

**KLEINE MEINUNGEN**



**Zeitschriften** Dass es schöner ist, alt zu werden, als alt zu sein, hört man allerorten, und auch, dass es Publikationen schwer haben, die sich an alte Menschen richten. Richtig jung ist auch die vortreffliche Zeitschrift „Du“ nicht mehr, die gerade ihre 775. Ausgabe dem Thema „Das Alter“ gewidmet hat, unter dem zeitlos schönen Untertitel: „Augen auf und durch“. Herzstück sind die über das Heft verteilten ganzseitigen Porträtfotos alter Menschen, ergänzt durch jeweils ein Bild aus der Zeit, als sie noch jung waren, und das Erstaunliche daran ist die Dauer im Wechsel, die Hartnäckigkeit, mit der sich ein Lächeln, ein Blick in unseren Gesichtern einnistet, ob wir wollen oder nicht. Was wird, was bleibt, fragt das Heft auf jeder Seite, und eine Autorin findet für sich und ihre demenzkranke Mutter eine souveräne Antwort: „Ich bin die Tochter, sie ist die Mutter. Was die Geburtsjahre angeht, kann man das nicht umkehren – sonst schon.“ *spre*

**Behörden** Für wie blöd kann man Jugendliche eigentlich halten? Die Berliner Verkehrsbetriebe BVG haben jetzt ganze S-Bahn-Fenster mit folgendem Warnhinweis beklebt: „Na? Auch schon mal beim Scheibenkratzen erwischt worden? Voll peinlich! Und die Kohle für den neuen Player ist auch flöten.“ Wer noch nie ein öffentliches Nahverkehrsmittel beschädigt hat, sollte spätestens nach dieser grenzdribilen Anrede darüber nachdenken. *ador*

**Pop** Was die BVG sicher noch nicht mitbekommen hat: Die sogenannten Kids hören momentan wieder auf strikte Ge- und Verbote. Zumindest lässt sich das aus dem Erfolg der beiden Engländer **Dan Le Sac** und **Scroobius Pip** ableiten. „Thou shalt always kill!“ heißt ihr Song, dessen Text 33 ganz einfache Regeln für eine bessere Welt aufstellt, von denen wir hier nur die wichtigsten zitieren können: „Thou shalt not fall in love so easily.“ / „Thou shalt not pimp my ride.“ / „Thou shalt not shake it like a polaroid picture.“ *stau*

**Theater** Der alte Claus Peymann, immer noch Direktor des Berliner Ensembles, hat sich in einem Interview in der „Berliner Zeitung“ dahingehend geäußert (und blieb damit ganz bei sich stehen), dass das **Berliner Theatertreffen**, das am ersten Samstag „im wunderschönen Monat Mai“ (Heine) beginnt, ein „stark ideologisiertes Minderheitenprogramm einer bestimmten Gruppe von Kritikern“ geworden sei, „denen das Theater zum Hals raushängt“. Er ist nicht eingeladen worden, sonst hätte er das wahrscheinlich nicht gesagt, was ihm auch aufgefallen ist, weshalb er nachschob, dass er nicht zetern wolle. Da war sie wieder: die laute Gegenwartsüberdrehorgel des von ihm über alle Theater-treffen und über alle kleinen Theater-treffenkritiker hinaus hochgeschätzten Thomas Bernhard. *rtg*

# Irgendwas muss man ja tragen

Wie der C&A-Erbe Alexander Brenninkmeijer versucht, als Modemacher bekannt zu werden

Solange Peking, Lagos und Buenos Aires noch darum streiten, wer die Hauptstadt des 21. Jahrhunderts wird, bleibt London das neue Zentrum der Welt. Wo sonst trüfe man beim Verlassen eines Restaurants auf ein gutes Dutzend Paparazzi wie einst an der Via Veneto in Rom? Auf die Frage, wen er denn einfangen wolle, tut der Fotograf zunächst noch mysteriös, dann gibt er zu, dass er nur vor dem „Nobu Berkeley“ steht, weil alle anderen schon davor warten. Der von Joseph Conrad beschriebene Instinkt der Londoner Massen sorgt dafür, dass die Tische im „Nobu“ allabendlich dreimal gedeckt werden. Das Zehn-Gänge-Menü servieren atemlose Kellner in weniger als zwei Stunden. Was zählt, ist das Resultat, darin sind sich die lungernenden Paparazzi mit den Restaurantbetreibern einig.

Andreas, der Stylist aus der Pfalz im Salon von John Frieda, sieht es genauso und karrt einen Wagen mit gigantischen Lockenwicklern herbei. In Deutschland, bemerkt er, ist man sich zu fein für die spießigen Wickler, aber in London ist es den Partygirls ganz egal, wie es auf ihrem Kopf zugeht, solange die Frisur einen Abend lang hält.

Pragmatismus und unorthodoxe Lösungswege sind das Geheimnis Londoner Erfolge. Weil Alexander Brenninkmeijer sich auf beides versteht, ist auch der Sohn der C&A-Familie an diesem Tag in der britischen Hauptstadt. Nach dem Studium der Betriebswirtschaft war er für das deutsch-niederländische Bekleidungsunternehmen in England tätig und hat anschließend als Geschäftspartner des Münchener Designers Kos-



In den Straßen von London – das Model Francesca Pollard mit Alexander Brenninkmeijer beim Shooting

Foto Nicole Nodland

seinen Guerrilla-Verkauf auf andere Städte aus. Und als er in einem gemieteten Sixt-Lieferwagen mit einbaubarer Kleiderstange durch Österreich tingelte, ging ihm die Parallele zu seinen Vorfahren auf, die als fliegende Händler mit Flaxgeweben aus der Mettinger Heimat bei reichen Bauern vorgesprochen hatten. Daher nannte er seine noch ungetaufte Modelinie „Clemens August“, wie das Bruderpaar, das im 19. Jahrhundert „C&A“ gegründet hatte – bei uns sind sie in der Familie reihenweise vom Stuhl gefallen, als sich der Name herum sprach.“ Einige Cousins im C&A-Management reagieren irritiert, doch der Rest der weiterverzweigten Erben war begeistert.

Es trägt zum Reiz der Namensfindung bei, dass Alexander Kind einer Vetternehe ist und sowohl von Clemens als auch von August abstammt. Wohl auch die Nähe, die man dem Kostas-Murkudis-Stil zu Helmut Lang nachsagte, brachte Brenninkmeijer auf die Idee, im Helmut Lang zugeneigten Milieu der Kunstszene nach Partnern zu suchen. Die Reaktion fiel überraschend positiv aus, und so bietet er seine Kollektion inzwischen für dreitägige Sonderverkäufe in großstädtischen Kunstvereinen und Galerien an, packt das Unverkaufte wieder ein und zieht weiter.

Vor allem in London ist diese Methode erfolgreich. Auch wenn sich beim letzten Verkauf nur gut dreißig Kunden zwischen den Kleiderstangen tummelten, brachten sie doch einen Umsatz von 80 000 Euro ein. Grund genug zu fragen, warum niemand vorher darauf gekommen ist, Mode im Stil einer Wanderbühne anzubieten.

Es brauchte einen strategisch denkenden Kopf und den historischen richtigen Moment, damit alle Faktoren sich reimen. Eine Galerie ist heute durchaus kein esoterischer Ort mehr. Noch nie gab es ein vergleichbar großes Publikum für

neue Kunst. Zu keinem geringen Teil rekrutiert es sich aus gutverdienenden Berufen, in denen eine makellos smarte Garderobe Voraussetzung ist. Es ist in den „Clemens August“-Stil eingespießt, dass sich McKinsey-Leute gern bei der Marke bedienen.

Im Gegensatz zum eher avantgardistischen Helmut-Lang-Stil sind Brenninkmeijers Kollektionen nicht nur jung, sondern auch ziemlich klassisch. Auf die Frage, ob er auf Dauer ohne Designstar auskommen wolle, zuckt der Unternehmer mit dem zurückgegelten Haar eines Rock-'n'-Roll-Tour-Bogenschleppers die Achseln: „Ich weiß ja, wie die Sachen entstehen. Da gab es bei Kostas Murkudis eine Praktikantin. Die Sachen, die sie entworfen hat, hat später dann Kate Moss getragen.“ Das bestätigt die Vermutung, dass die Zeit der Glamour-Designer vorbei ist.

Es braucht heute mehr und etwas anderes als eine individuelle Signatur, um ein Label attraktiv zu machen. Den Sex-Appeal, der trendbewusste Kunden anspricht, bezieht „Clemens August“ nicht zuletzt aus den Verkaufsbedingungen, dem kurzen, geheimnisumwitterten Auftritt und dem kreativen Umfeld. „Man trifft sich ja auch“, fügt Brenninkmeijer hinzu. „Das hat einen gewissen Charme, wenn alle in Unterhose dastehen.“

Rückenwind erhält die Marke auch durch die Kunst, die sich seit einer Weile auf die Mode zubewegt. Stars wie Sylvie Fleury und Vanessa Beecroft haben sich in ihrer Arbeit mit dem Marken-Hype auseinandergesetzt und wurden von großen Modehäusern dankbar für eine nichtkommerzielle Selbstdarstellung in Anspruch genommen. Prominentestes Beispiel ist Miuccia Prada, die eine Ausstellung ihrer Rock-Kreationen um die Welt schickte und in ihrer Mailänder Fondazione Prada regelmäßig Künstler wie Louise Bourgeois,

Sam Taylor-Wood, Steve McQueen und Tobias Rehberger präsentiert.

Alexander Brenninkmeijer macht es anders und versucht statt komplizierter Künstler aktuelle Glamour-Models wie Luca und Lily Cole, eine junge Engländerin mit sehr hoher Stirn, für ein Mode-Shooting zu gewinnen. Der Trick liegt in einer geschickten Synergieausnutzung: Die Models und zwei große Zeitungen wurden gleichzeitig von der Anwesenheit der jeweils anderen Partei informiert. Zunächst sagten alle zu, dann war plötzlich – wie so oft in der Epoche der bis zum menschenmöglich letzten Zeitpunkt offengehaltenen Optionen – niemand mehr zu erreichen.

Wir schauen trotzdem beim starfreien Shooting an der Portobello Road vorbei und trafen auf einen

**Rückenwind erhält die Marke auch durch die Kunst, die sich seit einer Weile auf die Mode zubewegt.**

Alexander Brenninkmeijer, der die Pleite gelassen ertrug. Wer in London auf Resultate spekuliert, darf bei den Methoden eben nicht zimperlich sein. Und so ließen wir uns zum Kurztrip in die britische Hauptstadt von John Frieda einladen, der vor zwanzig Jahren den Bob- und Präzisionsschnitt-Spezialisten Vidal Sassoon im Frisurenolymp ablöste. Damals nahm er die britische Damenwelt im Sturm, als er im Fernsehen ein Haarpflegeprodukt zur grenzenlosen Volumenerzeugung vorstellte. Heute sind es mehr Glättungs- und Entzausungsmittel, durch die sich der Brite einen Namen macht. Wie der C&A-Spross greift auch John Frie-

da ungeniert auf Jahrmarktmethoden zurück: Gebannt bezeugten zehn Journalisten, wie sich das stumpf hängende Haar einer jungen Frau durch viel Spray und einen Trichterfön zu glänzenden Lockenkringeln sortierte.

In den achtziger Jahren hatte der Brite als Haarstylist für Modemagazine gewirkt und in Zusammenarbeit mit kleinen Produzenten ein Reservoir an Cremes, Gels und Lotionen entwickelt, für deren Frisurbeschwörungsmagie auch britische Punks nicht unempfindlich waren: „Im Prinzip wollten sie einfach vertikales Haar. Es sollte wie ein Fels dastehen.“ Mitte der neunziger Jahre war es mit dem Beton-Look vorbei. Man bevorzugte pseudonaturliches Haardesign, das sich mit dem Minimalismus eines Helmut Lang vertrag. John Frieda zufolge dauert ein Haarstilzyklus zehn bis fünfzehn Jahre – Zeit also für ein Comeback opulenterer Phantasierfrisuren und der Styling-Geister aus der Flasche.

In Mitteleuropa hat theatralischer Glamour schon die Oberhand gewonnen. Das bestätigte ein Besuch bei Jürgen Teller, dem wohl geschicktesten Surfer zwischen Kunst und Mode. Der Fotograf war auf dem Sprung in die Ukraine, die ihn neben drei anderen Künstlern in ihren diesjährigen Biennale-Palast nach Venedig einlädt. Unzufrieden mit Porträtaufnahmen, die er bei einer vormaligen Reise durch das Land geschossen hatte, packte Teller seine Koffer noch einmal, um zu tun, was er am besten kann: schräge Modeaufnahmen zu machen. „In der Ukraine geht zurzeit alles um Sex und Geld“, sagt er. Da ist es nur konsequent, wenn der Biennale-Gast des Landes sich dem Konsumtaumel der Jeunesse dorée von Kiew widmet. Solange das Ergebnis stimmt – bei Jürgen Teller ist es allemal verrückt genug für die Kunst.

INGEBORG HARMS

**DAS WORTPORTRÄT**



Mensch

ANNE ZIELKE

Als Herbert Grönemeyer sein Lied „Mensch“ herausbrachte, das einen bis heute rührt, zählte er auf, was den Menschen ausmacht. Er reimte „lieb“ auf „vergift“, „glaubt“ auf „vertraut“. Von „Mensch“ ließ er die Finger. Damit umschiffte er eine Untiefe, die manchen Stegreifreimer schnell auflaufen lässt. Denn auf den Menschen kann man sich keinen Reim machen. Er ist ein mysteriöses Wesen, das noch immer nicht herausgefunden hat, woher es kommt, was es hier soll und wohin es geht. Er ist sich nur seines Zweifels sicher. Er hat viele erstaunliche Eigenschaften, und da eine von ihnen ist, sich für die Krone der Schöpfung zu halten, hat er dieses Prinzip der Einzigartigkeit auch in die Sprache transferiert: „Mensch“ ist ein Wort, auf das sich nichts reimt.

„Was ist der Mensch?“, heißt die letzte und vierte Formulierung in Immanuel Kants berühmtem Fragenkatalog, womit er meinte, was der Mensch „als handelndes Wesen aus sich selber macht, oder machen kann und soll“. Das weiß er meist selber nicht, der Mensch, obwohl er Zeit genug zum Nachdenken gehabt hat. „Mensch“ ist ein Wort, das es von Anfang an gegeben hat. Seit ein Wesen die Frage stellen kann: Wer bin ich? und sich selbst daraufhin benennen kann: homo, anthropos, Adam. Übersetzt man die Namen der verschiedensten ethnischen Gruppen, erkennt man den kleinsten gemeinsamen Nenner: Mensch. Nicht nur Adam heißt Mensch, auch das neukaledonische „Kanak“, die Inuit haben sich danach benannt genauso wie die ecuadorianischen Shuara-Indianer oder die Roma. In unserem Sprachbereich wurde Mensch als Substantiv nur im Nieder- und Hochdeutschen verwendet; im eigentlichen Sinn ist es ein Adjektiv, das als „männlich“ von „Mann“ abgeleitet ist. Während das altdeutsche Wort „mennisko“ als Sammelbegriff nur die eine Hälfte der Menschheit einbezieht, erweitert sich die Bedeutung jedoch und beansprucht als universelles „mensch“, auch für die weibliche Hälfte zu sprechen. Nur in Hessen nicht; dort riefen Beamte im 16. Jahrhundert eine Art frühe Gleichberechtigungsstelle aus: Lange vor der Feminisierung der Sprache durch Binnensprache und der Geschlechtsumwandlung des Pronomens „man“ in „frau“ gesellten sie dem Menschen eine „Menschin“ zu, so ist es in einigen Aktenstücken dokumentiert. „Menschinnen“ leben sonst nur noch in einigen abgeschiedenen Tälern in Kärnten und Tirol; der Alleinvertretungsanspruch von Mensch für beide Geschlechter ist ansonsten ungefochten.

Die große kantische Frage bleibt; die kleinere: „Was reimt sich auf Mensch?“ hat Peter Frankenfild vor Jahren beantwortet. Auf Mensch reimt sich natürlich „ensch“, sagte der Quizmaster mit den großkarierten Jacketts – das sei der mittlere Teil von „Lampenschirm“.

Hier lesen Sie im Wechsel die Kolumnen „Moralische Geschichten“ von Maxim Biller und „Das Wortporträt“ von Anne Zielke.

## Erderwärmung hin oder her – soll der Kalte Krieg in Zukunft wieder eine größere Rolle spielen?

Wladimir Putin hat die Schnauze voll, er möchte wieder Kalten Krieg haben. Er fühlt sich und sein Land bedroht. Schaut man sich den leichenbleichen Putin an, denkt man einerseits ja sowieso, dass ihm das Kriegerische von Haus aus näher liegt (KGB-Karriere und so). Also kann einen das sowjetisch gekühlte Gerede nicht überraschen. Andererseits: Gut so, ist doch mit dem Kalten-Krieg-Geraunze endlich mal die Hose runter. Seit unser alter Medienkanzler Gerhard Schröder seine Krawatte (und was hatte er für welche um den Hals hängen) mit dem schlichten, aber schwarzen Gürtel des russischen Chefs, der keinen Spaß versteht, freundschaftlich verknötete, hieß

**PRO**  
**Die heiße Phase**  
EBERHARD RATHGEB

es immer regierungstrotzig groß, das mächtige Russland sei auf dem Weg in demokratische Zustände, man solle Rücksichten nehmen auf und Verständnis haben für die Probleme des riesigen Landes. So redete man sich in ein warmes Verhältnis hinein. Dabei hätte doch, wenn schwarze Demokratie und Menschenrechte zum Maßstab der tatsächlichen politischen Gesittung nimmt,

der kalte Krieg des kalten Entsetzens beim nachsichtigen, arg geschäftigen Westen längst ohne Wenn und Aber auf der Tagesordnung stehen müssen. Jetzt hat Putin dem Westen diesen Schritt vorgemacht. Wenn er jetzt den kalten Krieg ausruft, dann ist das im Grunde genommen nur ein lautes Echo auf den leider häufig viel zu schwachen Ruf aus dem Westen, die Putin-Krieger im Land nicht immer zu neuen Einsätzen zu schicken. Putins kalter Krieg ist kein kalter Kaffee. Er markiert vielleicht für den Westen endlich ein Ende mit der Nachgiebigkeit gegenüber einem Regime, das mit seinen Kritikern alles andere als zimperlich unsprünkt. Kalter Krieg – na bitte, endlich.



Zeichnung Kat Menschik

Draußen ist wieder so schönes Wetter, dass wir alle in Badezeug ins Büro gekommen sind, uns von der Klimaanlage Luft zufächeln und die Eiswürfel im Glas friedlich klingeln lassen. Wenn er womöglich der wärmste April seit 500 Jahren ist, möchte man zuallerletzt an den blassen Wladimir Putin denken, dessen Tage im Kreml ohnehin gezählt sind und der offenbar etwas gegen gesunde Sonnenbräune hat, weshalb ihm Sonnenmilch mit Schutzfaktor 100 nicht mehr ausreicht und er lieber gleich zurück will in den Kalten Krieg, in dem es allerdings auch mal eine Tauwetterperiode gab, die mit der Erderwärmung nichts zu tun hatte. Als alter Geheimdienststrategie erinnert Pu-

**CONTRA**  
**Ein kühles Helles**  
VON PETER KÖRTE

tin sich noch gut an die Zeit, als in Europa amerikanische Pershing-Raketen stationiert wurden – so gut und so voller Nostalgie, dass er keine Unterschiede zu damals sieht, was wohl vor allem daran liegt, dass er Russland noch für die Supermacht hält, die es nicht mehr ist. Aber vielleicht arbeitet er ja auch schon an seiner Karriere nach der Präsidentschaft, wo er et-

was Sinnvolles und Bedeutendes tun möchte, anstatt einfach seine Präsidentschenkung zu verzehren und durch die Lupe auf die Entwicklung der Demokratie in Russland zu blicken. Es ist deshalb gar nicht so abwegig, anzunehmen, dass Putin daran denkt, nach alter Geheimdienstmanier die Öffentlichkeit in Polen und Tschechien zu infiltrieren, damit sie große Demonstrationen gegen die Stationierung der Abwehraketen veranstaltet wie einst die Friedensbewegung in Bonn. Er ist leider nur verblendet – merkt der Mann denn nicht, dass er kurz vorm Ziel steht, wenn Gazprom 04 deutscher Fußballmeister wird? Das wäre zwar nicht schön, aber wir könnten dann in Ruhe noch ein Eis holen gehen.