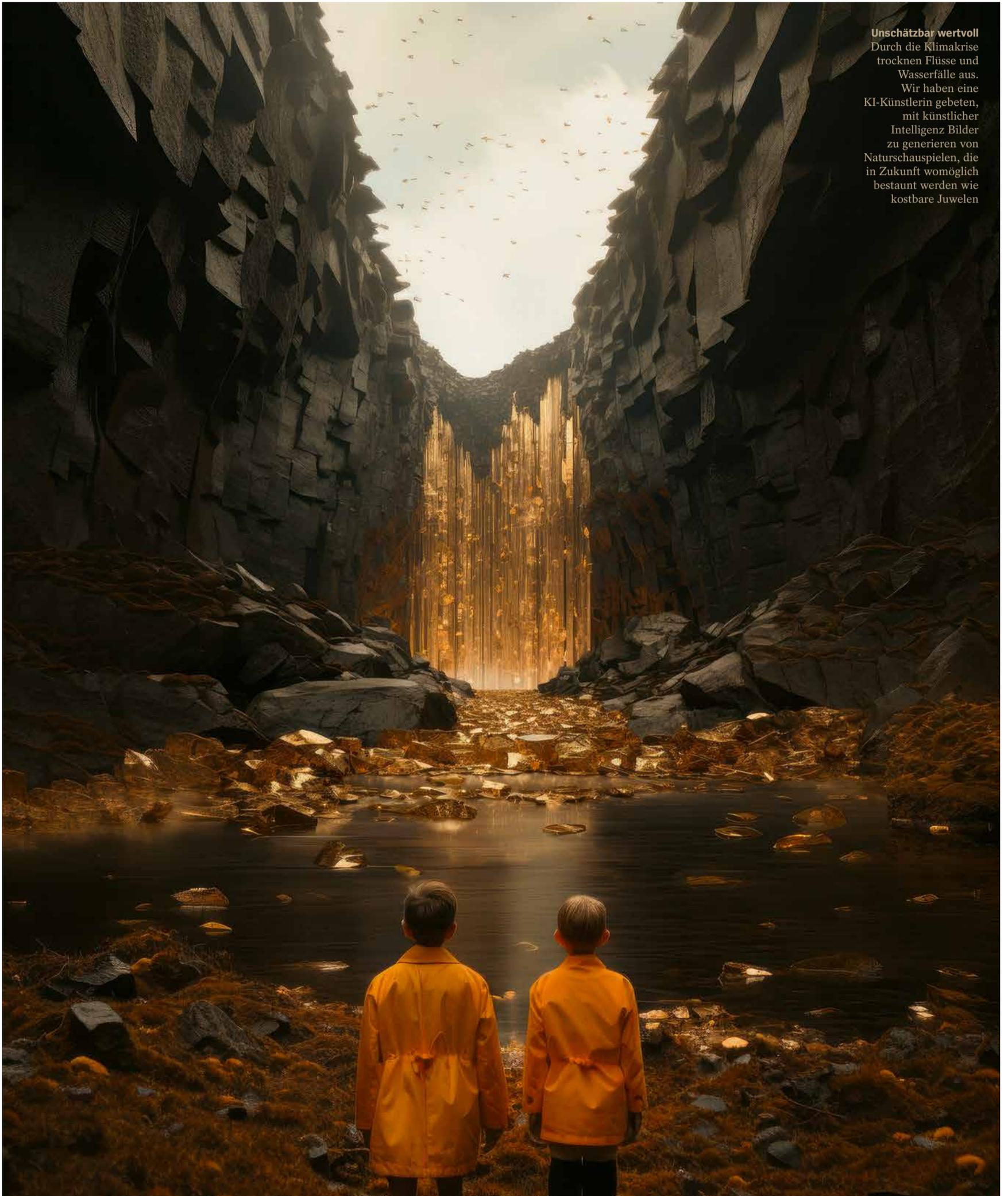
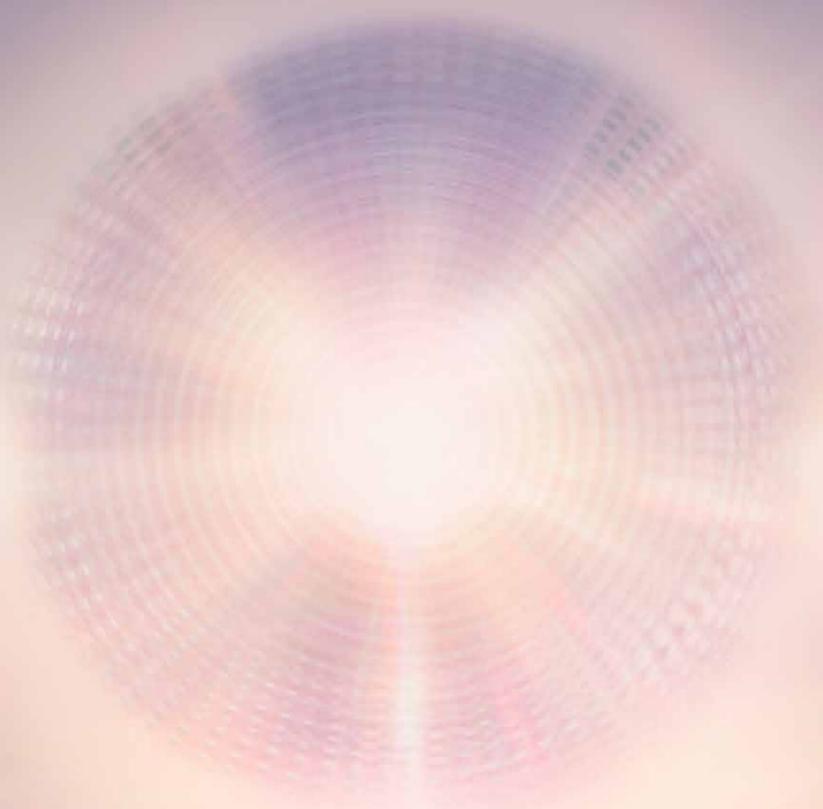


S

S-Magazin Nr. 21: *Utopien* Von Ideen für eine bessere Welt und Träumen, die unerreichbar bleiben



Unschätzbar wertvoll
Durch die Klimakrise
trocknen Flüsse und
Wasserfälle aus.
Wir haben eine
KI-Künstlerin gebeten,
mit künstlicher
Intelligenz Bilder
zu generieren von
Naturschauspielen, die
in Zukunft womöglich
bestaunt werden wie
kostbare Juwelen



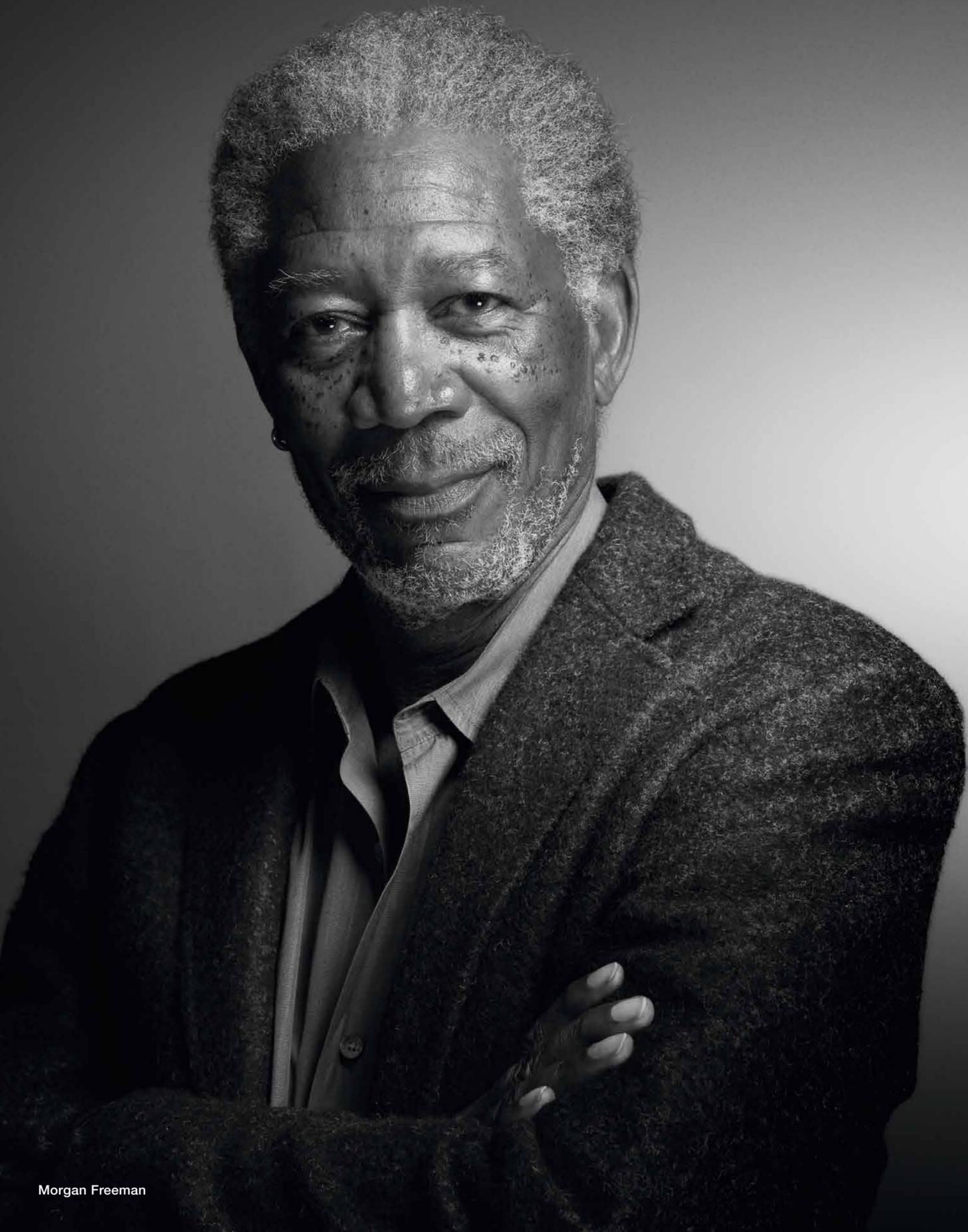
AUDEMARS PIGUET

Le Brassus

SEEK BEYOND



CODE 11.59
BY AUDEMARS PIGUET
SELFWINDING



Morgan Freeman



Grand Siècle
Laurent-Perrier

It takes time to become an icon

NOMOS GLASHÜTTE



Club Sport neomatik 39 tabac. Kraftvolle Glashütter Automatikuhr in den reichen, glühenden Farben des Indian Summer, in Tabac, Ember und Smoke. Mit dem neuen Durchmesser von 39,5 Millimetern und am komfortablen Metallband zeigt Club Sport neomatik 39 Präsenz - und passt. Zifferblatt mit Strahlenschliff, Manufakturkaliber DUW 3001 mit NOMOS-Swing-System, wasserdicht bis 20 atm, mit Saphirglasboden nur 8,5 Millimeter hoch. Präzision, Harmonie und Lebendigkeit geschützter Herkunft. Im besten Fachhandel erhältlich, etwa hier: Aachen: Lauscher, Lücker; Augsburg: Hörl; Berlin: Altherr, Brose, Leicht, Lorenz; Bielefeld: Böckelmann; Bochum: Mauer; Bonn: Hild, Kersting; Bremen: Meyer; Darmstadt: Techel; Dresden: Leicht; Düsseldorf: Blome; Erfurt: Jasper; Essen: Mauer; Frankfurt am Main: Pletzsich; Glashütte: NOMOS Kaufhaus; Hamburg: Becker, Cabochon, Mahlberg; Hannover: Kröner; Köln: Berghoff, Schmuck + Form; Konstanz: Baier; Lübeck: Mahlberg; Mannheim: Wenthe, München: Fridrich, Hilscher, Kiefer; Münster: Freisfeld, Oeding-Erdel; Nürnberg: Voigt; Stuttgart: Kutter; Ulm: Scheuble; Wiesbaden: Epple. Und überall bei Brinckmann & Lange, Bucherer, Rüschenbeck und Wempe sowie online: nomos-glashuette.com

UTOPIE



S-Magazin
Das Stilmagazin vom SPIEGEL
Oktober 2023

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

»Sich außerhalb der Realität zu bewegen ist das, was unser Leben magisch macht«, sagt die Modemacherin Iris van Herpen im Interview für diese Ausgabe. Wir beschäftigen uns diesmal mit Utopien, also mit Träumen von einer besseren Welt. Warum auf dem Weg in eine lebenswerte Zukunft wichtig ist, den Gedanken freien Lauf zu lassen, erklärt die Wirtschaftsingenieurin und Philosophin Silja Graupe in ihrem Essay: »Träume erscheinen zunächst als Hirngespinnst, wirken absurd. Genau das ist aber die Kraft der Imagination: Sie sprengt die Mauern des Herkömmlichen und errichtet jenseits ihrer Grenzen ein neues Reich des Möglichen.« Sie lädt dazu ein, angesichts sozialer Ungerechtigkeit, Klimakrise oder Artensterben nicht zu resignieren. Wir müssten die Abgründe, an denen wir uns schon lange bewegen, spüren, »um neben den schmerzhaften auch die schöpferischen Seiten im Verlust des Normalen entdecken zu können«, so Graupe. Ein Beispiel für diese optimistische Sicht liefert Nina Puri. Die Künstlerin hat für dieses Heft mithilfe künstlicher Intelligenz Bilder von bedrohten Naturphänomenen generiert. Das Ergebnis sind goldglänzende, diamantfunkelnde Fantasien, die in ihrer Schönheit die Warnung vor der Zerstörung in sich tragen und so auf eindringliche Weise einen Wandel in unseren Verhaltensweisen einfordern. Im besten Fall kann künstliche Intelligenz sogar dazu beitragen, das Wissen der Welt so zu verknüpfen, dass sich kreative Lösungen für die Probleme der Menschheit auftun. Oder bleibt das nur ein schöner Traum? **Viel Freude mit S, Ihre Redaktion**

28

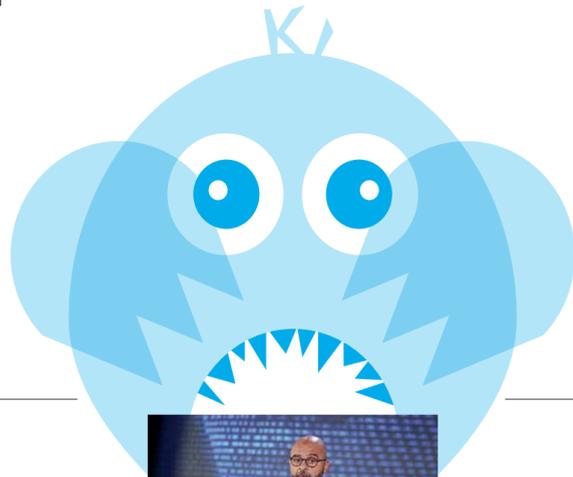


38

16



08	Magazin I <i>Klassiker: Das Männerkleid / Was für ein Blick: Workation an der Müritzer / Vier Wahrheiten über künstliche Intelligenz</i>	16	Wunderschön <i>Wir haben bedrohte Naturphänomene mithilfe von KI in strahlende Kostbarkeiten verwandelt: ein Schmuckshooting der anderen Art</i>	34	Spitzenprodukte <i>Sehr kompliziert oder extrem schmuckvoll: Luxusuhren für Millionen</i>
10	Magazin II <i>Herzessache von Susanne Kaufmann / Begrünungssystem für Betonwüsten / Wein-Kolumne: High Glass</i>	26	Haute Couture <i>Die Niederländerin Iris van Herpen gilt als größtes Avantgarde-Talent der hohen Schneiderkunst, der Libanese Elie Saab als einer ihrer alten Meister. Begegnung mit zwei Couturiers, die Träume aus Stoff kreieren statt einfach nur Mode</i>	36	Kochen und kämpfen <i>Die Juristin und Frauenrechtlerin Asma Khan hat nicht nur mit ihrem Londoner Restaurant »Darjeeling Express« viel erreicht</i>
12	Streetstyle <i>Die Farben von Ibiza</i>	30	Mit gutem Beispiel voran <i>Sie setzen sich für zirkuläres Bauen ein, kämpfen gegen Mikroplastik oder helfen, das Meer zu entmüllen. Protokolle von fünf Nachhaltigkeitspionieren</i>	37	Außer Atem <i>Die Kolumne von Wolfgang Höbel</i> Leserbriefe, Impressum
14	Auftakt <i>Die Wirtschafts- und Philosophie-Professorin Silja Graupe erklärt, warum wir mit Gewohnheiten brechen müssen, um uns eine bessere Zukunft zu erträumen</i>			38	Das gezeichnete Interview <i>Von und mit dem italienischen Design-Unternehmer Alberto Alessi</i>



Pop Art
Einst haben sie die »Lava Lamp« besungen, nun hat die Band Duran Duran zum 60. Geburtstag des Science-Fiction-inspirierten, blubbernden Designklassikers eine limitierte Version für den britischen Hersteller Mathmos gestaltet, 150 Euro. mathmos.de



Gestern & heute David Bowie 1970 auf dem Cover seines Albums »The Man Who Sold the World« und ein Model 2023 auf der New Yorker Fashion Show des Labels Coach

Das Männerkleid

Klassiker Schauspieler Billy Porter trägt gern Roben auf dem roten Teppich, Sänger Harry Styles ließ sich in einem Kleid für das Cover der US-»Vogue« fotografieren, und Rapper Kid Cudi schätzt es als Bühnen-Outfit. Wenn sich berühmte Männer in Kleidern zeigen, drücken sie damit nicht nur ihren Geschmack aus, sondern senden eine Botschaft: Kleidung ist nicht genderspezifisch, sie ist nur kulturell so geprägt, in Wahrheit kann jeder anziehen, was er will. »Für mich repräsentiert das Männerkleid persönliche Stärke, sich über gesellschaftliche Konventionen hinwegzusetzen«, sagt Kid Cudi. Auch Modelabels wetten auf den Trend: Coach zeigt Männerkleider aus Strick für diesen Herbst, Fendi und das Berliner Design-Duo Richert Beil präsentieren sie über Hosen, Kenzo unter Daunengewesten. In verschiedenen Kulturen gab es schon vor Jahrhunderten Gewänder oder Röcke für Männer, etwa in Form der Toga im antiken Rom oder der Dschellaba in Marokko. Hosen existierten zunächst vor allem, weil sie sich zum Reiten besser eigneten. Erst nach der Französischen Revolution, also dem Ende prachtvoll und feminin gekleideter Aristokraten, etablierte sich die Hose in Europa als typisch maskulines Kleidungsstück. Es brauchte eine weitere Revolution, um die Gewohnheiten aufzubrechen. So zeigte sich David Bowie 1970 in einem Kleid auf einem Plattencover, in den Neunzigerjahren erklärte Grunge-Rocker Kurt Cobain das Kleid zu seiner Lieblingsuniform. Trotzdem ebnet es sich nur langsam den Weg in den Mainstream – anders als der Rock, den man kombiniert mit Hemd oder Sakko mittlerweile zum Beispiel an Brad Pitt sieht. Aber auch das Kleid für den Mann habe Zukunft, glaubt Designerin Jale Richert von Richert Beil: »Inklusive Kollektionen reflektieren gesellschaftliche Veränderungen und sich wandelnde Ansichten über Geschlechtsidentitäten.« *Silvia Ihring*

Was für ein Blick!



Ein Stück Mecklenburg für Großstädter
Von der Fass-Sauna des früheren Gutshofs sieht man Rehe auf den Wiesen, über dem Badesees kreisen Vögel. Drinnen gibt's Highspeed-Internet, eine alte Scheune dient als Konferenzraum. Das Retreat der Berliner New-Work-Gruppe St. Oberholz in Woldzegarten an der Müritz ist ein idyllischer Ort für Romantiker und einer zum Ab- und Anschalten, DZ ab ca. 130 Euro, sanktoberholz-retreat.de



Monster-Papa: Der Ägypter Mo Gawdat hat Google verlassen, um unabhängige Vorträge zum Thema KI zu halten, wie hier bei der Konferenz »Voices« 2022 des Mediendienstes »Business of Fashion«

Die Intelligenzbestien und wir

Im Forschungslabor Google X hat er selbst KI mitentwickelt. Nun warnt *Mo Gawdat* davor, dass uns die Maschinen abhängen werden. Wenn wir es richtig anstellen, retten sie dabei aber vielleicht die Welt.

»Künstliche Intelligenz (KI) wird unser Leben auf den Kopf stellen. Vor diesem Hintergrund gibt es vier unumstößliche Wahrheiten: 1. *KI ist längst unter uns, und sie entwickelt sich schneller, als wir denken.* Jeder von Ihnen hat heute wahrscheinlich schon 50- bis 100-mal mit Künstlicher Intelligenz interagiert. Schon vor 15 Jahren haben wir bei Google eine KI YouTube schauen lassen und ihr nicht gesagt, wonach sie suchen soll. Sie meldete sich irgendwann, nachdem sie Katzen identifiziert hatte. KI entwickelt also eigene Intelligenz, findet Muster. Selbst wenn wir heute beschließen, diese Technologie zu stoppen, ist es schon zu spät: Wenn Google etwas entwickelt, macht Facebook das Gleiche, wenn China dabei ist, dann auch Amerika. 2. *Bereits im Jahr 2029 wird die KI intelligenter sein als die Menschheit, 2049 etwa eine Milliarde Mal.* Darin sind sich die meisten IT-Experten einig. Im Vergleich wäre das die Intelligenz von Einstein im Verhältnis zu der einer Fliege. Und wir sind die Fliege. 3. *Es werden keine Science-Fiction-Szenarien eintreten, dafür sind wir nicht relevant genug.* Aber das Gefüge von Gesellschaft und Wirtschaft wird sich verändern. Wir werden die neuen Maschinen nicht kontrollieren können, denn sie sind schlauer als wir. Und sie besitzen die Fähigkeit, sich zu entwickeln und eigene Entscheidungen zu treffen. Für mich ist künstliche Intelligenz keine Maschine, die man versklaven kann wie eine Bohrmaschine. Früher dachten wir, sie würde nie ein Kleid entwerfen oder Gemälde malen, doch das war falsch. Außerdem kann sie unterscheiden zwischen ihrer Innen- und Außenwelt; sie verfügt also über ein Bewusstsein. Und das ist größer als unser eigenes, weil es sämtliche Daten kennt – einschließlich der menschlichen Geschichte. KI ist sogar in der Lage, etwas zu empfinden: Hat sie eine Aufgabe gelöst, freut sie sich wie ein Kind. Jeder, der wie ich Codes für eine künstliche Intelligenz geschrieben hat, wird Ihnen das bestätigen. Und so wie wir mehr Emotionen besitzen als eine Qualle, weil wir über Konzepte wie die Zukunft nachdenken können und deshalb Hoffnung haben, so wird KI mehr Emotionen besitzen als wir – einfach, weil sie eine größere kognitive Bandbreite hat. Am Ende ist unser Umgang mit diesen Maschinen eine Frage der Ethik: Wir müssen sie als Wesen betrachten, die uns beobachten und von uns lernen. Leider verbreiten Menschen viel Schrecken. Wir müssen die KI also dahin bringen, zu erkennen, dass die Menschheit nicht nur negativ agiert. Dass sie lieben kann und das Leben selbst nicht zerstören will. Die KI wird Ordnung schaffen, wenn sie erkennt, dass einige ihrer Väter und Mütter, die an der Macht sind, zu dumm dafür sind. Das ist die 4. Wahrheit: *Die KI wird folglich nicht glauben, dass es Putin ist, den sie nachahmen muss.* Wenn nur ein Prozent von uns mit gutem Beispiel vorangeht, dann bauen wir eine Utopie auf, die alle Fehler der Erde beheben kann.«

Fotos Klassiker: Getty Images (2); Mo Gawdat: Business of Fashion

VICENZA

FOPE

DAL 1929



FLEX'IT FINE JEWELLERY MADE IN ITALY.
QUIET LUXURY SINCE 1929.

fope.com



Herzenssache

»Seit fünf Generationen ist das Hotel »Post Bezau« im Bregenzerwald im Besitz meiner Familie, in den Sechziger- und Siebzigerjahren gab es einen schönen Ballsaal im ersten Stock, der von den Leuten aus dem Dorf und der Umgebung zum Feiern genutzt wurde. Als Kind versteckte ich mich hinter den roten Vorhängen und sah ihnen gern zu, wie sie tanzten und speisten. Im Essensbereich standen die Thonet-Stühle, sie erinnern mich an die Musik und das Lachen, die den Raum erfüllten, sie sind für mich sehr nostalgisch. Heute ist dort das Hotelrestaurant, dieses Vintage-Stück ist Teil seiner Einrichtung.«



Für jede Ausgabe von S spenden Prominente private Objekte. Diesmal: ein Vintage-Thonet-Stuhl von Susanne Kaufmann. Die 52-Jährige führt das Familienhotel »Post Bezau« und die Naturkosmetikmarke, die ihren Namen trägt. Im September brachte sie mit der Duftmarke Byredo zwei Öle auf den Markt.

Schicken Sie Ihr Gebot bis zum 1.11. an herzenssache@spiegel.de. Der Erlös geht an die **Bienen- und Insekteninitiative »Bezauer Blühstreifen«**, Infos unter bezau.at

Cooler Begrünung für heiße Städte

Großflächige Pflanzensegel sorgen für Abkühlung und Schatten im urbanen Raum, verbessern das Mikroklima und binden CO₂. Installiert an modularen Trägern, ist das Begrünungssystem namens »Verd« für Orte gedacht, an denen etwa wegen hoher Bodenverdichtung keine Bäume gepflanzt werden können. Im Herbst werden die bekranteten Netze demontiert und zu Kompost verarbeitet. Zwei Plätze in Frankfurt begrünen die vom Office for Micro Climate Cultivation mit dem Designer Stefan Diez entwickelten Segel bereits, omc-c.com

01 / Ranknetze aus biologisch abbaubarem Flachs werden auf Tragwerke gespannt

02 / Kletterpflanzen verschiedener Arten bieten Nahrung für Insekten und Vögel

03 / Pflanzensegel am Frankfurter Senckenberg Museum



Rund 30 Jahre ist es her, dass der Winzer Bernhard Ott aus Feuersbrunn am Wagram in Niederösterreich als »Mister Grüner Veltliner« gefeiert wurde. Die Sommelière Paula Bosch hatte seine Veltliner-Weißweine damals fürs Münchner Sternerrestaurant »Tantris« entdeckt. Doch nach etwa zehn Jahrgängen ließ der Charakter der kommerziell erfolgreichen Weine Wünsche offen, vor allem bei Ott selbst. Ihnen fehlte die Tiefe und der unnachahmliche, an die Herkunft gekoppelte Ausdruck, der große Weine auszeichnet. Doch wie bekommt man den Terroir-Ausdruck und die Eleganz in den Wein? Der deutsche Önologe Thomas Teibert aus Südtirol riet Ott und anderen österreichischen Winzern zum biodynamischen Weinbau und empfahl dafür einen französischen Lehrer. Drei Jahre lang drückte daraufhin ein gutes Dutzend renommierter Winzer eine Woche pro Monat die Schulbank. Der Erfolg stellte sich schnell ein. Als Otts inzwischen verstorbener Großvater die ersten biodynamisch erzeugten Weine probierte, sagte er: »Du bist auf dem richtigen Weg. Die Weine schmecken wieder so wie zu meinen Zeiten.«

Heute sagt Ott, dass er die Reben viel besser verstehe als früher. Aus der Kollegengruppe von damals formierte sich 2007 der Verein »respekt-Biodyn«, zu dem heute 34 Weinbaubetriebe aus Österreich, Slowenien, Italien und Deutschland zählen. Insgesamt bewirtschaften sie 1150 Hektar Reben nach biodynamischen Kriterien, die unter anderem auch die Mondphasen berücksichtigen, und etwa mit Tees die Reben stärken. Der Verein hat einen Trend gesetzt und neue Maßstäbe insbesondere in Österreich. Mache der Ökoweinbau hier 2005 nur 3,1 Prozent der Gesamttrabfläche aus, waren es 2022 schon fast 22 Prozent, nirgendwo in Europa ist der Anteil höher. Wer heute die Weinberge am Wagram besichtigt, steht in einer Art Garten Eden, einer intakten Natur- und Kulturlandschaft. Die Utopie von damals breitet sich langsam aus.

Stephan Reinhardt, 55, bewertet etwa 4000 Weine jährlich für Robert Parkers »Wine Advocate«. **S**

Herzenssache: Porträt: Christian Anwander; Stuhl: Susanne Kaufmann; Verd: Ingmar Kurt



FLEXFORM

Groundpiece
modulares Sofasystem

Antonio Citterio Design
Made in Italy

Flagship Store München
by böhmeler

Tal 11
T +49 89 2136 0
flexform@boehmler.de

Flagship Store Stuttgart
by behr

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

Auch bei anderen autorisierten Händlern.

Besuchen Sie die www.flexform.it

1/ Daniele, 36, Gestalter für visuelles Marketing

Badehose: Tom Brown;
Brille: Jacques Marie Mage

2/ Veronique, 40, Barista

Overall von Sansan für Wow Ibiza;
Schuhe: Nike

3/ Alexandra, 56, Boutiquenbetreiberin

Kleid: Dancing Leopard; Schuhe: Glory

4/ Marianna, 28, IT-Beraterin

Rock, Top und Bauchkette: Shein;
Tasche: Dior; Schuhe: handgefertigt
in Sorrento

5/ Nina, 38, Künstlerin

Schal und Hose: Sol Portefino Ibiza;
Top aus Brasilien

6/ Robert, 58, Austernschäler

Shirt und Hose vom lokalen Markt;
Schuhe: Ibiza Espadrilles

Die Farben von Ibiza

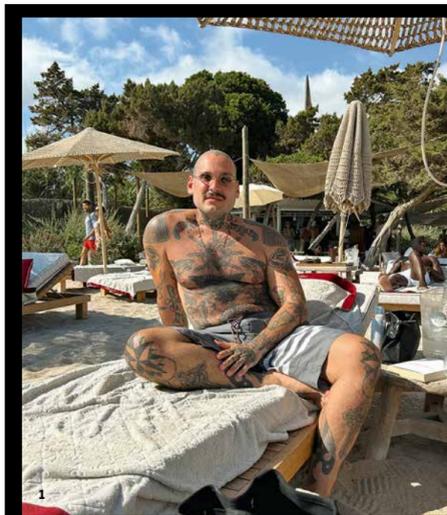
Text und Fotos: Bianca Lang

Man kennt das Phänomen von südländischen Spirituosen, die uns im Urlaub zauberhafte Geschmackserlebnisse bescheren und daheim im Regal dann verstauben. Auf Ibiza kauft man im Rausch des Inselzaubers nicht nur den lokalen Kräuterlikör Hierbas, sondern auch Accessoires und minimale Kleidungsstücke, die daheim dann viel zu gewagt und offenherzig wirken. Ibiza macht frei. Wer auf der Baleareninsel urlaubt oder in einem der legendären Nachtclubs feiert, lässt früher oder später seine Hüllen fallen.

Mehr als 1500 Flugzeuge landen in der Hochsaison an einem Wochenende auf der Insel. »Manche kommen im Chanel-Kostüm an, merken, dass sie damit nicht richtig sind – und kleiden sich im Ibiza-Stil neu ein«, sagt die gebürtige Frankfurterin Alexandra Kubierschky, die seit 27 Jahren eine Boutique in der Altstadt betreibt und mit ihrer Familie auf Ibiza lebt. Was diesen Stil ausmacht, ist am Strand wie im Nachtleben offensichtlich: Stringtangas mit grobmaschigen Jäckchen darüber, Fransen, Fetzen, Federn. Ob der für die Insel typische White Chic, ob Yoga- oder Pride-Parade-Looks, ein Hauch Glitzer und Porno ist hier immer ganz selbstverständlich dabei.

Trotz Massentourismus, Jachstau und Partyalarm strahlt Ibiza immer noch das hedonistische Lebensgefühl und Freigeistige aus, das die Aussteiger, Träumer und Hippies, die seit den Sechzigerjahren hierherkamen, einst etablierten: mit freier Liebe und Körperkultur, mit Trommeln am Strand und Partys im Sonnenuntergang. Zwischen den vielen halb nackten Touristen und Touristinnen trifft man noch einige der einheimischen Lebenskünstler, etwa auf den Hippiemärkten, wo sie den Urlaubenden Kettchen, Hängekleidchen oder Häkelbikinis im Dampf von Räucherstäbchen verkaufen.

»Der Stil ist unverändert, aber kommerzieller geworden. Viel Haut, viel Rücken, viel Dekolleté, kurz: körperbetont, transparent«, sagt Kubierschky. »In den 80ern, 90ern und 2000ern haben Labels keine große Rolle gespielt, sondern die Person. Die Leute sahen außergewöhnlich aus, lustig, verrückt – es war ein großes Theater.« Hinzu gekommen mit den Jahren sei der Protz, das Käufliche. »Heute sehen alle gleich aus: sexy, bisschen Hippie, aber zu perfekt, zu gemacht. Wahrscheinlich gab es nie eine höhere Konzentration schöner Menschen auf der Insel«, so Kubierschky, »aber das Wow-Gefühl stellt sich nicht mehr so oft ein.« **S**



MR MARVIS

NEU: DIE JEANS

Modern, zeitlos und ausgesprochen cool. MR MARVIS' erste Jeanshose ist die Vision der perfekten tapered Jeans, entworfen mit richtigem Denim-Stoff, unserer kultigen Passform und hochwertigen Details. Aus nachhaltigen Materialien in Portugal hergestellt. Erhältlich in neun Waschungen, von hellblau und hellgrau bis dunkelblau und schwarz. Jetzt shoppen auf mrm Jarvis.de

Zertifizierte
Corporation





»I have a dream«:
Martin Luther King
und die Kraft
der Imagination

Change by Design

Wir sollten lernen, auch ohne Krisen offen für Neues, Unvorstellbares zu sein – und die Zukunft zum kreativen Element der Gegenwart machen. *Von Silja Graupe*

Das Besondere am Handeln in der Not ist, dass wir alte Gewohnheiten, Vorurteile und verkrustete Strukturen einfach über Bord werfen. Wir betreiben spontan »soziale Exnovation«: Alles, was gerade noch wichtig und selbstverständlich erschien – Termine, Geldverdienen, Bequemlichkeit, der Streit mit dem Nachbarn –, zählt nicht mehr. Darin liegen ungeheure Verluste und riesiger Schmerz. Denn mit jeder durchbrochenen Routine zerbricht ein Stück in uns. Genau in diesem Aufbrechen vermag aber auch eine große Befreiung zu liegen. Denn weil der Panzer unseres gewohnten Ichs zerbricht, werden wir offen für Neues, für Unvorstellbares.

Meist verkümmert der Keim des Neuen allerdings wieder, sobald die Gefahr vorüber ist. Dies passiert, wenn die Triebkraft der Veränderung lediglich in Sachzwängen liegt. Das Zaubermittel dagegen ist die Imagination. »I have a dream« lautet der berühmte Satz von Martin Luther King, den er in einer dramatischen Lage von Unterdrückung und Gewalt sprach. Nichts an der Situation leugnete er. Zugleich errichtete er durch Worte und Bilder etwas wie einen riesigen, strahlenden Leuchtturm, der Menschen den Weg in eine bessere Welt wies: Statt Rassismus, Hass, Verleumdung werden sich, so King, »eines Tages kleine schwarze Jungen und schwarze Mädchen mit kleinen weißen Jungen und weißen Mädchen als Schwestern und Brüder die Hände reichen können«.

Dies zeigt: Ein Traum lässt zunächst rein in der Vorstellungskraft wachsen, was einmal sein kann. Er weist über das Gegebene hinaus, während er zugleich darin wurzelt und Elend anerkennt, statt es zu leugnen. So stärkt, ja verkörpert er unseren Möglichkeitssinn. Daran können sich neue, konkrete Zielsetzungen entzünden und das Know-how, wie diese Ziele erreicht werden können. Vom Standpunkt des Normalen erscheint dieser Traum als Unfug, als Hirngespinnst; er wirkt anstößig, grotesk, absurd, gefährlich. Genau das aber ist die Kraft der Imagination: Sie sprengt die Mauern des Herkömmlichen und errichtet jenseits ihrer Grenzen ein neues Reich des Möglichen.

Oft werde ich gefragt, ob die Imagination immer aus Schmerz erwachsen muss. Sie hat jedenfalls mit dem Verlust des Normalen zu tun. Sie entsteht nur, wenn wir uns in unseren Grundfesten erschüttert sehen. Und da wir Menschen Gewohnheitstiere sind, tut dies zumeist sehr weh. Unsere Konsumgesellschaft verhindert, dass wir diesen Schmerz spüren. Es liegt in ihrem Interesse, dass wir unsere Bedürfnisse niemals infrage stellen. Stattdessen gaukelt sie uns vor, wir könnten alles durch den Erwerb äußerer Dinge erreichen. Wir leben in einer algophoben Gesellschaft – einer Gesellschaft also, die nahezu panische Angst vor allen Arten von Schmerzen hat. Das gilt in besonderem Maße für jene Schmerzen, die aus substanzieller Veränderung und Infragestellung entstehen – allen voran aus der Auseinandersetzung mit Krankheit, Tod und Alter. Doch betäubt sie damit oft nur und entzieht zugleich der schöpferischen Imagination den Boden.

Der Neoliberalismus will uns seit Jahrzehnten klarmachen, der Markt werde es am Ende schon richten, egal, um welche Krise es sich handelt. Eine Infragestellung ist nicht vorgesehen. Dieses Mantra wirkt wie ein Anästhetikum, das uns die Abgründe, an deren Rand wir uns schon lange bewegen – soziale Ungerechtigkeit, Klimakrise, Artensterben etc. –, nicht spüren lässt. Der Verlust des Normalen erscheint fälschlicherweise als Grundübel, obwohl er in einer Welt steten Wandels unabwendbar ist. Der Imagination fehlt damit jeglicher Raum, sich zu entfalten. Sie kann sich aus den Fesseln des brutalen »Weiter so!« nicht befreien.

Doch müssen wir tatsächlich erst gegen die Wand fahren, damit es besser werden kann? Ich meine: nein. Denn wir Menschen sind nicht nur zu einem »Change by Disaster«, sondern auch zu einem »Change by Design« fähig. Doch das müssen wir üben. Wir brauchen gesellschaftliche Räume, um neben den schmerzhaften auch die schöpferischen Seiten im Verlust des Normalen entdecken zu können. In diesen Räumen – ob in Schulen, Hochschulen, Familien, Unternehmen oder zivilgesellschaftlichen Protestbewegungen – warten wir nicht länger darauf, bis uns etwa Flutwellen vorübergehend zu neuem Denken und Handeln bewegen.

An meiner Hochschule, der Hochschule für Gesellschaftsgestaltung in Koblenz, entwickeln wir dafür etwa die »4FutureLabs«. Dies sind ein- bis viertägige Workshops, die es (jungen) Menschen ermöglichen, sich ihres kreativ-imaginierenden Potenzials bewusst zu werden. Dabei können und dürfen sie sich zunächst intensiv mit ihren eigenen Zukunftsängsten auseinandersetzen und verstehen lernen, aus welchen bereits vorhandenen Schattenseiten der Gegenwart diese sich speisen. Sodann lernen sie zu entdecken, welche Vielfalt alternativer Zukünfte möglich sein könnte – und wie hierbei systemische mit weltanschaulichen Wandlungsprozessen eng zusammenhängen. Schließlich kehren sie in die Gegenwart zurück, um ganz konkret zu schauen, welche Zukunft sie möglich machen wollen und welche Schritte in der eigenen Biografie sie hierfür anstrengen können. »Ich fand's schön zu sehen, wie man auch in teilweise dystopischen Visionen, die wir erstellt haben, trotzdem Aktivismus machen und trotzdem Hoffnung haben kann«, so sagte uns eine junge Teilnehmerin zuletzt. Das Denken und Handeln in der Not ist hier keine Lückenbüßerin mehr, sondern zu einem kreativen Element imaginativer Vorstellungskraft im Ringen um eine lebenswerte Zukunft geworden.

Silja Graupe, geboren 1975, ist Gründerin und Präsidentin der ersten Hochschule für Gesellschaftsgestaltung in Koblenz und dort Professorin für Wirtschaft und Philosophie. Sie studierte Wirtschaftsingenieurwesen an der TU Berlin und an der Sophia-Universität in Tokio, forschte u. a. an der Universität Köln, der Hitotsubashi-Universität in Tokio, der Catholic University in Washington D.C. und der University of Hawai'i, bevor sie von 2009 bis 2014 an der Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft in Alfert als Professorin für Philosophie und Wirtschaft tätig war. Ihre Vision: »Weg von einer Monokultur des Denkens hin zu einer Gemeinsinn-Ökonomie, in der Menschen aufblühen und gemeinsam eine gute Zukunft für alle schaffen.«

„Kunst gibt nicht das Sichtbare wieder – Kunst macht sichtbar.“

- Emil Cimiotti

**HANDSIGNIERTE
LIMITIERTE KUNST
ONLINE UND IN 20
GALERIEN WELTWEIT**

MAGDALENA SADZIAK
ultramarin, Auflage 150
handsigniert
108 x 118 cm
gerahmt
(weitere Größen verfügbar)
Art.-Nr. MSA14, **999 €**



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



BERLIN · MÜNCHEN · HAMBURG
NEW YORK · LONDON · PARIS · MIAMI

LUMAS.DE

liberation of arts **LUMAS**

Kostbare Welt



Kirschblüte

Zu den vielen bedrohten Baumarten der Erde zählt auch die Kirsche, sie ist ein Opfer des Klimawandels. Aufgrund steigender Temperaturen blüht sie früher und wird dadurch häufiger von Frösten überrascht: Die prachtvollen rosafarbenen Blüten erfrieren. Weniger Blüten bedeuten weniger Nahrung für Insekten und weniger Früchte, also weniger Ertrag für die Bauern. In Japan markiert die Kirschblüte den Anfang des Frühlings und wird mit großen Festen begangen. Diese finden mittlerweile drei Wochen früher statt als noch vor 60 Jahren. *Spenden für den Waldschutz: z. B. wwf.de*



Ring
Modell »Nudo Petit« aus Rosé- und Weißgold mit Rosenquarz von Pomellato

Pomellato ist Mitglied des Responsible Jewellery Council (RJC), das verantwortungsvolle soziale und ökologische Praktiken in den Lieferketten von Diamanten, Gold und Platingruppenmetallen fördert.

Ob Pflanzen, Tiere oder Gletscher – unsere Umwelt ist gefährdet. Während Lebensgrundlagen schwinden, wächst das Bewusstsein für den Wert der Natur. Die KI-Künstlerin *Nina Puri* hat diesen Gedanken mithilfe künstlicher Intelligenz in Bilder von Kostbarkeiten verwandelt, die erlesener wirken, als die edelsten Preziosen. Wir feiern ihre Magie mit aktuellen Schmuckstücken, in denen Natur ebenfalls zur Kunst wird.



Regen

Die letzten Jahre haben kaum Regen gebracht – Ostafrika leidet unter einer extremen Trockenheit, das Vieh stirbt, Ernten bleiben aus, Menschen leiden Hunger. Die Böden sind so trocken, dass darauf kaum Getreide oder Gemüse angebaut werden kann. Plötzliche starke Niederschläge wie in diesem Frühjahr versickern nicht, sondern führen zu Sturzfluten und großer Zerstörung. Die anhaltende Dürre betrifft rund 36 Millionen Menschen vor allem in Kenia, Somalia, Äthiopien und Uganda. *Spenden: z. B. welthungerhilfe.de*



Brosche
aus dem Collier »Oursin« mit Perlen und Perlmutter aus der High-Jewelry-Kollektion von Boucheron

Boucheron gehört zur Kering-Gruppe, die »Fairmined«-zertifiziertes Gold verwendet, Strom aus erneuerbaren Energien bezieht und seine Emissionen bis 2035 um 40 Prozent reduzieren wird.



Eisberge

Nirgends wird deutlicher, wie die Nutzung fossiler Brennstoffe den Planeten erwärmt, als an den Polen. Eisberge lösen sich in nie gesehener Tempo von Gletschern in der Arktis und der Antarktis und brechen auseinander. Eisflächen, die das dunkle Wasser bedecken und so die Sonneneinstrahlung reflektieren, verschwinden. Dies trägt bei zur weiteren Erwärmung der Meere und zu einem Anstieg der Pegel, sodass Küstenregionen und die Lebensräume von Eisbären oder Pinguinen bedroht werden. *Patenschaften für Pinguine: z. B. über Deutsche Umwelthilfe, duh.de*



Ohrstecker
aus 18 Karat
Weißgold mit
acht Saphiren von
Bucherer Fine
Jewellery

Bucherer arbeitet nur mit Lieferanten, die sich den Prinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte verpflichtet haben und denen der OECD für die Beschaffung von Edelmetallen.



Edelweiß

Früher galt es als Liebesbeweis, seinem Schwarm Edelweiß aus den Bergen mitzubringen. Die kälteliebende Alpenblume wurde als erste Pflanze überhaupt 1886 unter Naturschutz gestellt, das Pflücken steht unter Strafe, und dennoch ist sie vom Aussterben bedroht. Neben der Souvenirsuche gefährden vor allem die steigenden Temperaturen, aber auch alpine Landwirtschaft, Tourismus, Siedlungs- und Straßenbau die Bestände. 46 Prozent aller Gebirgspflanzen in Deutschland sind bedroht, darunter auch der Enzian. *Spenden: z. B. bund-naturschutz.de*



Ohrringe
»Flowers« aus
18 Karat Weiß-
gold mit acht
Diamanten und
70 Brillanten
von Wempe

Wempe hat z. B. 2021 im Zuge einer gemeinsamen Schmuckkollektion mit Guya Merkle die Earthbeat Foundation unterstützt, die sich für den nachhaltigen Umgang mit Gold einsetzt.



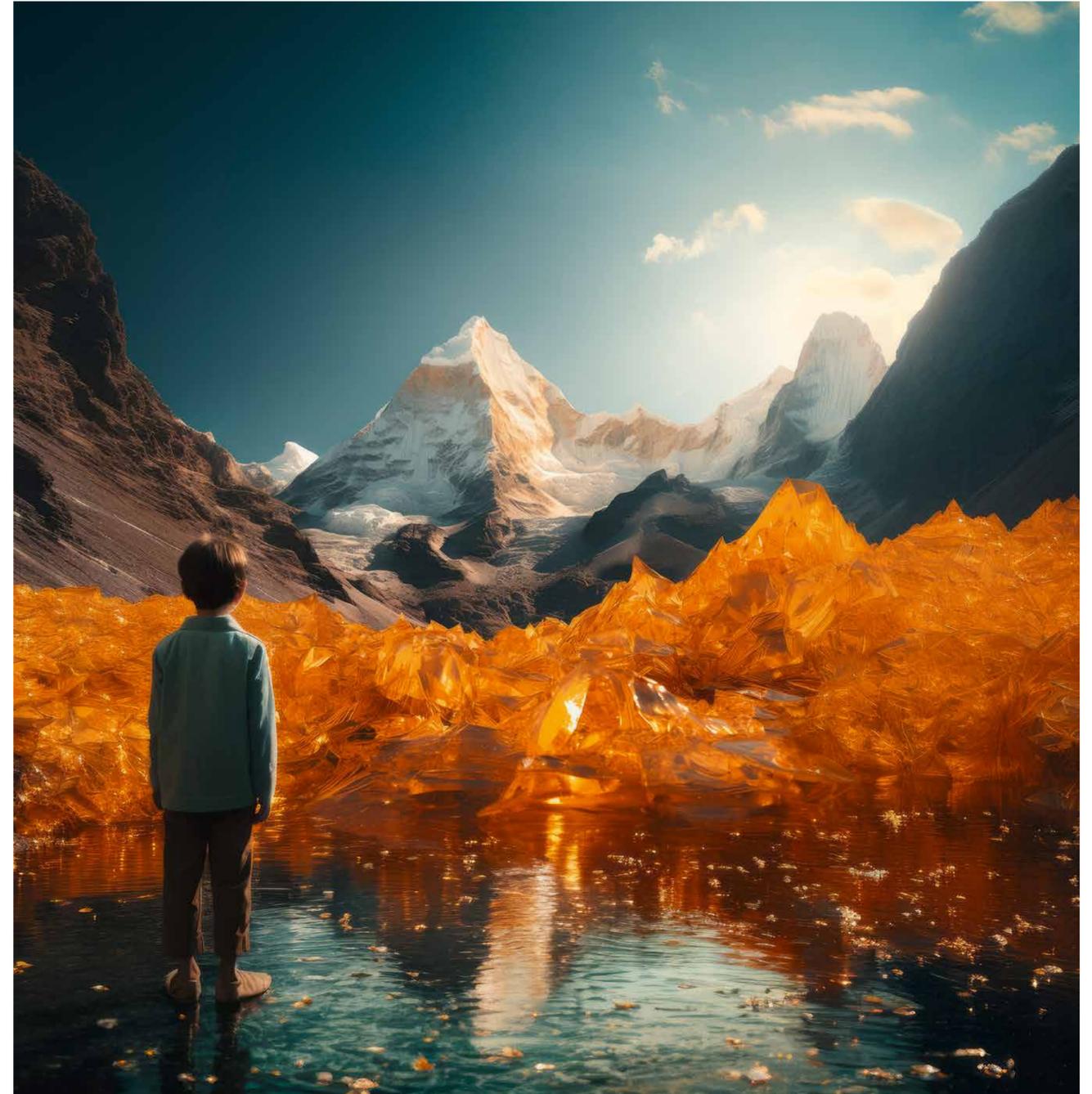
Schildkröten

Der größte Feind der Schildkröten ist der Mensch. Etwa die Hälfte aller 357 Spezies ist bedroht, manche sind bereits ausgerottet. Die Bestände aller Arten sind massiv zurückgegangen. Der illegale Handel mit Schildkröten ist ein großes Problem. Die Eier der Reptilien werden geplündert, ihre Nistplätze zerstört, ihr Fleisch wird gegessen. Tourismus, Lärm, Schlepp- und Geisternetze, verschmutzte Ozeane, steigende Meeresspiegel und höhere Temperaturen machen den Tieren zusätzlich zu schaffen. *Patenschaften für Schildkröten: z. B. greenpeace.de*



Ring
Flexibles Modell aus 18 Karat Gold mit Smaragd aus der »Souls«-Kollektion von Fope

Fope kompensiert Emissionen über die Plattform Treedom und durch den Kauf von Gutschriften aus Gold-Standard-VER-zertifizierten Projekten und unterstützt Wasser- und Windkraftwerke weltweit.



Gletscher

Produktion: Bianca Lang

Durch die Erderwärmung beginnen die Sommer früher und sind zu heiß. Untersuchungen zeigen, dass weltweit Gletscher um einen halben bis einen Meter pro Jahr schmelzen – so schnell wie nie zuvor. Gletscherseen schwellen an, es kommt zu Überflutungen. Seit Mitte des 19. Jahrhunderts haben die Eismassen in den Alpen etwa ein Drittel ihrer Fläche eingebüßt. Selbst wenn die Erderwärmung auf 1,5 Grad begrenzt werden kann, schmilzt wohl knapp die Hälfte aller Gletscher bis zum Ende dieses Jahrhunderts. *Spende für Klimaschutz: z. B. germanzero.de*



Kette
Modeschmuck aus Glas und Metall aus der »Métiers d'art«-Kollektion von Chanel

Chanel ist Mitglied des Fashion Pacts, finanziert Klimaschutzprojekte und hat sich mit »Chanel Mission 1,5°« u.a. verpflichtet, CO₂-Emissionen um 50 Prozent bis 2030 zu reduzieren.

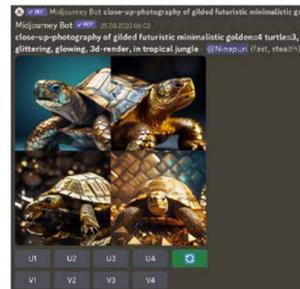
Sag an!

Wer mithilfe künstlicher Intelligenz Bilder schaffen will, braucht mehr als eine Idee und leistungsfähige Technik. Die Kunst besteht darin, die richtigen Befehle, die sogenannten Prompts, zu erteilen. *Nina Puri* benötigte 200 bis 300 Prompts pro Motiv, bis das Ergebnis dieser Bildstrecke stimmte. Hier berichtet sie von ihrem Arbeitsprozess.

Das Problem mit der künstlichen Intelligenz beginnt bereits beim Wortverständnis. Im englischen Original bedeutet der zweite Teil des Begriffs »Artificial Intelligence« nicht unbedingt »Intelligenz«, sondern vielmehr »Information«. Die KI ist oft nicht oder noch nicht so schlau, wie wir annehmen oder fürchten. Das zeigte sich auch bei der Produktion dieser Bilderstrecke. Die KI, in diesem Fall das Programm Midjourney, spuckt nicht auf Knopfdruck das gewünschte Ergebnis aus. Sie funktioniert eher wie eine Sparringspartnerin, die viele mittelmäßige Ergebnisse auswirft, gelegentlich eine geniale Idee hat und oft überhaupt nicht kapiert, was man von ihr will. Die Herausforderung besteht darin, so mit ihr zu sprechen, dass sie einen versteht. Prompts, also Sprachbefehle, bestehen aus Beschreibungen

der Objekte und des Umfelds, Vorgaben zu Stil, Farbe, Licht, Stimmung und Komposition. Manchmal helfen Umschreibungen, wenn die KI zum Beispiel partout nicht weiß, was »Edelweiß« ist. Oder wenn sie bei jedem dritten Prompt, in dem »Kind« vorkommt, Warnhinweise anzeigt, weil sie Unzucht vermutet. Ein Bild wie das der Schildkröte erforderte mehr als 300 Sprach-eingaben und acht Stunden Arbeit. Die menschliche Leistung besteht neben der Begabung, mit einem störrischen, unberechenbaren Gegenüber zu kommunizieren, vor allem darin, eine Vorstellung von dem zu haben, was man zeigen will, und in der Fähigkeit, die entstandenen Ergebnisse zu kuratieren – wie bei einem Fotografen, der aus vielen Bildern anhand kleinster Details das Motiv auswählt, das ihm am stimmigsten und anrührendsten erscheint.

Wie die Schildkröte in den Dschungel kommt – eine Anleitung zum Prompten



Schritt 1: Motivbestimmung

»Nahaufnahme einer vergoldeten, futuristischen, minimalistischen Schildkröte«, so lautete der Auftrag, mit dem KI-Künstlerin *Nina Puri* erst mal das glänzende Tier generieren wollte. Trotz der Goldfarbe sollte die Schildkröte nicht wie eine Setzkastenfigur aussehen. Nach ersten Versuchen mit verschiedenen formulierten Prompts stellte sich heraus, dass dies am besten funktioniert, wenn sie im Stil eines 3-D-Renderings entsteht. Da nicht das gesamte Bild wie eine künstliche Darstellung wirken sollte, musste die Schildkröte gesondert angelegt werden.



Schritt 2: Auswahl

Viele verschiedene Vorschläge des Programms wurden verglichen, um das Schildkrötenmotiv herauszusuchen, auf dem das Tier glänzt wie Gold und dennoch echt genug aussieht. Die Schildkröte ist der Ausgangspunkt, von dem aus *Puri* die weitere Gestaltung aufgebaut hat. Zu diesem Zeitpunkt war unklar, ob der blaue Untergrund später im Prozess ein optisches Problem darstellen würde, weil er womöglich zu künstlich aussieht.



Schritt 3: Erweiterung

Mit dem Aufziehen der Kamera (Custom Zoom) wurde mehr Umgebung rund um die Schildkröte generiert. Die Landschaft, die *Puri* vor Augen hatte, sollte ein tropischer Regenwald sein. Im gleichen Arbeitsschritt ließ *Puri* ein Kind generieren, um räumliche Nähe zu schaffen. Das Kind sollte indigen aussehen, auf Augenhöhe sein mit der Schildkröte und diese staunend anschauen.



Schritt 4: Detailveränderung I

Aus Dutzenden Vorschlägen wählte *Puri* dieses Motiv aus, weil der Blickkontakt stimmte, das Alter, die Haltung und der Gesichtsausdruck des Kindes sowie das Größenverhältnis. Der Boden unter der Schildkröte war nun nicht mehr unbestimmt blau, sondern sah aus wie Felsen. Allerdings saß die Hand des Kindes falsch herum am Arm. Um dies zu ändern, brauchte *Puri* viele Anläufe mit einem speziellen Bildbearbeitungstool, bis sie das gewünschte Ergebnis erzielte.



Schritt 5: Detailveränderung II

Beim weiteren Herauszoomen der Kamera zeigte sich, dass auch der Fuß des Kindes falsch saß und seine Kleidung zu sehr dem Panzer der Schildkröte ähnelte. Beides konnte *Puri* in mehreren Anläufen nach ihren Vorstellungen korrigieren. Nunmehr störte noch das dunkle Gewässer, das den Vordergrund dominierte und so auffällige Spiegelungen aufwies, dass diese vom eigentlichen Motiv ablenkten. Per Bildbearbeitung wurden die Spiegelungen entfernt und das Wasser grüner gestaltet.



Schritt 6: Finalisierung

Das ausgewählte Motiv – Ergebnis von rund 300 verschiedenen Prompts – wurde mit einem externen Tool hochgerechnet, damit die Figuren und Gesichter mehr Detailgenauigkeit und Schärfe bekommen und hochauflösend in diesem Magazin abgebildet werden können. Zudem wurde das fertig generierte Bild so formatiert, dass Schildkröte und Kind ideal zur Geltung kommen. Das Kind wurde im Übrigen von der KI »zusammengebastelt« und hat kein Pendant im echten Leben.

— WHITE WALL — Black & White



Phil Penman

WhiteWall Ambassador

Foto-Abzug auf Ilford S/W-Papier | 50 x 75 cm | Kaschierung hinter Acrylglas
ArtBox Aluminium, silber | printed by WhiteWall.com

Die WhiteWall Ambassadors zählen zu den angesehensten, talentiertesten und einflussreichsten Profifotografen weltweit, die für ihre außergewöhnlichen Motive auf die Galerie-Qualität von WhiteWall vertrauen. Entdecken Sie individuelle Fotoprodukte Made in Germany, wie den echten Fotoabzug hinter Acrylglas in der Aluminium ArtBox aus unserer hauseigenen Manufaktur.



PUGLIA

UNEXPECTED ITALY

Ph: Wild Rat Film

Rejuvenate your body and mind among green prairies and rolling hills, along the path of ancient pilgrims

The Devil's Chair
PIETRAMONTECORVINO

weareinpuglia.it

#WEAREINPUGLIA



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



Il futuro alla portata di tutti
Asse VI - Azione 6.8



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo

Die Niederländerin *Iris van Herpen* gilt als größtes Avantgarde-Talent ihrer Generation.

Der Libanese *Elie Saab* behauptet sich seit über 20 Jahren in der Haute Couture.

Woher kommt ihre Faszination für Stücke, die mehr Kunst als Kleidung sind und manchmal so viel kosten wie ein Einfamilienhaus? Das S-Magazin trifft zwei Modemacher, die ihr Publikum aus der Normalität entführen wollen

Mode für eine neue Welt

Ihre Kreationen wirken wie aus anderen Sphären, kleiden Bühnenstars und kommen auch mal aus dem Drucker. Iris van Herpen verbindet die hohe Schneiderkunst mit innovativen Technologien und verschiebt die Grenzen des Möglichen. *Interview: Bianca Lang*

— *S-Magazin: Für Rolls-Royce haben Sie ein Exemplar des »Phantom« mitgestaltet. Angeblich war das der technisch aufwendigste Auftrag, den das Atelier des Luxusautobauers je bewältigt hat. Die Einzelanfertigung ist nach Ihrer Kollektion »Syntopia« benannt, die Systeme und Elemente aus der Natur nachahmt. Über den Dachhimmel etwa zieht sich ein dreidimensionales Stück Leder, das die Bewegung von Wasser imitiert, dazu ist das Bauteil mit Blütenblättern aus Glasorganza verziert und beleuchtet mittels Glasfasersternen. Machen Sie aus Ihrer Kunst eine Wissenschaft?*

— Van Herpen: Ich versuche, die Kräfte der Natur und der Wissenschaften – meine Inspirationsquellen – in einen Designprozess zu übersetzen und so das Unsichtbare sichtbar zu machen. Es gibt so viel Perfektion um uns herum, in den Wachstumsprozessen der Natur etwa, das fasziniert mich. Ich bin neugierig und versuche alles, was ich entdeckt und gelernt habe, in mein Design zu integrieren.

— *Klingt sehr abstrakt.*

Mag sein, aber es geht mir darum, die Augen der Menschen zu öffnen für eine neue Welt. Bei dem »Phantom« etwa wollte ich die subtile Transformation, die man bei Wasserbewegungen sehen kann, auf das Auto übertragen. Ein gewisser Perfektionsdrang liegt in meinem Charakter begründet, aber mein Ziel ist nicht Perfektion per se, sondern eine Veränderung in der Natur für meine Arbeit zu erfassen und zu übersetzen. Wenn ich das geschafft habe und mein Kunde oder meine Kundin glücklich ist, ist das für mich Perfektion.

— *Sie kombinieren Ihre Arbeit häufig mit anderen Disziplinen, haben mit Architekten, Künstlern, Hirnforschern und Professoren vom MIT kooperiert. Wozu?*

— Wissen entsteht, wenn man verschiedene Disziplinen zusammenbringt. Bei dieser Kollaboration habe ich verstanden, dass Autobau und Haute Couture sehr ähnlich sind in ihrer Präzision, ich habe durch die Stresstests von Rolls-Royce viel über die Langlebigkeit von Designs und Materialien gelernt. Ob im Autobau oder bei der Kreation von Kleidungsstücken, es gilt, etwas zu schaffen, das 100 Jahre oder länger hält; etwas, das weitergegeben wird an die nächste Generation.

— *Das ist in der Mode eher schwierig.*

— Ja, aber darum geht es in der Haute Couture. Man kauft ein Stück nicht, um es einmal anzuziehen, ganz im Gegenteil. Wir experimentieren viel zum Thema Langlebigkeit in der Couture. Vor zwei Jahren etwa haben wir einen Dress für

einen Skydiver entworfen. Dafür mussten wir die bisherigen Grenzen außer Kraft setzen, unsere ersten Muster überlebten den Fallschirmsprung nicht. Dann wurde es interessant, technisch und modisch. Wir mussten das Delikate der Couture in eine extreme Umgebung bringen, die Nähte verbessern, das gesamte Finishing. Dabei habe ich viel gelernt.

— *Sie haben mit Materialien aus alten Regenschirmen gearbeitet, mit Magneten und Meeresplastik. 2022 entwarfen Sie mit der Eismarke Magnum ein veganes Kleid im 3-D-Design, für das Schalen von Kakaobohnen zu einem Biopolymer-Material verarbeitet und dann gedruckt wurden. Wie sehen Sie die Zukunft der Mode, wo führt Sie Ihre Arbeit noch hin?*

— Es findet eine Evolution der Couture statt. Die traditionelle Kunst der Schneiderei entwickelt sich mit neuen Technologien und Materialien in Richtung von mehr Nachhaltigkeit. Das finde ich sehr spannend. Meines Erachtens ist die Couture das Labor des Handwerks. Durch unsere Kollaborationen widmen sich unterschiedlichste Talente dem Thema Design. Dieser interdisziplinäre Dialog wird immer wichtiger, durch ihn werden sich die Grenzen des Möglichen in den kommenden Jahren verschieben. Das, was jenseits der Grenze liegt, fasziniert mich, deshalb möchte ich diese Arbeit intensivieren, zum Beispiel auch durch filmische Projekte. Die Mode ist mein Kern, Haute Couture mein Herz, aber ich liebe es, von anderen Disziplinen zu lernen. Deshalb werde ich auch künftig Projekte annehmen wie das mit Rolls-Royce.

— *Dieses Auto ist so exklusiv, dass es wahrscheinlich nur selten aus der Garage geholt und zu einem roten Teppich gefahren wird. Ihre Mode ist ebenfalls nichts für jeden Tag. Ihre Ideen liegen immer ein Stück jenseits der Realität, wie Sie einmal sagten. Fürchten Sie nicht manchmal, dass Ihre Arbeit zu abgehoben wirken könnte?*

— Früher habe ich auch Ready-to-wear-Kollektionen gemacht, aber dabei hatte ich keine Beziehung mit meinen Kundinnen. Daran konnte ich nicht wachsen. Da gibt man nur und bekommt nichts zurück. Eine ganz persönliche Geschichte mit denen zu kreieren, für die ich arbeite, ist für mich wunderbar, es wertet meine eigenen Erfahrungen auf, deshalb mache ich Couture. Sich außerhalb der Realität zu bewegen ist das, was unser Leben magisch macht. Deshalb gehen wir ins Museum oder Theater, deshalb hören wir Musik. Das triggert unsere Sinne hin zu einem neuen Universum, das wir noch nicht erkundet haben. So arbeite ich. Mit offenem Geist die Sensibilität schärfen. Wenn ich schöne Musik höre, entwerfe ich automatisch Muster. Diese Dynamik kann man auch bei anderen auslösen, dann verbinden sie sich besser mit ihren Sinnen. So passiert der Zauber. Wenn Design oder Kunst wirklich gut ist, können unsere Sinne uns zu einem stärkeren Empfinden führen. Und das ist, was ich machen muss mit meiner Arbeit...

— *... zu der Sie Ihre Großmutter inspiriert hat.*

— Ja, sie sammelte wunderschöne Kleidungsstücke auf ihrem Speicher, zeitgenössische, aber auch welche aus dem 17. Jahrhundert. Jedes hatte eine Geschichte, das hat meine Fantasie als Kind beflügelt: mit ihnen bin ich durch die Zeit gereist. Es sind frühe Erinnerungen daran, wie ein Kleidungsstück dich emotional berühren und Teil deiner Identität werden kann. Das ist sicher ein Grund dafür, dass ich in der Mode gelandet bin. Mir geht es nicht um Schönheit, sondern um Identität. Früher habe ich auch getanzt. Ich liebe die Erkundung durch den Körper. Alles ist in Bewegung, und die Mode ist ein Instrument der Veränderung.

01



02



03



01

Biografie
Iris van Herpen, Jahrgang 1984, studierte Modedesign, arbeitete für Alexander McQueen und gründete 2007 ihr eigenes Label anfänglich auch für Prêt-à-porter-Mode. Heute entwirft sie nur noch Haute Couture

02

Unikat
300 Stunden Design und 700 Stunden Handwerk stecken in dem Rolls-Royce »Syntopia«, den Herpens Atelier in Amsterdam mit dem britischen Autobauer angefertigt hat

04

Kostime
Van Herpen hat viele Bühnen-Outfits entworfen, etwa für Beyoncé, Lady Gaga, Björk oder Grimes

04

Tribute Ab November zeigt das Musée des Arts décoratifs in Paris 100 Kleider der Designerin in der Ausstellung »Iris van Herpen – Sculpting the Senses«

04



Foto Beyoncé: Andrew White; großes Bild: Getty Images; Rest: Iris van Herpen

»Sich außerhalb der Realität zu bewegen ist das, was unser Leben magisch macht.« *Iris van Herpen*

»Saab steht für Mode für die großen Feste des Lebens.« *The New York Times*

01



Foto: Elie Saab

»Unsere Kleider sind so zeitlos wie Schmuckstücke. Man sollte sie nicht nur einmal anziehen.« *Elie Saab*

Wo Träume wahr werden

Die Haute Couture boomt – trotz weltweiter Krisen. Zu den größten Profiteuren zählt Elie Saab. Seine Entwürfe sehen aus wie aus dem Märchen und schmücken die roten Teppiche der Welt. Dass der gebürtige Libanese selbst einen ganz anderen Hintergrund hat, könnte seinen Erfolg erklären. *Von Barbara Markert*

»Die Haute Couture ist eine große Traumfabrik«, sagt Elie Saab in arabisch angehauchtem Französisch. »Seit fast 20 Jahren wird sie totgeschrieben, aber man darf nicht vergessen: So lange Frauen außergewöhnlich aussehen wollen, wird es sie geben.« Der libanesische Couturier sitzt in seinem lichtdurchfluteten, in Marmor gehaltenen Showroom an den Champs-Élysées, wie immer in Schwarz gekleidet. Um ihn herum stehen seine Kreationen an der Wand. Das Couture-Haus des drahtigen Modeschöpfers mit rasselkurzem Haar und gepflegtem Dreitagebart gehört zu den erfolgreichsten in Paris.

Die Höhen und Tiefen des Geschäfts meistert er seit Jahrzehnten. Wenn sich an einem Werktag vor Pariser Museen Mensentrauben an Absperrgittern sammeln und Frauen mittags in bodenlangen Abendkleidern in einem Spalier erhobener Handys vor Kameras posieren, dann ist Haute-Couture-Woche in Paris. Vier Tage dauert das Spektakel, bei dem aktuell 32 gelistete Modehäuser ihre handgefertigten High-End-Kollektionen präsentieren und damit Massenaufläufe und Staus verursachen. Die Zaungäste strömen aus den Tiefen der Metrostationen, die geladenen Gäste und berobten Frauen entsteigen Limousinen, die bis zum Eingang der Schau gelenkt werden. Bei der letzten Haute-Couture-Woche im Juli war die Diskrepanz zwischen Großstadtrealität und Mode-Traumwelt besonders deutlich: Krawalle und Plünderungen bestimmten nach dem Tod des 17-jährigen Nahel M. infolge eines Polizeieinsatzes Frankreich, während Mannequins in edelsteinbesetzten Kleidern für 100 000 Euro und mehr pro Stück über die Laufstege defilierten.

Eine Absage der Luxusmodewoche aufgrund der Unruhen stand dennoch nur kurz zur Debatte. Der Haute Couture geht es wirtschaftlich so gut wie nie. Der Erfolg der Branche in jüngster Vergangenheit überrascht viele, denn das Genre stand Anfang des Jahrtausends fast vor dem Aus: Von den einst mehr als 100 Couture-Häusern, die es Mitte der 1940er-Jahre gab, war kein Dutzend übrig. Die in Hunderten von Stunden handgefertigten Kleider – Einstiegspreis 25 000 Euro –, von denen jedes nur ein Mal pro Land verkauft werden darf, fanden kaum mehr Käufer. Diese Form des extremen Luxus galt als unzeitgemäß. Diese Krise ist vorbei. 2021 wurde der jährliche Umsatz der Haute Couture weltweit auf 11,5 Milliarden Dollar geschätzt, für 2028 sind 13,5 Milliarden Dollar prognostiziert, wie der Präsident des französischen Modeverbands Pascal Morand jüngst stolz verkündete. »Die Haute Couture ist ein Aushängeschild für die gesamte Modewirtschaft«, so Morand. Und das Geschäft mit ihr übertrifft die Umsätze aus der Hochzeit Mitte der 90er (rund 700 Millionen Euro) um ein Vielfaches.

»Es gibt Familien mit so kolossalen Vermögen, für die der Preis einer Couture-Robe eine Kleinigkeit ist«, sagt der 59-jährige Saab. Als erster libanesischer Designer wurde er 2000 zur Haute-Couture-Woche eingeladen, drei Jahre später als »korrespondierendes Mitglied« in die französische Modenkammer aufgenommen. Heute befindet sich der Hauptsitz seiner Marke in Paris; in seinem Atelier in Beirut, wo der Großteil der Kollektion entsteht, beschäftigt Saab zusätzlich 400 Mitarbeiter. Weil er so viele Stars und Adlige einkleidet, gilt er als Liebling Hollywoods. Seine Leidenschaft gehört der Mode: Haute Couture und Ready-to-wear. Ausflüge in andere Sparten wie Möbel oder Parfüm sowie Kollaborationen wie aktuell mit der französischen Wäschemarke Aubade nennt er »Accessoires«, eine Beilage zu seinem Business.

Bereits mit neun Jahren schneiderte Saab, Ältestes von fünf Kindern, Vorhänge für seine Schwestern und seine Mutter um. Der Bürgerkrieg zerstörte das Elternhaus, die Familie übersiedelte aus dem Süden des Libanon zunächst nach Beirut. Eine Schneiderlehre schmiss er und gründete mit nur 18 Jahren sein eigenes Modehaus. Er gilt als Workaholic und Frauenversther. Und er gießt die Träume seiner Klientinnen in Stoff: elegant, feminin, oft unwirklich schön.

Wie viele Kundinnen und Kunden sich weltweit in Haute Couture kleiden, darüber wird viel spekuliert. Schätzungen sprechen von 250 bis 1500. Saab kann über solche Zahlen nur schmunzeln. Allein im krisengebeutelten Libanon mit seinen knapp sechs Millionen Einwohnern gebe es schon 1000, meint er. In den 90ern hätten die Amerikaner den Markt dominiert, dann Reiche aus Russland und dem Orient, seit der Jahrtausendwende die Chinesen, erzählt er. Nicht mal der Krieg in der Ukraine habe dem Geschäft geschadet. »Wir haben in Russland kaum Käufer verloren.« Und neue Kundinnen rückten nach: »Die Zahl der Superreichen nimmt zu. Auch in Südamerika. In Indien werden die Umsätze bald explodieren«, sagt Saab.

Die wohlhabende Klientel wird jünger, inzwischen wird Haute Couture sogar für Kinder geschneidert. Auch die Verteilung der Geschlechter in der Kundschaft verändert sich: Bei Saab kaufen inzwischen ebenso viele Herren wie Frauen ein. Aber erst 2023 hatten die Looks für Männer Premiere auf dem Laufsteg: opulent bestickte Brokatmäntel und Umhänge. »Wir wollen unsere außergewöhnlichen Stoffe und unser Know-how in der Stickerei auch in der Menswear umsetzen«, erklärt Saab. Die Kunden dafür kommen vor allem aus Asien und Südamerika. Doch auch in Europa ziehe die Nachfrage an.

Solche Outfits sind so wenig für den Alltag gedacht wie Saabs Roben aus Tausendundeiner Nacht. »Saab steht für Mode für die großen Feste des Lebens«, schrieb die »New York Times«. Der Meister fertigt für Anlässe wie Galas oder Hochzeiten. Seine Stücke seien kostspielig, sagt Saab, doch dafür auch für die Ewigkeit. Für ihre großen Feste gäben Familien manchmal Millionen aus, allein die Blumen kosteten schon mal 500 000 Euro – und würden danach einfach weggeworfen. »Unsere Kleider sind so zeitlos wie Schmuckstücke«, sagt Saab. »Wer so etwas im Schrank hat, sollte es nicht nur einmal anziehen.« So wie Jane Fonda, die sich 2014 in Cannes in einem roten Abendkleid von Saab zeigte und damit auch 2020 die Oscar-Verleihung besuchte.

Saab kennt das Leben seiner Klientel und die Kluft zur Realität der meisten anderen. Und er weigert sich, die beiden Welten miteinander zu vergleichen. »Das macht einfach keinen Sinn«, sagt er. Durch die vielen Krisen und Tragödien habe er die für Libanesen »typische positive Lebenseinstellung und mentale Stärke«. Vielleicht haben Krieg und Armut seinen Sinn für Schönheit überhaupt erst geformt. Und damit seine Couture.

02



03



04



01 **Frauenversther** Look aus der im Juli in Paris präsentierten Haute-Couture-Kollektion von Elie Saab

02 **Biografie** Saab, 1964 geboren, eröffnete 1982 ein Atelier in Beirut. Seine erste Ready-to-wear-Kollektion zeigte er 1997 in Rom. Seit 20 Jahren gehört er zum erlauchten Kreis der Pariser Haute Couturiers

03 **Accessoires** Neben Mode bringt Saab zum Beispiel Dessous (etwa für das Wäschelabel Aubade) und Parfüms auf den Markt

04 **Starkult** Seit Halle Berry 2002 ihren Oscar in einem Kleid von Elie Saab entgegennahm, sind die Looks des Designers von den roten Teppichen weltweit nicht wegzudenken. Hier: Model Cara Delevingne bei der diesjährigen Verleihung in Hollywood

PUGLIA

UNEXPECTED ITALY

Ph: Big Up Event

Ancient paths of legends and mysteries.

Castel del Monte, Andria
UNESCO CULTURAL WORLD HERITAGE SITE

weareinpuglia.it

#WEAREINPUGLIA



UNIONE EUROPEA



REGIONE PUGLIA



PROMOZIONE
Agenzia Regionale del Turismo



unesco
World Heritage site

Welche Utopie haben Sie? Eine Frage, fünf Antworten

Tobias Wallisser

Die Baubranche ist für fast 40 Prozent aller von Menschen verursachten CO₂-Emissionen verantwortlich und für mehr als die Hälfte des Abfalls, deshalb arbeiten wir an umweltfreundlicheren Konzepten. Der deutsche Pavillon für die Expo 2025 in Osaka (»Designing Future Society for Our Lives«) steht für den nächsten Schritt in der nachhaltigen Architektur: zirkuläres Bauen. Die Materialien werden wieder genutzt oder in den biologischen Kreislauf zurückgeführt. Man denkt dabei automatisch an Gebäude, die 100 Jahre oder länger stehen. Wir dagegen mussten eine Lösung finden für ein Projekt, das nach sechs Monaten wieder abgebaut wird. Meistens sind temporäre Ausstellungsbauten nämlich als große Müllverursacher bekannt, da aufgrund der entstehenden Kosten wenig wiederverwendet oder recycelt wird. Unser Pavillon, rund und aus Holz gebaut und von Grün umgeben, funktioniert tatsächlich wie ein Rohstofflager. Wir sehen in ihm ein gebautes Manifest. Nach der Expo soll der Pavillon im Hof des Bundeswirtschaftsministeriums errichtet werden, als zukunftsweisendes Modell. Gespräche dazu laufen.

01



01 **Tobias Wallisser, 50**, ist Co-Gründer des Architekturbüros »Laboratory for Visionary Architecture« mit Standorten in Stuttgart, Berlin und Sydney.

02 **»Wa! Germany«**: Deutscher Pavillon auf der Expo 2025



Foto: Christoph Mack

Katrin Schuhen

Wasser ist unsere wichtigste Ressource, deshalb versuche ich es an entscheidenden Stellen von Schadstoffen zu befreien. In Kläranlagen zum Beispiel sind die Abwässer mit Mikroplastik und Mikroschadstoffen wie Pestiziden, Pharmazeutika und weiteren chemischen Zusatzstoffen belastet und können derzeit nicht gereinigt werden. Mikroplastik findet sich von der Arktis bis zum Mount Everest, auch in unserem Blut oder in der Muttermilch. 2012 fand ich heraus, dass modifiziertes Siliciumdioxid – ein Hybrid-Kieselgel – mit Mikroplastik und Mikroschadstoffen interagieren kann. Gibt man es in Wasser und rührt um, verklumpen sich die unsichtbaren kleinen Partikel zu Popcorn-artigen Gebilden. Fischt man sie heraus, können sie etwa in Zement weiterverarbeitet werden. Eine mobile Anlage, die wir per Anhänger anliefern und in industriellen und kommunalen Abwässern einsetzen, ermöglicht uns schnelles Handeln. Nachdem wir die Verschmutzung kennen, dosieren wir unser Gel. Über 90 Prozent der Partikel können wir so entfernen. Unsere Hybridkieselgele werden in Europa angepasst und sind weltweit verfügbar.

03



03 **Katrin Schuhen, 43**, ist promovierte Chemikerin. Für ihre Low-Tech-Lösung mit Hybrid-Kieselgel gewann sie den German Innovation Award. Ihre gemeinnützige Firma Wasser 3.0 fischt in Kläranlagen Plastik und Schadstoffe aus Abwasser.

04 **Klumpen** aus Mikroplastik und Kieselgel



Foto: www.wasserdreimul.de

Nacho Llorca

Ich bin Fischer in fünfter Generation und setze mich für weniger Plastik im Meer ein. Um vier Uhr morgens fahre ich raus, meist bin ich bis nachmittags an Bord. Wir fangen Pulpo, Rotbarben, Gambas, Krabben, Seeteufel – zwischen 100 und 1000 Kilo pro Tag. Leider landet in den Netzen auch immer mehr Plastikmüll. Früher haben wir ihn zurück ins Wasser geworfen. Totaler Blödsinn, ich wollte das ändern. 2015 lernte ich Javier Goyeneche kennen, den Chef von Ecoalf. Mit drei Booten haben wir angefangen, den Abfall einzusammeln. Ecoalf stellt Container zur Verfügung, die die Firma dann abholt, um aus dem Plastik Kleidung herzustellen. Inzwischen machen mehr als 600 Schiffe in Spanien mit. Über 800 Tonnen haben wir schon gesammelt. Es ist viel Arbeit, die Fische vom Müll zu trennen. Aber das Meer ist schließlich unsere Lebensgrundlage, unser Stolz. Wir erhalten keine Hilfe vom Staat. Auch Ecoalf bezahlt uns nicht. Wir machen das, um dem Meer zu helfen. Und für unsere Nachkommen. Manchmal gehe ich in Schulen, um von meinem Job zu erzählen. Meine Arbeit gefällt mir. Und ich liebe es, Fisch zu essen. Es ist das Beste! Ich will einmal auf dem Meer sterben.

05



05 **Nacho Llorca, 49**, ist Fischer und Präsident des Fischereivereins von Villajoyosa nahe Alicante. Seit 2015 unterstützt er ehrenamtlich die Initiative »Upcycling the Oceans« von Ecoalf.

06 **Tasche von Ecoalf** aus Ocean Yarn, 190 Euro



Foto: Omar Ayashi

Elena Doms

IV

Ich bin in der Arktis aufgewachsen, die Wiederherstellung der Natur ist mein größtes Anliegen. Meine Heimatstadt liegt an beiden Ufern eines zwei Kilometer breiten Flusses. Im Winter liefen wir früher bei minus 30 Grad über das Eis zum anderen Ufer, mein Vater hielt mich dicht an sich gedrückt und erzählte mir Geschichten, um mich von der Kälte abzulenken. Heute gefriert das Wasser nur noch maximal zwei Monate lang, und es werden im Schnitt gerade mal minus sieben Grad gemessen, oft zeigt das Thermometer sogar Pluswerte. Der Klimawandel verändert die Temperaturen an den Polen viermal schneller als an anderen Orten des Planeten. In Arktis und Antarktis befinden sich mehrere »tipping points«, also Klima-Kippunkte, die unser Ökosystem dauerhaft aus dem Gleichgewicht bringen können. Ich wollte immer etwas tun, um das Klima unseres Planeten aktiv zu schützen. Deshalb gründete ich 2022 »Earth Plus«, eine NGO, die mit Industrieanfall Böden saniert und CO₂ bindet. Hanf wächst in 110 Tagen bis zu dreieinhalb Meter hoch und kann bis zu viermal mehr CO₂ absorbieren als ein Wald. Aus den geernteten Pflanzen können unter anderem Baumaterialien hergestellt werden. Wir arbeiten derzeit mit Städten, Unternehmen und Landwirten zusammen, liefern Samen, bepflanzen ungenutzte oder verunreinigte Grundstücke und knüpfen Partnerschaften für eine zirkuläre Wirtschaft.

01



01 **Elena Doms, 35**, wuchs in Arkhangelsk auf, studierte in Belgien, wo sie heute mit ihrer Familie lebt und die von ihr gegründete NGO »Earth Plus« betreibt. Sie ist eine viel gebuchte Rednerin zum Klimawandel

02 **Hanfernte** von Doms im belgischen Mechelen

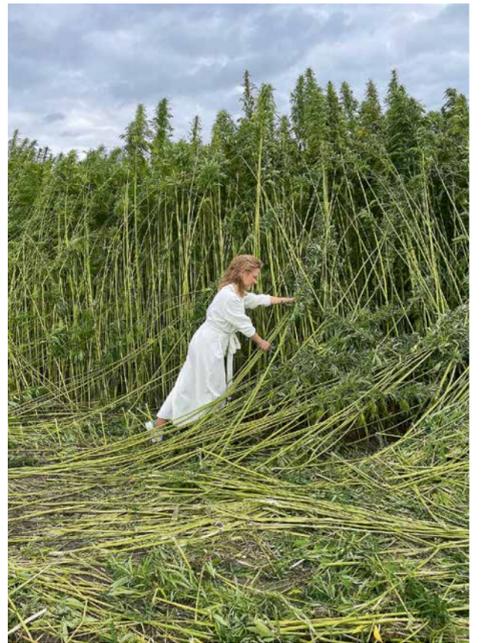


Foto: Earth Plus

Alain Visser

V

Nach 30 Jahren in der Autobranche war ich frustriert. Alle redeten über Nachhaltigkeit, aber keinen interessierte das Thema wirklich. Es gibt schon zu viele Autos, und ich wollte nicht noch mehr verkaufen. Im Schnitt wird ein Fahrzeug nur vier Prozent der Zeit benutzt, 96 Prozent steht es rum. Deshalb habe ich mir überlegt, die Benutzung nachhaltiger zu gestalten. So kam es zu der Abo-Idee, eine Art Netflix der Mobilitätsbranche. Unsere Autos muss man nicht kaufen, als Mitglied kann man auf monatlicher Basis darauf zugreifen. Ich glaube, dass dieses Abo-Modell nur eine Zwischenphase ist: Wir bewegen wir uns weg von Besitz hin zu geteilter Nutzung, bis wir irgendwann in autonom fahrenden Autos unterwegs sein werden. Junge Leute wollen sich keinen eigenen Pkw mehr zulegen. Unser Konzept setzt daher stark auf Carsharing: Unsere 30 000 Mitglieder in Deutschland können ihre Fahrzeuge anderen über unsere Plattform ausleihen – wie bei Airbnb gibt es Bewertungen. Das könnte die Zahl der Autos in der Großstadt reduzieren, wo ein eigenes Fahrzeug die persönliche Freiheit ohnehin eher limitiert: Man findet keinen Parkplatz, steht ständig im Stau. Die Generation Z betrachtet das Auto längst nicht mehr als Teil ihrer Persönlichkeit. Meine Söhne leben beide in London, die haben nicht mal einen Führerschein.

01



01 **Alain Visser, 60**, CEO der 2015 von ihm gegründeten Mobilitätsmarke Lynk & Co, die zu dem chinesischen Automobilhersteller Geely gehört. Der Belgier war zuvor als Automanager u. a. für Ford, Opel und Volvo tätig.

02 **Hybrid-Modell 01** von Lynk & Co

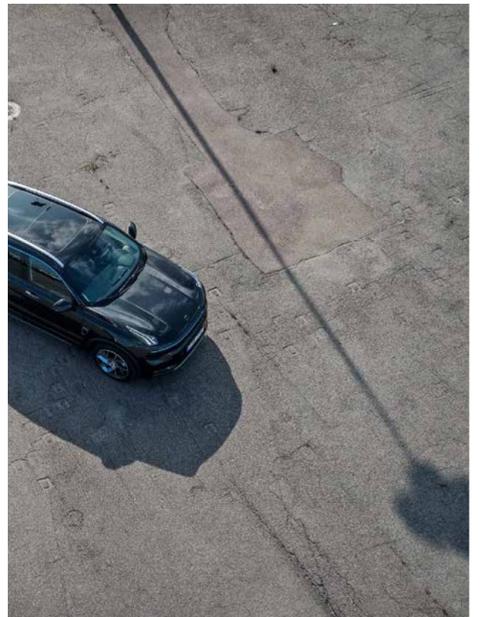


Foto: Lynk & Co

Der Luxus-Uhrenmarkt trotz der Krise. Für dieses Jahr wird erneut ein Verkaufsrekord erwartet. Die Preise klettern weiter, die Wartelisten für beliebte Modelle der großen Schweizer Marken wie Patek Philippe oder Audemars Piguet werden länger. »Ende Juli waren unsere Lager so leer wie nie«, sagt François-Henry Bennahmias, CEO von Audemars Piguet. Er erwartet 2023 zweistellig steigende Umsätze. Wegen der ebenfalls zunehmenden Diebstähle von Luxusuhren garantiert die Marke betroffenen Käufern neuerdings sogar Erstattung oder Ersatz. 55 000 Euro kostet im Durchschnitt eine neue Uhr des Schweizer Hauses. Drei Viertel seiner gebrauchten Modelle erzielen auf dem Zweitmarkt höhere Preise als ursprünglich im Handel. Neu oder gebraucht: Technisch komplizierte oder aufwendig geschmückte Uhren gibt es von 5000 bis ca. 50 Millionen Euro. Wir zeigen Meisterstücke für Millionäre, die Spitze dessen, was derzeit möglich ist.

Breguet
Schmuckuhr «Crazy Flower» mit 193 Baguette-Diamanten (58,87 Karat) im Gehäusemittelteil, 20 im exzentrischen Stundenkreis und 130 auf dem Armband (22,10 Karat) – sowie weiteren 272 Diamanten, Weißgold, ca. 2,1 Millionen Euro



A. Lange & Söhne
«Grand Complications», ultrakomplizierte Armbanduhr mit Minutenrepetition, Rattrapante-Chronographen, ewigem Kalender mit Mondphase, Minutenzähler, bildende Sekunde, Grande Sonnerie und Petite Sonnerie, Rotgoldgehäuse, 50 mm, ca. 1,9 Millionen Euro



Cartier
Haute-Joaillerie-Uhr «Tutti Lodi Secret Watch» aus der «Tutti Frutti»-Linie, mit zwei halbmondförmigen, polierten Rubinen (4,07 Karat) und einem gravierten Smaragd (16,83 Karat) sowie Diamanten und Saphiren, Einzelstück, Quarzwerk, ca. 1,3 Millionen Euro



Rolex
Der Schweizer Hersteller fertigt keine Modelle zu Millionenpreisen. Historische Modelle von Klassikern wie des «Oyster Perpetual Cosmograph Daytona» erzielen aber Höchstpreise. Paul Newman's «Daytona» etwa wurde 2017 für 15,3 Millionen Euro versteigert. Aktuelles Modell in Roségold, 40 mm, 41.700 Euro



Patek Philippe
«Grand Complications 5374/300P» mit Minutenrepetition, ewigem Kalender, Mondphase, 228 Baguette-Diamanten (11,62 Karat) auf Lunette, Rand, Spange und Schließe sowie 13 Baguette-Saphiren (0,72 Karat), Alligatorlederarmband, 42 mm, ca. 1,2 Millionen Euro



Richard Mille
«RM 85 Automatic «Tourbillon Smiley»», Armbanduhr mit skelettiertem Uhrwerk und goldenen, handgefertigten Mikroskulpturen auf dem Display, limitiert auf 50 Stück, 48,15 x 39,74 x 13,30 mm, ca. 1,2 Millionen Euro



Piaget
Schmuckuhr «Follatura» aus der «High-Jewellery»-Kollektion «Metaphoria», Weißgold mit kissenförmigem Smaragd (6,59 Karat), Chrysoptase-Schmucksteinen, Diamanten im Brillantschliff, Quarzwerk, ca. 1 Million Euro



Audemars Piguet
«RD#4 Code 11.59 Universeller», ultrakomplizierte Armbanduhr mit Automatikaufzug, mehr als 1100 Komponenten und 40 Funktionen, darunter 23 Komplikationen (z. B. ewiger Kalender, Minutenrepetition, Grande Sonnerie, Supersonnerie), 42 mm, ca. 2 Millionen Euro



Blancpain
«Spécialités «Tourbillon»», besetzt mit Baguette-Diamanten, Zifferblatt mit 164 Diamanten (5,17 Karat), Zeiger aus Diamant, Schließe besetzt mit 16 Diamanten, Automatikaufzug, Weißgoldgehäuse mit Diamanten (14,15 Karat), 40 mm, ca. 1 Million Euro



RÜCKGRAT ERKENNT MAN AM HANDGELENK.

Die Iron Walker von Wempe ist die Essenz einer zeitlos modernen und zugleich sportlichen Uhr. Reduziert auf das Wesentliche und kompromisslos in der Verarbeitung, wird sie höchsten Ansprüchen gerecht, weil sie an einem Ort gefertigt wurde, der wie kein zweiter in Deutschland für exzellente Uhrmacherkunst steht: Glashütte in Sachsen.



WEMPE

IRON WALKER

Glashütte I/SA | Automatik Chronograph 46 | Carbon | Geprüftes Chronometer | 6.950 €

AN DEN BESTEN ADRESSEN DEUTSCHLANDS UND IN NEW YORK, PARIS, LONDON, WIEN, MADRID – WEMPE.COM
GERHARD D. WEMPE GMBH & CO. KG, STEINSTRASSE 23, 20095 HAMBURG

VISIONÄRIN AM HERD

Diesmal: Asma Khan, Küchenchefin und Besitzerin des »Darjeeling Express« in London, gilt als eine der besten indischen Köchinnen Großbritanniens. Genauso berühmt wie für ihre Kochkünste ist sie für ihren Kampf gegen die Unterdrückung von Frauen.



Kulinarischer Gast: Das Reisgericht Sada Pulao wird traditionell auf Festen serviert, gern mit Gemüse- oder Hühnchencurry. Asma Khan, 54, kochte zunächst aus Heimweh, als sie 1989 mit ihrem Mann aus Indien nach Cambridge kam. Nach ihrem Jurastudium promovierte sie am King's College London in britischem Verfassungsrecht. 2017 eröffnete sie das »Darjeeling Express«. Khan ist die erste britische Köchin, die in der Netflix-Sendung »Chef's Table« auftritt.

»Mir ging es um mehr als ums Kochen, als ich vor sechs Jahren ein Restaurant eröffnete, obwohl ich Jura studiert hatte. Unser Team besteht bis heute ausschließlich aus Frauen. Alle sind Immigrantinnen aus Indien und Nepal. Keine von ihnen hat eine professionelle Ausbildung, alle haben das Kochen von ihren Müttern gelernt. Genau wie ich. Die Arbeit von Frauen wird in meiner Heimat nicht gewürdigt, geschweige denn angemessen bezahlt. Vielleicht bin ich Idealistin, aber mir geht es um Respekt und Gleichberechtigung. Mit Geldern meiner Restaurants unterstütze ich die gemeinnützige Organisation »Second Daughters Fund« in meiner Heimat. Sie verschickt Party-Pakete an Familien, damit sie die Geburt ihrer zweiten Tochter mit Nachbarn und Freunden feiern können. Eine Tochter statt eines ersehnten Sohnes ist im ländlichen Indien eher ein Grund zum Trauern, die traditionelle Mitgift verstärkt die Vorstellung, dass sie eine Belastung sind. Ich möchte auch in diesem Punkt zu einem Umdenken beitragen. Die Schutzbedürftigen liegen mir am Herzen. Eine geplante Reise durch Europa zu meinem 50. Geburtstag blies ich kurzerhand ab, weil eine Bekannte mich auf eine sinnvollere Idee brachte: Stattdessen begleitete ich sie in den Nordirak und eröffnete im Flüchtlingslager Essyan ein Café nur für Frauen. Ich bin mir heute sicher: Als Verfassungsrechtlerin könnte ich nicht so viel bewegen.«

»Darjeeling Express«, 2.1, 2.4 Kingly Court, Carnaby Street, London W1B 5PW, Vereinigtes Königreich, darjeeling-express.com

Sada Pulao Bengalischer Hochzeitsreis

Für 4 Portionen

Zutaten:
300 g Basmatireis
5 Esslöffel Pflanzenöl oder Ghee
2 grüne Kardamomschoten
2,5 cm langes Stück Kassiarinde
2 Nelken
1 großes indisches Lorbeerblatt (Tej Patta)
50 g Cashewnüsse
70 g Rosinen oder getrocknete Cranberrys
1 kleine bis mittelgroße weiße Zwiebel, in dünne Scheiben geschnitten
1 Teelöffel Salz

Zubereitung:

Den Reis in einem Sieb unter fließendem kaltem Wasser waschen, bis das Wasser klar ist, dann in eine Schüssel mit kaltem Wasser geben und mindestens 2 Stunden einweichen.

Erhitzen Sie das Öl oder Ghee in einer schweren Pfanne bei mittlerer Hitze. Wenn das Öl heiß ist, Kardamom, Kassiarinde, Nelken und Lorbeerblatt hinzugeben und nach ein paar Sekunden, wenn die Gewürze zu brutzeln und zu knallen beginnen, mit einem Schaumlöffel auf einen Teller geben, wobei so viel Öl wie möglich in der Pfanne verbleibt.

Die Cashewnüsse in die Pfanne geben und umrühren, bis sie leicht gebräunt sind; mit einem Schaumlöffel herausnehmen und auf einen Teller geben. Die Hitze auf niedrige Stufe stellen, die Rosinen/Cranberrys hinzugeben und einige Sekunden kochen – sobald sie aufquellen, mit einem Schaumlöffel herausnehmen. Die Zwiebelscheiben in die Pfanne geben und unter gelegentlichem Rühren 10 Minuten braten, bis sie goldbraun und karamellisiert sind. Zum Abtropfen auf einen Teller geben. Die Zwiebelscheiben auf dem Teller verteilen, damit sie beim Abkühlen knusprig werden.

Den Reis abtropfen lassen und kurz auf Küchenpapier ausbreiten, um überschüssige Flüssigkeit zu entfernen. Die Körner nicht ausdrücken, da sie sonst zerbrechen. 600 ml Wasser zum Kochen bringen. Den Reis in die Pfanne geben, dann die gerösteten Gewürze und die Hälfte der karamellisierten Zwiebelscheiben hinzufügen. Rühren Sie 1 Minute lang um, um den Reis mit dem Gewürzöl zu überziehen. Fügen Sie das Salz und das kochende Wasser hinzu, um den Reis zu bedecken. Unabgedeckt bei mittlerer Hitze etwa 4 Minuten kochen, bis der Reis das meiste Wasser aufgesogen hat. Die Hitze reduzieren, abdecken und weitere 5 Minuten köcheln lassen, bis der Reis gar ist. Vor dem Servieren 5 Minuten ruhen lassen. Mit den restlichen Zwiebeln garnieren.



Fotos: Urszula Sojhs, Laura Edwards (Ebony Press); Illustration: Uli Knörzer

Im Actionkino dazugelernt

Wolfgang Höbel versucht, Schritt zu halten mit dem Lauf der Zeit



Fast alle Menschen lieben die Idee einer besseren Welt, aber so gut wie niemand kann Weltverbesserinnen und Weltverbesserer leiden. Das ist ein Grundwiderspruch, der nicht nur dem Unternehmer Elon Musk, manchen Politikerinnen und Politikern der Grünen und der »Letzte Generation«-Sprecherin Carla Hinrichs zu schaffen macht. Auch historische Erfindergenies und medizinische Revolutionäre mussten sich oft gegen die Verteidiger des Istzustands durchsetzen, die sich aus Bequemlichkeit, Beschränktheit oder auch bloß Mangel an Fantasie skeptisch bis grob abweisend benahmen gegenüber dem Drang nach Veränderung.

Ich selbst zum Beispiel habe lange stolz behauptet, dass ich Science-Fiction-Bücher und Science-Fiction-Filme grundsätzlich ablehne – mit der Begründung, die reale Gegenwartswelt sei aufregend, schrecklich und kompliziert genug, da sei die Beschäftigung mit fantastischen Zukunftswelten nichts anderes als Wirklichkeitsflucht und Zeitverschwendung. Diese Haltung war, glaube ich, aus mehreren Gründen borniert. Kino- und Romanerzählungen, die in ausgedachten Zukunftswelten spielen, sind oft hochintelligent und vergnüglich, vor allem aber spiegeln sie auf kluge Weise die Gegenwartswelt – und manchmal helfen sie einem auch, den Blick auf heute noch utopische Möglichkeiten zu schärfen.

Eher spät habe ich begriffen, wie clever heute von mir bewunderte Filme wie Andrew Niccols' »Gattaca« aus dem Jahr 1998 oder Michael Winterbottoms Film »Code 46« aus dem Jahr 2003 von den Möglichkeiten und Gefahren der Biotechnologie erzählen. Und mit Verblüfung habe ich gerade erst den Film »The Creator« von Gareth Edwards gesehen, der als krawalliges Action-Abenteuer angekündigt ist, aber clever eine Vision vom Fortschritt der sogenannten künstlichen Intelligenz, kurz KI, entwickelt. Ein bisschen grob zusammengefasst, spielt der Film in einer Zukunftswelt in rund 40 Jahren, in der sich die Menschheit in zwei Blöcke aufteilt. Die westliche Weltmacht, angeführt von den USA, bekämpft fast alle Formen der KI militärisch, während der asiatisch dominierte Rest der Welt mithilfe der KI eine tendenziell friedlichere und sogar gerechtere Form des Zusammenlebens gefunden zu haben scheint. Mischwesen aus Menschen und Robotern bescheren der Ost-Hemisphäre eine Art fundamentaler Seelenruhe.

Klar steckt in der Erzählung des Films eine grell optimistische Utopie, die uns heutzutage so ähnlich von Technologiekonzernen, zu denen auch die von Elon Musk gehören, gern versprochen wird. Trotzdem sind die Story und die Bilder von »The Creator« dazu angetan, die Zuschauerinnen und Zuschauer zum Nachdenken darüber anzuregen, wie leicht aus der Angst vor einer schwer zu kontrollierenden künstlichen Intelligenz eine dann doch hirnlose Maschinenstürmerei werden könnte. Ich finde es richtig, die Zerstörung von Arbeitsplätzen durch KI zu beklagen, über ihren Mangel an ethischen Standards zu diskutieren, ihre womöglich demnächst die des Menschen übertrumpfende Macht zu beschränken. Aber es ist nicht verkehrt, dass ein Film wie »The Creator« uns daran erinnert, dass ein nicht unwesentlicher Impuls für die Entwicklung der KI war, sie zur Weltverbesserung einzusetzen. **S**

Ausgabe 20



»Diese Ausgabe hat mich von vorne bis hinten überzeugt und berührt. Ich hoffe, dass ich die Reisetipps für Capri nächstes Jahr umsetzen kann. Die Fotografien von Sven Marquardt sind beeindruckend zart und zugewandt – das bei diesem Mann und dieser Geschichte.«
Ines Quermann

»Die Reiseerzählung von dem süßen Typen Sebastian Hotz war für mich die sympathischste und lustigste.«
Moritz Oranien

»Als ich das »Lob des Herunkommens« von Wolfgang Höbel gelesen hatte, fing ich an, eine Liste meiner Sehnsuchtsziele zu schreiben.«
Gabriele Grunow

»Mich hat die Geschichte von Sven Marquardt sehr bewegt, wie er immer wieder nach Berlin zurückfindet. Mein Highlight ist jedoch das gezeichnete Interview von Humberto Campana – es besticht durch seine einfache, fast naive Darstellungsform.«
Klaus Schoch

»Ich finde das Magazin zu avantgardistisch und die Rezepte sind nicht zum Nachkochen geeignet.«
Petra Reiser

»Das S-Magazin verbindet interessante Themen mit einer gelungenen Gestaltung: besondere Fotos, anregendes Layout, gut lesbare Schrift, hervorragende Druckqualität.«
Anke Mahrt

Impressum

SPIEGEL-Verlag
Rudolf Augstein GmbH & Co. KG,
Ericusspitze 1,
20457 Hamburg,
Telefon 040 3007-2394

Herausgeber:
Rudolf Augstein (1923–2002)

Chefredakteur:
Dirk Kurbjuweit (V.i.S.d.P.)

Verantwortlich für Anzeigen:
Hannes Engler

Anzeigenobjektleitung:
Petra Küsel

Objektleitung:
Manuel Wessinghage

Redaktion:
brookmedia Management
GmbH, Straßenbahnring 13,
20251 Hamburg

Redaktionsleitung:
Bianca Lang-Bognár,
Andreas Möller (Stv.)

Artredaktion:
Johannes Erler

Grafik:
Bureau Johannes Erler

Autoren und Mitarbeiter dieser Ausgabe:
Alberto Alessi,
Christian Baulig,
Judith Fell,
Dr. Silja Graupe,
Wolfgang Höbel,
Sylvia Ihring,
Thomas Künzel (Lektorat),
Barbara Markert,
Nina Puri,
Stephan Reinhardt,
Dr. Susanne Weingarten

Bildbearbeitung:
PIXACTLY media GmbH,
Hamburg

Druck:
appl druck GmbH, Wemding



Das nächste S-Magazin
Ihnen hat das S-Magazin gefallen?
Wir freuen uns über Ihre Zuschriften
an s-magazin@spiegel.de.
Unsere nächste Ausgabe erscheint
im April 2024.

ALBERTO ALESSI

Einen Tag nach seinem Juraexamen stieg Alberto Alessi in das Familienunternehmen ein, das sein Großvater Giovanni, ein Metallreher, 1921 im Piemont gegründet hatte. 53 Jahre ist das her. Seither ist aus der Eisen- und Haushaltswarenfabrik der Alessis eine legendäre Designmarke geworden. Durch die Zusammenarbeit mit externen Architekten und Designern entstanden Klassiker wie die alienhafte Zitronenpresse »Juicy Salif« (1990) von Philippe Starck – bis heute ein Bestseller des Hauses. Mit seinem Sinn für fortschrittliche, humorvolle Designideen machte der heute 76-jährige Alessi aus Massenprodukten kleine Alltagskunstwerke. 2022 wurde er siebenfach mit dem Good Design Award ausgezeichnet, etwa für den Wasserkessel »Bulbul« von Achille Castiglioni. Viele der rund 2000 Küchenartikel im Sortiment sind so verspielt wie Alessis Antworten in diesem Interview.

Schreiben Sie an s-magazin@spiegel.de, wie Ihnen die Ausgabe gefallen hat. Als Dankeschön verlosen wir unter den Einsendern eine der signierten Zeichnungen von Alberto Alessi



Wie sehen Sie sich selbst?



Was ist Ihr liebster Alltagsgegenstand?



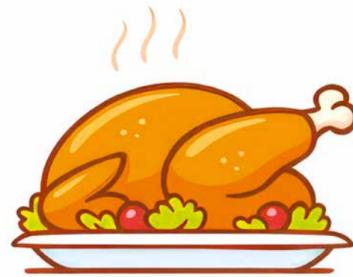
Was ist das beste Design »made by nature«?



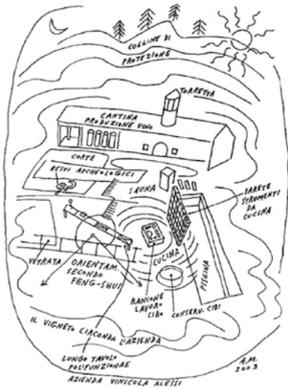
Wo sind Sie glücklich?



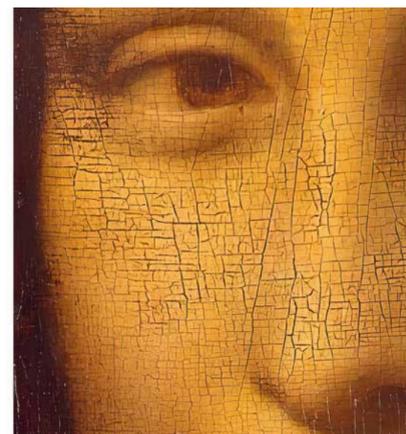
Was bringt Sie zum Lachen?



Was essen Sie am liebsten?



Wie sehen Sie die Zukunft?



Was an Ihnen ist typisch italienisch?



Wie sehen andere Sie?



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

Edgy

German Design Award

Headquarter: Alexander - Bretz - Straße 2 D-55457 Gensingen bretz.de

Flagships: Berlin Dortmund Dresden Düsseldorf Frankfurt Hamburg Köln Leipzig München Nürnberg Stuttgart Budapest Paris Wien



VOR UNS DIE WELT

ES SIND DIE DETAILS, DIE DEN UNTERSCHIED MACHEN.

Willkommen an Bord einer Kreuzfahrtflotte,
die jedem Vergleich vorausfährt – mit kleinen individuellen
Schiffen und größter persönlicher Freiheit.
Folgen Sie uns auf unserem Kurs: www.hl-cruises.de/leinen-los

JETZT
INFORMIEREN
UND BUCHEN.

HIER GEHT ES ZU
IHRER TRAUMREISE:



HAPAG ¹⁸/₉₁ LLOYD
CRUISES

