CHF 16 EUR 14
9 772813 174001 01

THE COLLECTIVE

Nº 6 2024

IMPRESSUM

Publisher & Editor in Chief BEAT IMWINKELRIED
Commercial Director & Contributing Editor ANKE FISCHER
Creative Direction CHARLES BLUNIER & CO.
Content NANSEN & PICCARD
Druck SCHELLENBERG DRUCK AG

CONTRIBUTORS

QIU YANG
JELKA VON LANGEN
GERAY MENA
ROBIN GUITTAT & ROMAN EREMCHENKO
CORENTIN LEROUX
BUCHERER
TORBJØRN RØDLAND

COVER

HOOD ORNAMENT, 2019
von TORBJØRN RØDLAND

ALLGEMEINE GESCHÄFTSBEDINGUNGEN

Für Angebote, Kaufverträge oder Zusammenarbeit in Bezug auf THE COLLECTIVE gilt Schweizer Recht. Die Publikation THE COLLECTIVE sowie auch Auszüge daraus dürfen ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Herausgebers nicht reproduziert oder in irgendeiner Form – auch elektronisch – distribuiert werden. Obwohl mit grösster Sorgfalt darauf geachtet wird, dass Inhalte von THE COLLECTIVE rechtens publiziert werden, können dies weder der Verlag noch die Autoren garantieren. Wenn Sie den Eindruck haben, Teile der Publikation würden gegen internationales Urheberrecht verstossen, zögern Sie nicht, sich an den Verlag zu wenden, um etwaige Ansprüche zu berichtigen.

#vorausschauend

Wissen, was Sie um die Ecke erwartet.

Immer einen Schritt voraus zu sein, heisst für uns, nicht nur auf dem Laufenden zu bleiben, sondern unseren Blick und unser Wissen darauf auszurichten, was auf Sie zukommt. Denn unser oberstes Ziel ist die Optimierung Ihrer Finanzen. Unternehmerische Denkweise, persönliche und ganzheitliche Beratung sowie massgeschneiderte Lösungen machen uns unverwechselbar.
Willkommen bei der Bank CIC.

cic.ch

MASERATI GRANTURISMO

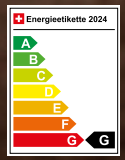
THE OTHERS JUST TRAVEL

WO ANDERE EINFACH NUR EIN AUTO FAHREN,
SETZT DER MASERATI GRANTURISMO AUF GRAND TOURING.

Maserati

B.I. COLLECTION BS AG

Aumattstrasse 138, 4153 Reinach



Verbrauch (WLTP) in l/100 km: kombiniert 10,1 – 10,0; CO_2-Emissionen in g/km*: kombiniert 229 – 227; Effizienzklasse: G.
*CO_2 ist das für die Erderwärmung hauptverantwortliche Treibhausgas; Durchschnitt aller erstmals in der Schweiz immatrikulierten Neuwagen 2024: 122 g/km. Der CO_2-Zielwert beträgt 118 g/km.

Official Magazine of
B.I. COLLECTION

Nº 6
APRIL 2024

THE COLLECTIVE

EDITORIAL 5
THE SHAPE OF THINGS TO COME 6
SABINE MARCELIS 12
IM PORTRAIT: ADAM LEVINE 30
THE ART OF GEMSETTING 34
THE CURATED ONES 44
FIKTION 54
PUROSANGUE 64
SET THE SCENE 74
AUSSTELLUNGEN 2024 87
B.I. CONTEMPORARY 93
ORDNUNG IST DAS HALBE LEBEN 100
RED CARPET 118

EDITORIAL

Nº 6
04 2024

Liebe Leserinnen und Leser,

in der Welt des Sammelns, sei es von luxuriösen Automobilen, erlesenen Uhren oder Kunst, richtet sich das Augenmerk stets auf Objekte, die zwei entscheidende Merkmale vereinen: historische Relevanz und einzigartiger Charakter. Betrachten wir etwa den Lamborghini Miura, einer der Pioniere unter den Supersportwagen. Sein kompromissloses Design kombiniert mit innovativen Eigenschaften, wie das Mittelmotor-Konzept mit einem quer eingebauten V12, machen ihn zu einem Juwel in jeder Sammlung. Ähnlich verhält es sich im Bereich der Uhren, in dem Modelle von Patek Philippe – beispielsweise die Referenz 1518, der erste Serienchronograph mit ewigem Kalender – auf Auktionen Rekordpreise erzielen. In der Kunstwelt sind gerade die Künstler gefragt, die es geschafft haben, handwerkliche Expertise mit etwas komplett Neuem, bisher Ungesehenem zu verbinden. Jean-Michel Basquiat ist unvergessen, weil er Graffiti, Zeichnungen und Malerei miteinander verschmolzen hat, die er zudem auf vielfältigen Oberflächen mit einer breiten Palette von Materialien und Techniken realisierte. Cy Twomblys Werke, die sowohl visuell als auch intellektuell zu provozieren wissen, sind deswegen so bekannt, weil er dem Abstrakten einen ungesehenen Ausdruck und eine ungemeine Kraft verlieh. Er fordert uns heraus, über die traditionellen Grenzen der Kunst hinauszudenken.

In dieser Ausgabe freuen wir uns, Ihnen Persönlichkeiten vorzustellen, die in ihren Bereichen herausragen. Hans Hansen, der die Fotografie seit mehr als sechs Jahrzehnten durch seine innovativen Bildkonzepte bereichert, hat uns einen Einblick in seine Denk- und Arbeitsweise gegeben. Seine einzigartige Herangehensweise, Objekte zu dekonstruieren und in neuem Licht darzustellen, faszinieren auch Jahrzehnte nach ihrer Entstehung. Mit uns sprach er bei einem Treffen in seinem Studio auch über die Kunst des Loslassens. Er hat seine kompletten Werke und seine Sammlung kürzlich einem Hamburger Museum geschenkt.

Wir durften Sabine Marcelis in Rotterdam besuchen. Die noch junge Niederländerin gilt schon heute als eine der innovativsten Designerinnen ihrer Generation, die wie nur wenige die Grenzen zwischen Design und Kunst neu auszuloten vermag. Ihre Fähigkeit, mit Materialien und Formen zu experimentieren, schafft unvergessliche ästhetische Erlebnisse und transformiert alltägliche Objekte in aussergewöhnliche Kunstwerke. Torbjørn Rødland, ein weiterer Künstler in unserem Portfolio, besticht durch seine Fähigkeit, in seinen Fotografien eine einzigartige Atmosphäre zu schaffen, die den Betrachter in einen Schwebezustand zwischen Verführung und Verstörung entführt. Nicht zu vergessen sind unsere Autogeschichten und Fotostrecken. Die Rubrik «The Curated Ones» setzen wir mit exklusiven Einblicken in aussergewöhnliche Sammlungen fort: Dieses Mal zeigen wir einen Ferrari und einen Lamborghini, die Schätze eines jungen Sammlers, durch die Linsen von Robin Guittat und Roman Eremchenko.

Ich möchte allen danken, die zum Erfolg dieser Ausgabe beigetragen haben. Es ist mir ein persönliches Privileg, mit so vielen talentierten Menschen zusammenarbeiten zu dürfen. Ich hoffe, die Lektüre bereitet Ihnen ebenso viel Freude wie uns die Zusammenstellung.

BEAT
IMWINKELRIED

Mit herzlichen Grüssen,
Ihr Beat Imwinkelried
Herausgeber, Chefredakteur

THE SHAPE OF THINGS TO COME

Text: Patrick Aulehla

Von einer Scheune im Piemont in die Herzen der Autofans: Auf dem Autosalon in Genf 1971 schockiert der Countach das Publikum. Vor genau 50 Jahren geht der wichtigste Supersportwagen aller Zeiten in Serie.

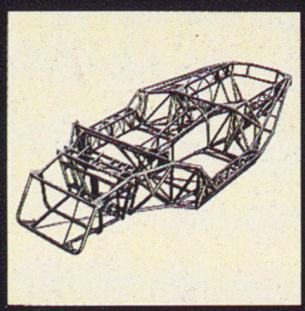
Es ist das Frühjahr 1971, nahe Grugliasco, einer Kleinstadt im Piemont, gleich vor den Toren Turins. Auf einem unscheinbaren Fabrikhof werden die Nächte zu Tagen, schwaches Scheinwerferlicht flackert ununterbrochen durch die Fenster nach aussen. Durch die verschlossenen Türen dringen die Stimmen dreier Männer. Es sind die Stimmen des gerade einmal 32-jährigen Bertone-Designchefs Marcello Gandini, des fast gleichaltrigen Testfahrers und Mechanikers Bob Wallace und eines bis dahin kaum bekannten Profilista aus Piemont. Ihre schwindende Moral wollen sie durch laute Scherze aufrecht halten – wissend, dass der Genfer Automobilsalon mit grossen Schritten naht. Es ist die Ausgabe des Autosalons, bei dem der Alpine A310 Beachtung finden wird, Toyota und Mazda beweisen, dass sie in Europa Fuss mit ihren Coupés fassen können, Maserati den Bora präsentieren wird – und schon vorab alle Augen auf die neue Version des Lamborghini Miura gerichtet sind.

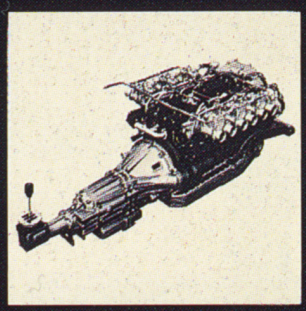
Das, woran das junge Trio hier in dem Verschlag arbeitet, was hier auf staubigem Boden vor ihnen steht, ist der neueste Entwurf Marcello Gandinis, der in wenigen Tagen auf dem Schweizer Bankett auffahren soll. Ein völlig aus der Zeit gerissenes, mit Understatement einfach nur technokratisch, fast emotionslos «LP 112» genanntes Konzeptfahrzeug, das sie im Auftrag von Giuseppe Bertone für dessen Freund Ferruccio Lamborghini aufbauen. Nicht mehr als eine Fingerübung, wenn man so will, ein unverbindlicher Blick in die Zukunft des Sportwagendesigns – während zeitgleich Lamborghini in Sant'Agata die Präsentation des Miura SV vorbereitet, den Nachfolger eben jenes eleganten Sportwagens, mit dem Gandini fünf Jahre zuvor seinen Namen in die erste Riege des Automobildesigns katapultiert hatte. Der Spinto Veloce soll Lamborghinis wahre Sensation werden, die Fortsetzung des Erfolgs, der formvollendeten Eleganz, der fein geschwungenen, windschnittigen Linien. Und der LP 112 würde dann mit gebührendem Respekt als radikaler Bruch mit seinen gestochen scharfen Linien auf dem Stand Bertones debütieren. Das war der Plan. Und der war jetzt, wenige Tage vor der Eröffnung in Genf, bei weitem nicht sicher.

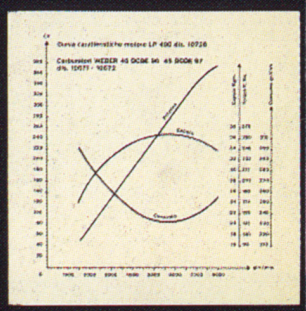
Die Zeit wird knapp, die drei Männer in der schmucklosen Fabrikhalle arbeiten weiter. Im Jahr zuvor hatte Gandini bereits mit dem Lancia Stratos Zero am radikalen Designbruch gearbeitet, 1968 hat er mit der Keilform beim Bertone Carabo experimentiert. Was er jetzt mit dem Countach vorhat, ist eine andere Dimension. Was weder Lamborghini noch Bertone zu dieser Zeit wissen: Wenige Tage später, am 11. März 1971, wird die Automobilgeschichte für immer umgeschrieben. Und die Geschichte von Lamborghini sowieso. Das Sportwagendesign wird für den Rest des Jahrhunderts – und darüber hinaus – neu definiert. Die Linienführung von Supersportwagen für immer einem neuen Credo folgen.

Marcello Gandini hat mit seinen 32 Jahren schon ein bewegtes Leben hinter sich. Der Designer hatte einst gegen die hochkulturelle musische Familientradition rebelliert, war weder Musiker noch Dirigent geworden, sondern Automobildesigner, und zwar einer der begnadetsten seiner Epoche – einer der grossen drei seiner Generation, neben Giugiaro, neben Fioravanti. Jetzt rebelliert er schon wieder. Dieses Mal gegen alle Gesetze der italienischen Sportwagenentwicklung. Und gegen sein eigenes Erfolgsrezept. Dieser LP

countach







AUTOTELAIO

Tubolare in tubi sottili portante - Fondi vetture in vetroresina - Scocca in alluminio - Coupé 2 posti - Carreggiata ant. 1500 mm post. 1520 mm. - Passo 2450 mm. Lungh. 4140 mm. Larghezza 1890 mm. - Altezza 1070 mm.
Disposizione motore e cambio: longitudinale, centrale
Sospensioni anteriori e posteriori a ruote indipendenti a quadrilateri trasversali - Ammortizzatori e molle coassiali
Sospensioni posteriori con 4 ammortizzatori - Barre stabilizzatrici anteriori e posteriori - Semiassi omocinetici - Sterzo a cremagliera - Circuito frenante idraulico sdoppiato con servofreno e pinze dei freni in alluminio - Regolatore di frenata sul retrotreno - Dischi freno autoventilanti - Ruote cerchi fusi in Elektron: anteriori 7"½ JJ × 14", posteriori 9"½ JJ × 14"
Pneumatici: anteriori 205/70 VR 14 posteriori 215/70 VR 14
Parabrezza in vetro laminato sottile - Parlorie sterzo regolabile in altezza e profondità - Tergicristallo a parallelogrammma
Vano portabagagli capacità
lit. 240 - 2 serbatoi carburante in lega leggera × una capacità complessiva di lit. 120

CHASSIS

Tubular frame of integral construction - Fiberglass floor panels - Light alloy body - 2 seater Coupé - Track: front 59 in., rear: 60 in. - Wheelbase: 80.7 in. - Lenght: 163 in. Width: 74 in. - Height: 42 in.
Mid-engine with longitudinal layout
Independent front and rear suspension
with transverse A arms, dampers and coaxial springs
Rear suspension with two damper units per wheel
Front and rear stabiliser bars - Constant-moving drive shafts - Rack and pinion steering - Dual circuit hydraulic brakes with servo units and alloy calipers - Brake regulator on rear axle - Ventilated brake discs - Wheels: Elektron rims, front: 7"1/2 JJ × 14", rear 9"1/2 JJ × 14" - Tyres: front 205/70 VR 14, rear 215/70 VR 14 - Laminated glass windshield - Adjustable steering wheel - Parallelogramm windshield wipers - Luggage van capacity
420 Imp. Pint. - 2 Light alloy fuel tanks, total capacity: 210 Imp. Pint.

CHASSIS

Châssis porteur en charpente tubulaire mince - Fonds voiture en fibre de verre - Carrosserie en alliage léger - Coupé deux places - Voie avant: 1500 mm - voie arrière: 1520 mm
Empattement: 2450 mm - Longueur: 4140 mm -
Largeur: 1890 mm - Hauteur: 1070 mm
Moteur central longitudinal
Suspension avant et arrière à roues
indépendantes avec trapèzes transversaux
Amortisseurs et ressorts coaxiaux - Suspension arrière avec quatre amortisseurs - Stabilisateurs AV et AR
Demi-arbres de transmission à joints homocinétiques
Direction à crémaillère - Freins à circuit hydraulique séparé avec servo et étriers en aluminium - Régulateur de freinage sur train AR - Freins à disque ventilés - Roues: jantes en alliage léger coulé (Elektron): AV 7" 1/2 JJ × 14", AR 9" 1/2 JJ ×14" - Pneus: AV 205/70 VR 14, AR 215/70 VR 14 - Pneutrisa en verre laminé mince
Colonne de direction réglable en hauteur et profondeur
Essuie-glace à parallélogramme
Coffre à bagages capacité 240 litres - Deux réservoirs à essence en alliage léger, capacité totale 120 litres.

FAHRGESTELL

Selbsttragendes Rohrrahmen-Fahrgestell - Aufbauboden aus Glasfaser - Leichtmetall-Karosserie - 2 sitziges Coupé
Spur vorne: 1500 mm - Spur hinten: 1520 mm - Radstand: 2450 mm - Länge: 4140 mm - Breite: 1890 mm
Höhe: 1070 mm Längsliegender
Mittelmotor u. Getriebe - Einzelradaufhängung vorne und hinten mit Trapez-Querlenkern, Stossdämpfern und koaxialen Federn - Aufhängung hinten mit vier Stossdämpfern
Kurvenstabilisator vorne und hinten - Gleichlaufende Achswellen - Zahnstangenlenkung - Zweikreis-Bremsen mit Servo und Aluminium-Zangen - Bremsregler auf Hinterachse
Belüftete Bremsscheiben - Räder: Elektron-Felgen vorne: 7"1/2 JJ ×14", hinten: 9"1/2 JJ ×14" - Reifen: vorne
Reifen: vorne: 205/70 VR 14, hinten: 215/70 VR 14
Windschutzscheibe aus dünnem Verbundglas - Höhen- und tiefenverstellbare Lenksäule - Parallelogramm-Scheibenwischer
Kofferraum-Inhalt: 240 Liter
Zwei Benzintanks aus Leichtmetall, Gesamtinhalt 120 Liter.

MOTORE

Schema originale Lamborghini con cambio sistemato anteriormente al motore
12 cilindri a V di 60° - Cilindrata cm³ 3929 - Corsa mm. 62
Alesaggio mm. 82 - Rapporto di compressione 10,5:1
Potenza max 375 CV a 8000 g/min. - Coppia max 36,8 Kgm a 5500 g/1' - Blocco cilindri e testa in lega leggera
Albero motore su 7 supporti - Distribuzione: 2 alberi a cammes in testa con catena - Accensione con 2 spinterogeni da 6 cilindri ciascuno - Alimentazione con sei carburatori orizzontali doppio corpo Weber 45 DCOE
Raffreddamento ad acqua con 2 radiatori laterali a flusso orizzontale e 2 ventole elettriche - Scoligaggiamento elettrico a 12 Volt con batteria da 72 Ah - Alternatore da 70 A
Raffreddamento olio motore con radiatore - Cambio Lamborghini a 5 velocità + RM, internamente sincronizzato
Rapporti: 1a 2,256:1 - 2a 1,769:1 - 3a 1,310:1
4a 0,990:1 - 5a 0,775:1 - R.M. 2,134:1
Coppia ipoide 11/45 - Differenziale autobloccante
Frizione a comando idraulico, monodisco a secco con corpo spingidisco in lega leggera.

ENGINE

Original Lamborghini design with gearbox mounted ahead of engine
V 12 60° engine - Capacity: 3929 cc (240 cu.in) - Stroke: 2,40 in. - Bore: 3,22 in. - Compression ratio: 10,5:1
Maximum power: 376 Hp at 8000 rpm. - Maximum torque 266 ft.lbs. at 5500 rpm. - Light alloy cylinder block and heads - 7 bearing crankcase - Timing system: 2 overhead camshafts (Chain) - Ignition system: 2 six cylinder distributors - Carburation by six horizontal Weber twin choke 45 DCOE carburettors - Cooling system by two side mounted horizontal flow water radiators and two electric fans
Electrical system: 12 V, 72 Ah battery - 70 A alternator - Separated oil radiator - Lamborghini all-synchro five speed + reverse gearbox - Ratios: 1st speed: 2,256:1
2nd speed: 1,769:1 - 3rd speed: 1,310:1 - 4th speed 0,990
4th speed: 0,990:1 - 5th speed: 0,775:1 - reverse: 2,134:1
Axle ratio: 11/45 - Limited slip differential - Single plate dry clutch hydraulically operated - Light alloy clutch release bearing.

MOTEUR

Projet original Lamborghini avec boîte de vitesses disposée avant le moteur
12 cylindres en V a 60° - Cylindrée 3929 cm³ - Course 62 mm - Alésage 82 mm - Rapport de compression 10,5:1
Puissance maximum 375 CH à 8000 t/m - Couple maximum 36,8 Kgm à 5500 t/m - Bloc-cylindres et culasses en alliage léger - Vilebrequin sur sept paliers - Distribution par 2 arbres à cammes en tête, à chaîne - Allumage par deux distributeurs pour six cylindres chacun
Alimentation par six carburateurs Weber 45 DCOE à double corps - Refroidissement à eau par deux radiateurs latéraux à flux horizontal et deux ventilateurs électriques
Installation électrique à 12 Volts et batterie à 72 Ah
Alternateur de 70 A - Refroidissement huile moteur par un radiateur - Boîte de vitesses Lamborghini à 5 rapports AV + MA, tous synchronisés - Rapports de transmission:
1e = 2,256:1 - 2e = 1,769:1 - 3e = 1,310:1 - 4e = 0,990:1
5e = 0,775:1 - MA = 2,134:1
Couple hypoïde 11/45 - Différentiel à glissement limité
Embrayage à commande hydraulique, type monodisque à sec, plateau de pression en alliage léger.

MOTOR

Original - Lamborghini - entwurf - getriebe vor dem motor eingebaut
12 Zylinder in V 60° - Zylinderinhalt: 3929 cm³ - Hub 62 mm Bohrung: 82 mm - Verdichtungsverhältnis: 10,5:1
Höchstleistung: 375 PS bei 8000 Upm - Drehmoment: 36,8 Kgm bei 5500 Upm - Zylinderblock- und Köpfe aus Leichtmetall - 7 fach gelagerte Kurbelwelle - Steuerung: 2 obenliegende Nockenwellen (Kette) - Zündung:
4ih Verteiler fuer je sechs Zylinder - Versorgung über sechs Horizontal-Doppelvergaser Weber 45 DCOE
Kühlung: mittels zwei seitlich angebrachten Wasserkühler mit waagerechtem Durchfluss und zwei Ventilatoren
Elektrische Anlage: 12 Volt mit 72 Ah Batterie - 70 A Alternator - Getrennter Motorenölkühler - Lamborghini 5-Gang-Vollsynchrongetriebe - Uebersetzungen:
1. Gang = 2,256:1 - 2. Gang = 1,769:1 - 3. Gang = 1,310:1
4. Gang = 0,990:1 - 5.Gang = 0,775:1
Rückwärtsgang 2,134:1
Hypoidverzahnter Achsantrieb, Untersetzung: 11/45
Sperrdifferential - Hydraulisch betaetigte Einscheiben - Trockenkupplung mit Druckscheibe aus Leichtmetall.

PRESTAZIONI

Velocità raggiungibili a 8000 giri/min.:
1a 105 km/h - 2a 135 km/h - 3a 182 km/h
4a 241 km/h - 5a 315 km/h
Accelerazione da 0 a 1000 m. = 22,8 sec.

PERFORMANCES

Speeds attainable at 8000 rpm.: 1st speed = 65 mph.
2nd speed = 84 mph. - 3rd speed = 113 mph.
4th speed = 150 mph. - 5th speed = 195 mph.
Acceleration on 1 standing km = 22,8 sec.

PERFORMANCES

Vitesses réalisables à 8000 t/m:
1e = 105 km/h - 2e = 135 km/h = 3e = 182 km/h
4e = 241 km/h - 5e = 315 km/h
Accélération de 0 à 1000 m = 22,8 sec.

FAHRLEISTUNGEN

Bei 8000 Upm erreichbare Geschwindigkeiten:
1. Gang = 105 km/h - 2. Gang = 135 km/h - 3. Gang = 182
3. Gang = 182 km/h - 4. Gang = 241 km/h
5. Gang = 315 km/h.
Beschleunigung auf 1 km mit stehendem Start: 22,8 sec.

Peso 1065 Kg.
Weight: 2343 lbs.
Poids: 1065 Kg
Gewicht: 1065 Kg

AUTOMOBILI FERRUCCIO LAMBORGHINI S.p.A.

40019 S. AGATA BOLOGNESE (BO)
ITALIA
TEL. (051) 956171-2-3 - TELEX 51278

Automobili Ferruccio Lamborghini S.p.A. reserve the right to amend specifications at any time without notice. Published by the Press and P.R. Office

112 ist so weit weg vom damals zeitgenössischen und keineswegs unmodernen italienischen Sportwagen-Design wie Kick and Rush von der Kunst des Catenaccio.

Sie werden fertig. Als am 11. März 1971 das Tuch vom Lamborghini Countach gezogen wird, steht der Genfer Automobilsalon unter Schock. Einen Sportwagen wie diesen hat die Welt noch nicht gesehen – so futuristisch und gleichermassen formvollendet, so unfassbar in der Gesamtheit seines Designs. Als der strahlend gelbe Prototyp auf den Salon rollte (wo schon der Miura sowohl auf dem Stand von Bertone als auch von Lamborghini steht), wird klar: Das Finish ist nicht das beste, Bob Wallace hat den Prototyp der Legende nach persönlich über die Alpen gefahren. Der Lack war allerdings so spät aufgetragen, dass das strahlende Gelb keineswegs gleichmässig leuchtet. Und dennoch: Der Effekt ist gigantisch. Der Countach steht noch mal 10 Zentimeter flacher als der Miura SV da – und zieht die volle Aufmerksamkeit auf sich. Aber gewiss ist die Serienproduktion des Countach nicht. Lamborghini steht zu diesem Zeitpunkt am Rande des Ruins, die Öl- und Wirtschaftskrise fährt der Marke tief in die Knochen.

Es gibt wenige Fahrzeuge, um die sich ähnlich viele Mythen ranken wie um den Lamborghini Countach. Allein zu seiner Namensgebung fand man lange eine Handvoll Geschichten, bis Gandini selbst die Wahrheit an das Tageslicht brachte. Es sei ebendieser Profilista aus Piemont gewesen, ein zwei Meter grosser Mann mit riesigen Händen, der während der Nachtschichten ständig «countach!» rief. Ein Begriff, der wörtlich übersetzt «Pest» oder «Ansteckung» bedeutet, im Piemontesischen aber auch Erstaunen oder Bewunderung ausdrückt. Weil Gandini um die Motivation der Truppe bangte, habe er dem Profilista ein Zugeständnis gemacht, den Wagen fortan selbst Countach genannt. Ein Scherz – Lamborghini hatte sich bereits den Stieren verschrieben –, doch auch Bob Wallace fand Gefallen an dem Namen des Profilistas. Sie fertigten einen Schriftzug an und klebten ihn auf – nicht ahnend, dass sie den bedeutendsten aller Lamborghini betiteln würden. Der Name ist auch mehr als 50 Jahre nach seiner Entstehung mindestens so radikal wie der Bruch im Design. Ein wenig so, als würde der 911 einfach «Verdammt!» heissen. Unerhört. Und genau deswegen so passend für den Countach.

Im Jahr 1973 – Ferruccio Lamborghini hat seine Firma mittlerweile an Georges-Henri Rossetti und René Leimer verkauft –, bringt Lamborghini eine langatmige Nervenprobe zu Ende. Das erste Serienmodell des Countach zeigt sich auf dem Genfer Salon – mit dem ersten Showcar hat der LP 400 technisch nur wenig zu tun. Der damalige Werksleiter Paolo Stanzani lässt den Plattformrahmen aus Stahl durch einen Gitterrohrrahmen ersetzen, die Karosserie wird aus Aluminium gefertigt. Neue Kühlöffnungen sollen die Zuverlässigkeit erhöhen, ebenso wie das jetzt vier statt fünf Liter grosse Zwölfzylinder-Aggregat. Nicht angegriffen wird die ikonische Form, ebenso die Scherentüren und das kleine Fenster im Heck. Es soll dem Countach später den Beinamen «Periscopo» einbringen, denn wenn es sich schon nicht erkennen lässt, so kann man das Geschehen hinter dem Auto damit zumindest vermuten.

Vielleicht ist es der Hang zum Purismus, vielleicht eine Prise italienischer Arroganz, jedenfalls steht das Persicopo sinnbildlich für eine Ideologie. Motor und Design des Fahrgestells als oberstes Credo, alles andere ist ein Zugeständnis und entsprechend unterzuordnen. Wer sich unter dem Türenflügel in die 1.067 Millimeter hohe Karosserie einfädelt, der wird überwältigt, und zwar von konsequentem Verzicht. Komfort? Bestenfalls eine Wunschvorstellung, das Platzangebot dürftig wie die Übersichtlichkeit. Mit einem Countach auf Parkplatzsuche durch die Innenstadt zu schlendern, ist eine Utopie und so wahrscheinlich noch niemals geschehen. Um dieses Auto in den fliessenden Verkehr einzuordnen, oder zwischen zwei parkende Wagen, muss man akribisch, akrobatisch und wohl ein wenig apathisch sein.

All das war auf der Landstrasse augenblicklich vergessen, von 3.929 Kubikzentimetern und zwölf Zylindern vom Teller gewischt. Dass man schon mit den ersten LP 400 Modellen 309 km/h schnell sein konnte, ist aus heutiger Sicht eine Unvorstellbarkeit. Aerodynamik, Hochgeschwindigkeitsreifen und Stabilitätsprogramm sind 50 Jahren technischen Fortschritts geschuldet, der das damalige Autofahren mit dem heutigen unvergleichbar macht. 1974 wurden die Doppelvergaser mit Kraftstoff geflutet, Luft beigemengt und die Kerzen gezündet, der fünfte Gang bis in den Begrenzer gewunden, und wer das am eigenen Leib miterleben durfte, der war entweder ein Held oder im nächsten Moment tot.

Einen dieser Helden kennt man heute nur zu gut. Der österreichisch-kanadische Ölmagnat Walter Wolf zählte nicht nur zu den ersten Countach Fahrern, sondern hatte ein Faible für massangefertigte Spezialumbauten. Gute Voraussetzungen brachte er mit: Im Gegensatz zu Lamborghini war seine Kasse gefüllt, die renommiertesten Namen der Automobilindustrie standen Seite an Seite mit ihm. Etwa Giampaolo Dallara, der einstige Chefingenieur in Sant'Agata de Bolgonese. Er wurde von Wolf 1975 mit der Aufgabe betraut, dessen Countach so umzubauen, «dass man das Gefühl hat, er wolle einen auffressen». Diesen Wunsch sollte Dallara ihm erfüllen. Und noch mehr viel mehr: Mit breiten Kotflügeln und Heckspoiler leitete Dallara ein weiteres Mal einen Stilbruch ein, den viele als Rettung Lamborghinis preisen. Der Wolf-Countach war im Grunde die Blaupause für die zweite Ausbaustufe der schärfere Stil sollte bis in die Vereinigten Staaten hinüberschwappen.

Und genau dort sollte der Countach zur Pop-Ikone werden. In den amerikanischen Kinos lief der Film «Cannonbal Run» an – eine Hommage an die unter Druck geratene Automobilkultur. Dean Martin, Farrah Fawcett, Burt Reynolds, Roger Moore – der Film war gespickt mit den grossen Namen seiner Zeit. Der wahre Held sollte aber ein anderer sein: Ein schwarzer, rundum verspoilerter Lamborghini Countach, der sich im Vorspann genau dreieinhalb Minuten in die Herzen der Zuschauer fährt. Ein Auto wie eine Gegenbewegung, die Antithese zur protektiven Sicherheitskultur. Als Adrienne Barbeau und Tara Buckman über den Highway brettern, vor dem 55 Meilen Schild in die Bremsen springen, um es zu besprühen, ist die Welt für viele wieder in Ordnung. Und der Anfang eines regelrechten Countach-Hypes. Rod Stewart, Don Johnson oder Sylvester Stallone, die Helden ihrer Zeit,

erfüllten sich den Traum, während die Kinderzimmer einer Generation mit Postern ausgekleidet wurden. In Gedanken fuhr man wie Joaquim de Almeida in «Miami Vice» im Countach den Verbrechern hinterher. Und in der Popkultur hat der Countach bis heute einen festen Platz. Der 1989er Countach aus dem Scorsese-Film «Wolf of Wallstreet» wurde erst Ende letzten Jahres von Sotheby's versteigert.

Dass Lamborghini Ende der 1980er-Jahre das Grande Finale des Countach einläutete, sollte die Beliebtheit des Modells nicht abreissen lassen. Bis heute ist er eine Ikone, und der bedeutendste Name in der Geschichte der Marke. Mit dem Countach 25 Anniversary nahm 1990 eine Modellgeschichte, aber sicherlich kein Mythos ein Ende. Das Feuer brodelte unter der Oberfläche weiter. Bis Lamborghini den Countach wieder auferstehen liess. Marcello Gandini, der grosse Designer, ist am 13. März im Piemont gestorben. Der Countach lebt weiter.

countach

lamborghini

SABINE MARCELIS

FOTOGRAFIE: JELKA VON LANGEN & ROMAN GOEBEL

INTERVIEW: JÖRN KENGELBACH

Sabine Marcelis ist in Neuseeland aufgewachsen, war Snowboard-Fahrerin und ist heute eine der aufregendsten Designerinnen der Gegenwart. Sie arbeitet für Marken wie Céline und Fendi – und erfrischt die Autoszene mit ungewöhnlichen Perspektiven und Ansätzen. Ein Treffen in Rotterdam.

Jörn Kengelbach: Sabine Marcelis, Sie gehören nach wenigen Jahren zu den richtungweisenden Designern Europas, Sie haben bereits eine ganze Reihe unvergesslicher Arbeiten präsentiert. Können Sie uns verraten, was ein Entwurf zu einer Design-Ikone macht?

Sabine Marcelis: Zwei Dinge machen aus meiner Sicht aussergewöhnlich gute Arbeiten zu möglichen Design-Ikonen: Wenn ein Design eine ganz bestimmte Handschrift trägt – und es dabei schafft, trotzdem zeitlos zu wirken. Ich finde, dass bei vielen ikonischen Designs die Funktion gar nicht so sehr im Vordergrund stehen muss. Dinge, die eine sehr gut durchdachte Funktion haben, werden nicht automatisch zu Ikonen. Das allein reicht nicht. Sie müssen überdauern, spannend bleiben. Deswegen versuche ich auch, in meinen Arbeiten immer diese Zeitlosigkeit zu finden. Ich finde es wichtig, Dinge in die Welt zu setzen, die nicht einfach nur trendy sind – oder etwas, was die Menschen womöglich in ein paar Jahren wieder loswerden wollen.

Sie entwerfen einerseits tonnenschwere Sitzobjekte aus Granit, Quarzit und Marmor, die im Rahmen des London Design Festivals am St. Giles Square gezeigt werden, Sie präsentieren Ihre Arbeiten bei der Art Basel oder arbeiten für Marken wie Céline, Dior und Bulgari – aber auch für IKEA. Wie passt das zu Ihrer Maxime von Zeitlosigkeit?

Gerade bei dem Projekt mit Ikea hatte ich genau diese Zeitlosigkeit im Blick, auch wenn ich normalerweise eher limitierte Auflagen oder Einzelstücke entwerfe. Wenn man etwas entwirft, das von der breiten Masse gekauft werden soll, wäre es mein schlimmster Albtraum, dass Kunden es nach ein paar Jahren wieder loswerden wollen. Tatsächlich ist es überraschend, wie lange gute Designs auch von grossen Häusern Bestand haben. Auch ein solcher Auftrag lässt genug Raum, ausgefallener und zeitloser als der Rest zu sein.

Wie definieren Sie als Expertin gutes Design?

Gutes Design sollte etwas sein, das man sein ganzes Leben lang benutzen kann. Im Produktdesign sollte man ein gutes Produkt in seinem ersten Appartement bis zum eigenen Haus stehen haben können. Es muss immer relevant bleiben – unabhängig von seiner Umgebung.

Zu Ihrem Job gehört es, die Zukunft zu antizipieren. Also das zu entwerfen, was morgen und idealerweise auch darüber hinaus richtungsweisend sein wird. Andererseits braucht es manchmal viele Jahre oder sogar Jahrzehnte, um zu erkennen, was nicht nur modisch war, sondern wirklich Bestand hat. Wie gehen Sie persönlich mit Trends um?

Trends ignoriert man am besten. Sie werden von Medien geschaffen, geben Zeitschriften etwas, worüber sie schreiben können. Sie sind ein Vorwand für Unternehmen, um neue Farben herauszubringen und mehr zu verkaufen. Sie sind gefährlich, weil sie implizieren, dass es Dinge gibt, die nicht im Trend sind und die man loswerden muss. Das lehne ich ab.

Welche Designs haben Sie persönlich am meisten beeindruckt oder sogar geprägt?

Beim ersten weiss ich nicht mal, wer es entworfen hat. Aber das Objekt ist so clever gemacht! Es ist ein Dosenöffner, ein japanisches Design. Er bewegt sich von selbst, während man eine Dose aufhebelt. Ein ganz simples und perfekt funktionierendes Design. Der zweite Entwurf ist noch gar nicht so alt, vielleicht zehn Jahre. Er stammt von einer schwedischen Designerin, Jenny Nordberg. Sie hat diesen Spiegel entworfen, im Grunde genommen eine Platte aus Floatglas, das sie mit Silbernitrat bespritzt hat. Diese organischen Spritzer verändern alles an dem Spiegel. Für mich ein schönes Beispiel, wie man mit Materialien arbeiten kann. Denn jeder dieser Spiegel ist einzigartig. Das Objekt gehört zu den Designs, bei denen ich sage: Ich wünschte, es wäre von mir. Das dritte Design integriere ich auch gerne in meine eigenen Interior-Entwürfe. Ich habe es auch selbst zuhause: Das Osaka-Sofa von Pierre Paulin aus dem Jahr 1970. Es ist so vielseitig, da es aus drei verschiedenen Segmenten besteht und ganz gerade oder gebogen aufgestellt werden kann. Ich schätze diese Art von Flexibilität. Am besten gefällt mir daran, dass aufmerksame Benutzer erkennen können, dass dem Sofa dieses flexible System zugrunde liegt. Auf den ersten Blick denkt man nur: cooles Sofa. Aber wenn man genau hinschaut, steckt dahinter ein wirklich cleveres Design. Die verschiedenen Ebenen in diesem Entwurf beeindrucken mich.

Letztes Jahr haben Sie für Renault ein retro-futuristisches Showcar des ersten Twingo von 1993 vorgestellt – und damit grosses Aufsehen erregt. Was hat Sie an diesem Fahrzeug besonders gereizt?

Renault hatte mich gebeten, etwas zum 30-jährigen Jubiläum des Twingo zu entwickeln. Es ging also nicht um eine Zukunftstudie, sondern darum, die ikonischen Details des Twingo erlebbar zu machen. Ich kannte das Fahrzeug gut, hatte es aber nie als ein besonderes Auto betrachtet. Oft werden das die charmantesten Projekte, wenn man sich fragt: Was mache ich, wenn mir etwas auf Anhieb gar nicht besonders gefällt?

Sind sie mit dem Ergebnis zufrieden?

Ja. Denn ich hatte zu Beginn die Kraft des Twingo unterschätzt. Er ist genial, wenn man sich näher mit ihm beschäftigt. Das Metall der Karosserie ist innen sichtbar, die klappbaren Sitze in Verbindung mit der Rückbank schaffen Platz wie in einem Camper.

Wie haben Sie sich diesem Automobildesign angenähert?

Ich habe die Schlüsselmerkmale identifiziert und sie auf die Spitze getrieben. Zum Beispiel mit einem grossen einteiligen Rückspiegel, der in die Sonnenblende integriert ist. So werden mehrere Funktionen zu einem einzigen Objekt, und das gefällt mir am Twingo sehr gut. Es war eine Herausforderung für mich, an diesem Projekt zu arbeiten, weil ich vorher noch nie an einem Auto gearbeitet hatte. Es öffnet einem auch die Augen, was die Arbeit von Automobildesignern angeht. Es ist eine extrem anspruchsvolle Disziplin.

Das Showcar hatte auch ein typisches Sabine Marcelis-Element – ein transparentes, fluoreszierendes Lenkrad. Transparenz scheint ein verbindendes Element in Ihrer Arbeit zu sein. Woher kommt Ihre Begeisterung für durchsichtige Flächen und Materialien?

Es hat mich immer sehr angezogen, wie man Licht und Material zusammen denken kann. Da kommen ziemlich schnell Komponenten wie Transparenz, Reflexion und Farben hinzu. Diese Komponenten sind der Werkzeugkasten für das Spiel mit dem Licht – und ja: In den meisten meiner Projekte arbeite ich mit mindestens einem dieser drei Ansätze.

Wie hat sich das auf Ihre Arbeit für Renault ausgewirkt?

Meine erste Idee war, ein komplett transparentes Auto zu entwickeln, um die Konstruktion zu zelebrieren. All die Details sichtbar zu machen, wo zum Beispiel das Metall verstärkt wurde und so weiter. Aber das war technisch leider nicht möglich. Also haben wir eine doppelte Schale hergestellt. Die äussere Schicht ist nun transparent, um die Struktur sehen zu können. Die Aussenhülle besteht aus einem Stück Acryl, also Fenster und Karosserie. Durch eine Überblendung der Deckkraft von unten nach oben entsteht ein interessanter Effekt: Wenn man das Auto aus einem Winkel von 45 Grad betrachtet, ist es völlig undurchsichtig. Wenn man sich bewegt, wird es transparent. Ich finde es reizvoll, Objekte zu schaffen, die man aus verschiedenen Winkeln neu entdecken kann.

Ihre Vorliebe für Transparenz führt zwangsläufig zu Vergleichen mit Lichtkünstlern wie Olafur Eliasson oder Helen Pashgian. Sind die Vergleiche für Sie nachvollziehbar?

Absolut. Vor allem die frühen Arbeiten haben mich inspiriert, die kalifornische Light and Space-Bewegung der 1950er- bis 1970er-Jahre. Ich bewundere die Pioniere dieser Denkweise. Das spiegelt sich auch in den Materialien wie etwa Giessharze, mit denen ich viel arbeite. Der kürzlich verstorbene Bildhauer De-Wain Valentine war der erste, der diese eingesetzt hat. Und auch Helen Pashgian war eine grosse Inspiration.

Recherchieren Sie viel in der Vergangenheit?

Ich versuche in meiner Arbeit nicht zu viel zu recherchieren, was andere Künstler oder Designer machen oder gemacht haben. Es ist interessanter, sich von unerwarteten Quellen inspirieren zu lassen oder einfach rauszugehen und Licht und Raum zu erleben. Zum Beispiel in der Natur.

Philippe Starck hat mal in einem Interview erwähnt, dass er Städte meide, da sie nur menschengemachte Dinge zeigten. Am liebsten sei er fernab in der Natur und noch lieber am Meer, weil das der Mensch nicht umformen könne.

Exakt. Die Natur ist der beste Designer. Wenn ich in einem Flugzeug sitze, über den Wolken und die Sonne geht unter, denke ich: Was gibt es Schöneres als das? Niemand sagt in solch einem Moment: Das ist aber

hässlich. Ich versuche, in meiner Arbeit diese Momente wieder erlebbar zu machen. Ob es die Art und Weise ist, wie die Sonne tagsüber auf dem Meer oder der Mond auf dem nächtlichen Ozean glitzert oder wie ein Regentropfen irgendwo hängen bleibt, all diese winzigen Details können der Ausgangspunkt einer neuen Idee sein.

Wie macht man Entwürfe erlebbar, wenn man so gerne wie Sie mit Licht arbeitet? Machen Sie aufwendige Renderings oder Sketches?

Schon während meines Studiums waren viele Kommilitonen oft besser darin, gerenderte 3D-Skizzen anzufertigen. Ich arbeite bis heute eher mit simplen, fast naiven Skizzen. Für mich funktioniert das. Ich kann meine Ideen auf diese Weise meinem Team kommunizieren.

Machen Sie sich unterwegs Notizen?

Ich mache mir nie Notizen, wenn ich eine Inspiration habe. Ich lebe wie ein riesiger Schwamm. Und wenn ich etwas erschaffen will oder eine Projektvorgabe bekomme, schöpfe ich aus diesem Schwamm. Das funktioniert selbst in diesem Gespräch: Ich bin froh, die Fragen vorher nicht gesehen zu haben. Jetzt ist alles viel spontaner. Und Sie bekommen ehrliche Antworten.

Sie wirken nicht wie jemand, der nur spontan arbeitet. Ihre Projekte wirken sehr präzise. In Ihrem früheren Leben waren sie Profi-Snowboarderin. Kommt daher ihre Zielorientiertheit?

Vielleicht vor allem die Entschlossenheit, etwas im Team schaffen zu wollen! Das lernt man schnell im Leistungssport: Man ist selbst in Individualsportarten nie wirklich Einzelkämpferin. Auch bei Designs muss ich immer klar mit Mitarbeitern kommunizieren, einen Plan entwickeln – und dann gemeinsam mit meinem Team an der Umsetzung arbeiten. Ich muss mein Team für jedes Projekt gewinnen, Ziele setzen, an die alle glauben.

Und wenn ihr Team nein sagt?

Nein ist keine Antwort für mich. Nein heisst für mich: Überleg noch mal! Was wäre, wenn wir es schaffen würden? Und wenn etwas schiefgeht, ist das wie beim Lernen eines neuen Snowboard-Tricks: Dann muss man analysieren, was schiefgelaufen ist. Wie kann ich besser werden, ohne den gleichen Fehler zu wiederholen? Ein Beispiel: Wir haben vor Jahren ein Projekt für Fendi gemacht, bei dem es um zehn Springbrunnen ging. Ich hatte noch nie darüber nachgedacht, wie ein Springbrunnen funktioniert. Als die Marke sagte: Cool, lass uns das machen!, dachte ich mir: Oh Gott, jetzt muss ich das tatsächlich machen. Ich lasse mich oft zu sehr ehrgeizigen Projekten hinreissen.

Als Designerin sind sie längst zur Marke geworden. Wie ist es für Sie heute, mit grossen Brands zusammen zu arbeiten?

Ganz unterschiedlich. Und fast immer herausfordernd. Klar, ich bekomme auch Anfragen, bei denen das Projekt schon fast fertig ist und man mich fragt: Kannst du das für uns machen? Wenn aber die kreative Freiheit fehlt, bin ich nicht interessiert. Der Mehrwert einer Zusammenarbeit zwischen meinem Studio und einer anderen Marke besteht darin, dass die Welten, die beide Seiten bewegen, miteinander verschmelzen. Das Ergebnis muss etwas sein, das ich nicht gemacht hätte, wenn es ein eigenständiges Projekt gewesen wäre. Für die Marke sollte es etwas sein, das ebenfalls einen Mehrwert hat. Dafür braucht man definitiv eine Menge kreativer Freiheit. Fendi ist wieder ein gutes Beispiel. Der Auftrag lautete ursprünglich, Möbel zu entwerfen. Das fühlte sich nicht richtig an. Also habe ich recherchiert. Das Thema Wasser tauchte immer wieder als Motiv in der Arbeit von Fendi auf – und so ergaben sich die Springbrunnen. Ich bemesse grosse Marken genau daran: An dem Mut, sich auf solche Ideen und Prozesse einzulassen.

Ihre Objekte erscheinen nahezu perfekt. Welche Bedeutung spielt die Fertigung bei Ihrer Arbeit?

Zwei Aspekte sind entscheidend: Viele meiner Entwürfe sind so minimalistisch, dass sie wirklich perfekt ausgeführt sein müssen, um zu funktionieren. Dabei ist es gleich, ob es eher um handwerkliche oder um industrielle Projekte geht. Für die Giessharzdesigns, die hier in der Werkstatt nebenan hergestellt werden, sind erstaunliche Handwerker am Werk. Ich habe sehr grossen Respekt vor ihnen. Das Gleiche gilt für das Glas, eher ein industrieller Prozess. Aber auch der muss perfekt abgestimmt sein. Ich liebe Perfektionismus. Im Moment arbeite ich an einem Projekt in Japan, das Perfektion und Handwerk auf die Spitze treibt. Die Regierung dort hat viele verschiedene Handwerksberufe identifiziert, die aussterben, weil es billigere industrielle Alternativen gibt. Es geht bei «meinem» Projekt um extrem aufwändige Lackarbeiten. Ein Prozess, der Monate dauert, Schichten über Schichten werden wie Nagellack, der aber auf Naturharzbasis hergestellt wird, auf Holzobjekte aufgetragen. Die Produkte, oft Schalen, trocknen eine Woche und dann beginnt der Handwerker mit der nächsten Schicht. Ein ganzes Dorf wurde um dieses Handwerk herum aufgebaut. Da gibt es einen Arbeiter, der das Holz neben dem Fluss bearbeitet, weil sie die Stämme auf dem Fluss transportiert haben. Und dann geht es weiter zum nächsten Experten, der den nächsten Schritt macht und so weiter. Als der Vater des heutigen Besitzers die Firma leitete, gab es 170 Angestellte, jetzt sind es noch fünf und die Bevölkerung ist überaltert. Er weiss also nicht einmal, ob es eine nächste Generation geben wird. Herzzerreissend. Und dennoch unglaublich faszinierend. Die japanische Regierung will dieses Kunsthandwerk fördern und bekannter machen. Sie versuchen, die Herstellungstechniken im Bereich des Sammlerdesigns zu verankern.

Sammeln ist gutes Stichwort. Viele Ihrer Designs sind längst begehrte Sammlerobjekte. Die Grenzen von Kunst und Design verschwimmen bei Ihren Arbeiten.

Ich arbeite in einer Grauzone. Bei manchen Projekten

denke ich: Das ist definitiv Kunst und kein Design mehr. Aber der Hauptgrund, warum meine Arbeiten von Anfang an in diesem Sammlerbereich gelandet sind, ist schlicht, dass ich gerne hochwertige Materialien nutze, die in aufwändigen und teuren Prozessen bearbeitet werden. Man erreicht einen Preispunkt, bei dem es schnell um limitierte Auflagen oder Einzelstücke geht. Zum Teil liegt es auch daran, dass ich experimentieren und die Grenzen dieser Materialien ausloten möchte, mit denen ich arbeite. Oft gibt es schlicht keine optimierte Produktionsmethode für die Massenproduktion.

Welchen Teil des Designprozesses mögen sie am liebsten?
Wenn wir in der Werkstatt sind und direkt mit den Materialspezialisten und den Produzenten zusammenarbeiten. Industrielle Prozesse machen mir nicht so viel Spass. Bei Projekten wie denen von Ikea, macht man einen Entwurf, schickt ihn weg und irgendjemand setzt das Design um. Natürlich war es ein sehr interessantes Projekt, aber im Prozess dabei zu sein, ist mir wichtig.

Sie arbeiten auffällig viel mit Kunststoffen oder künstlichen Materialien. Was reizt Sie daran?
Es gibt ein interessantes Spannungsfeld, wenn man künstliche mit natürlichen Materialien verbindet, gerade wenn nicht klar ist, was eigentlich was ist: Deshalb arbeite ich auch so gerne mit Steinen wie Onyx und Marmor, weil die mit ihren leuchtenden Farben auch sehr künstlich aussehen können. Und diese Materialien dann mit Harz zu kombinieren, erweckt Neugierde: Welcher Teil ist natürlich? Übrigens verwischt auch bei Kunstharzen die Grenze zwischen natürlichen und künstlichen Komponenten: Früher waren es meist fünf Prozent biologische Anteile in der gesamten Rezeptur, inzwischen sind es bis zu 80 Prozent.

Sie haben auch für die Mille Miglia gearbeitet – einst das legendäre, halsbrecherische Autorennen von Brescia nach Rom und zurück, heute eine der wichtigsten Classic-Car-Veranstaltungen der Welt. Haben sie an der Veranstaltung teilgenommen?
Ja. Ich war dort, selbstverständlich. Im ersten Jahr der Zusammenarbeit entwarfen wir die Trophäen aus Kunstharz. Letztes Jahr hatte man uns damit beauftragt, eine spezielle Installation aus acht verschiedenen Skulpturen zu machen. Jede von ihnen zelebrierte Details automobiler Innovationen. Also Kolben, Motor, Hydraulik, Scheinwerfer und so weiter. Dieses Jahr entwerfen wir wieder die Medaillen und Pokale.

Was verbinden sie persönlich mit Automobildesign?
Ich habe mir noch nie gesagt: Wenn ich Geld habe, werde ich mir dieses oder jenes Auto kaufen. Aber genau das lässt mich unvoreingenommen an solche Aufträge herangehen. Ich kann mit einem leeren Blatt Papier in die Besprechung gehen und Dinge herausfiltern, die für mich als Aussenstehende interessant sind. Ich habe viel Respekt für die Automobilproduktion. Auch, weil dort so viele unterschiedliche Gewerke zusammenkommen. Die Produkte müssen sehr lange einwandfrei funktionieren. Es ist wahrscheinlich bis heute eines der grössten menschlichen Teamprojekte, ein Auto zum Fahren zu bringen.

Erinnern sie Sich, mit was sie als Kind gespielt haben?
Ich habe mit Transformers gespielt, die teils Maschine, teils Menschen sind und viel mit Lego. Wichtiger ist jedoch: Meine Schwester und ich wurden von meinen Eltern erzogen, kreativ zu sein, auch wenn sie es selbst nicht unbedingt sind. Sie wollten zum Beispiel zu ihren Geburtstagen nie etwas Materielles oder etwas Gekauftes. Sie sagten immer: Mach mir was! Und dann haben wir gebastelt. Meine Eltern haben in Neuseeland eine Zeit lang Blumen gezüchtet und auf Wochenmärkten verkauft. Ich habe Schmuck und Taschen gemacht und es ihnen gleichgetan. Es war immer ein Ventil für mich, Dinge zu machen – das ist geblieben. Zudem ist mein Vater Ingenieur und nahm Dinge auseinander, um sie zu verstehen. Die Neugierde verdanke ich ihm, ebenso wie meine Begeisterung für Fabriken: Ich war einmal bei Bentley in Crewe in England. Das ist für mich der pure Wahnsinn, die vorbeiziehenden Fliessbänder.

Wie bewegen sie sich am liebsten fort?
Ich fahre einen Polestar.

Ein Elektroauto, auch ein Designstatement – der CEO ist zugleich der Chefdesigner.
Oh, das wusste ich nicht. Ich bin einfach glücklich damit, und ich liebe es wirklich, dass ich nie zur Tankstelle fahren muss.

Fahren Sie gerne Auto?
Ja, ich liebe es, Auto zu fahren! Es gibt mir wichtige Momente des Alleinseins während des Tages, da ja immer viele Menschen etwas von mir wollen. Im Auto kann ich nachdenken. Es hat aber auch etwas mit meiner Jugend in Neuseeland zu tun.

Inwiefern?
Für jemanden, der mitten im Nirgendwo in Neuseeland aufgewachsen ist, bedeutete ein Auto etwas ganz anderes als hier in Rotterdam. Ich habe meinen Führerschein gemacht, als ich 16 wurde, also genau an meinem 16. Geburtstag. Ich bekam den alten Isuzu Bighorn meines Vaters – und ich fühlte mich sofort frei. Die Entfernungen in Neuseeland sind riesig, sieben Stunden Fahrt waren damals keine grosse Sache für mich. Ich mag es, dass dieses Entfernungsgefühl immer noch in mir ist. In meiner Vorstellung ist die Welt viel kleiner, weil ich an einem Ort aufgewachsen bin, an dem die Dinge so weit voneinander entfernt sind. Das erste Auto hat meiner Welt einen Massstab gegeben.

Ihre Produkte strahlen Coolness aus. Sie verwenden im Gespräch häufig den Ausdruck Freude. Darf Design funny sein?
Ich halte mich nicht für einen kühlen oder ernsten Menschen. Jedes Design sollte Emotionen bei Menschen

«Das Auto hat meiner Welt einen Massstab gegeben»

hervorrufen. Und ich möchte, dass diese positiv sind. Wenn Menschen denken, dass mein Design Spass macht, ist das grossartig.

Welche Ihrer Entwürfe sind heute bei Sammlern am begehrtesten?

Eines meiner allerersten Projekte war der Candy Cube. Wir verkaufen ihn immer noch, ein zeitloses Objekt. Er hat ein Eigenleben entwickelt, denn ursprünglich war er dazu gedacht, Taschen und Schuhe für eine Modemarke aufzubewahren. Dann wurde er als Beistelltisch bestellt. Letztes Jahr erwarb ihn das Vitra Design Museum und platzierte ihn auf seinen Plakaten neben ikonischen Stuhlentwürfen. Die neuseeländische Sängerin Lorde hat ihn mit auf ihre Tournee genommen. Ich finde es spannend, dass der Candy Cube so vieldeutig ist, dass jeder ihm seine eigene Bedeutung gibt. Die persönliche Beziehung vieler Menschen ermöglichte sogar das Entstehen eines Secondhand-Marktes für ihn. Das Verrückte ist – und das habe ich nicht erwartet – mit der Ikea-Kollektion geht es so weiter, die meisten dieser Designs waren limitiert. Inzwischen muss man ein Vielfaches des Verkaufspreises zahlen.

Gibt es etwas, das sie sammeln?

Ich besitze eine aberwitzige Menge an Sonnenbrillen.

Darunter vermutlich auch alte Snowboardbrillen mit grellen Filtern?

Auch solche. Aber Brillen haben einfach mit meiner Arbeit zu tun. Es geht um Filterung, Farbe und Glas. Das fasziniert mich einfach. Und wissen Sie: Man kann einfach das langweiligste T-Shirt oder die älteste Jeans tragen – aber wenn man es mit einer guten Sonnenbrille kombiniert, sieht man sofort grossartig aus.

Sie haben einen vierjährigen Sohn. Versteht er was seine Mutter macht?

Ja, er weiss definitiv, dass ich eine Designerin bin, weil er oft auf Objekte zeigt und fragt: Hast du das entworfen? Er weiss ganz genau, dass ich Spiegel entworfen habe. Er zeigt oft darauf. Design ist im Grunde wie das Sehen mit anderen Augen. Wer Objekte das erste Mal wahrnimmt, wie mein Sohn, der hinterfragt: Warum sieht etwas so aus? Ein Kind weiss nicht, warum es nachts dunkel wird. Kinder helfen uns, über Alltägliches neu nachzudenken.

Entwerfen Sie deswegen auch immer wieder Alltagsgegenstände?

Vielleicht. Jedenfalls kann man im Alltäglichen wunderbare Details erkennen. Ich habe mal für Audi eine Ladesäule für Elektroautos entwickelt. Die Aufgabe bestand darin, eine Ladestation für die Stadt Amsterdam zu entwerfen. Wir analysierten, welche Materialien Amsterdam interessant macht. Die Gebäude dort sind ja tief in den Sand hinein gebaut, was ihre Stabilität gewährleistet. Umgeben sind sie von Wasser, das überall ist, und die Stadt in sich selbst zurückspiegelt. Ich nutzte die Kraft dieser Materialien. Die Basis besteht aus 3D-gedrucktem Sand. Darauf habe ich die Leuchtkraft des Himmels für den oberen Teil gesetzt. Dieser transparente Teil sollte wie das Wasser der Grachten das Licht der Stadt reflektieren. In diesem laminierten Glas befinden sich Solarpaneele

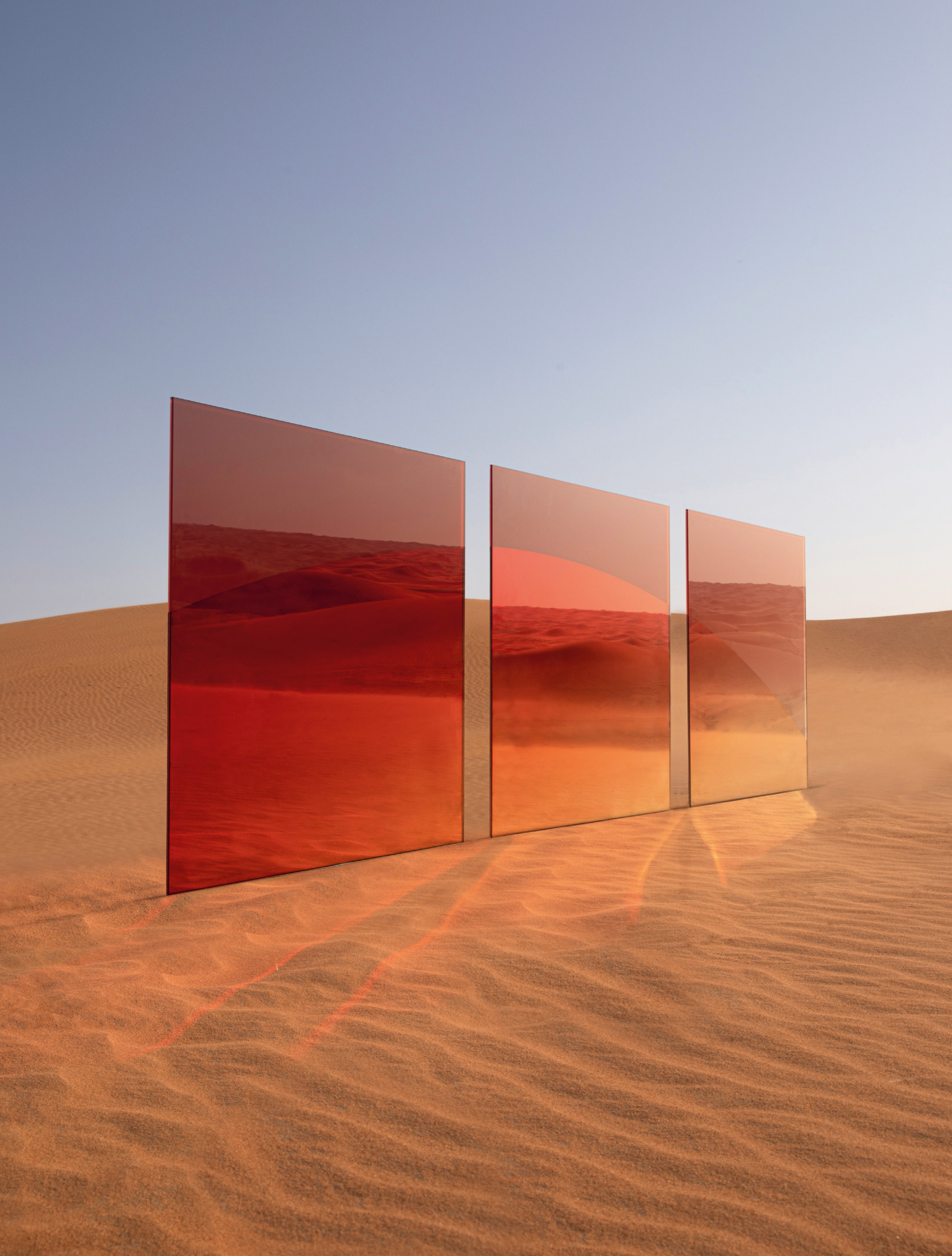
… die leider immer gleich hässlich aussehen.

Genau. Sie sind immer ein Kompromiss. Also habe ich mit einem Glashersteller daran gearbeitet, diese Solarzellen unsichtbar zu machen. Das Glas lässt immer noch genügend Sonnenstrahlen durch. Letztes Jahr habe ich in Ägypten eine grosse Sonnenuhr aus Glas mit der gleichen Art Solarzellen gebaut. Die Uhr lädt sich tagsüber auf, so dass sie sich mit dem gespeicherten Sonnenlicht nachts selbst erleuchten kann. Die Technologie ermöglicht es, dass beleuchtete Objekte im Freien völlig autark sind und sich selbst mit Energie versorgen können.

Hinterfragen ihre Auftraggeber noch Ihre Entwürfe? Oder haben die bereits zu viel Respekt vor Ihnen?

Definitiv eine Falle, in die man tappen kann. Viele Auftraggeber erwarten nichts Neues, sondern vor allem etwas Ähnliches, wenn sie mich ansprechen. Ich fordere diese Erwartungshaltung gerne heraus.

Seiten 21-24 Renault Twingo, 2023, Sabine Marcelis, Fotos von Carl Kleiner
Seite 25 Fendi Fountains, 2018, Sabine Marcelis, Fotos von Carl Kleiner
Seite 26 Motor Block Sculpture for Mille Miglia, 2023, Sabine Marcelis, Fotos von Mathijs Labadie
Seite 27 No Fear of Glass, 2019, Sabine Marcelis, Fotos von Pim Top
Seite 28 Mirage Triptych, 2021, Sabine Marcelis, Fotos von Rami Mansour
Seite 29 Salle Privée, House No. 8, 2017, Sabine Marcelis, Fotos von Delfino Sisto Legnani



Mechanische Musik zwischen den Ohren

Adam Levine, der sich die Seele aus dem Leib singende, markante Countertenor, hat eine Menge Musik zwischen den Ohren. Der Leadsänger der Band Maroon 5 und 16-malige Juror der Hit-TV-Show The Voice hat bei seinen Fans einen Ohrwurm nach dem anderen gelandet und ansteckende Chart-Hits produziert, die bereits zigmillarden Mal gestreamt wurden – Tendenz steigend. Trotz seines enormen kommerziellen Erfolges legt er eine unbändige Persönlichkeit an den Tag und bleibt sich unverfälscht treu.

Es nimmt nicht wunder, dass Levine eine Vorliebe für Maschinen hegt, die ihrerseits eine einzigartige mechanische Klangwelt entfalten. Als leidenschaftlicher Sammler mit einer Vorliebe für sowohl klassische als auch moderne Autos hat Levines Liebe zu Verbrennungsmotoren eine eklektische und vielfältige Sammlung von Autos mit aussergewöhnlicher Präsenz inspiriert.

Einer seiner Favoriten, der dem Strassenbild von Los Angeles gerecht wird, ist ein zeitloser Klassiker: der Porsche 356 Speedster von 1956. Der Speedster, der von Ikonen wie James Dean und Steve McQueen favorisiert wurde, strahlt schlichten, eleganten Sexappeal aus. Levine gibt zu verstehen, dass seine Wertschätzung für das Modell mehr als nur oberflächlich ist. «Meine Liebe zu Porsche wurde wahrscheinlich durch meinen Onkel geweckt, der ständig mit unterschiedlichen Porsches unterwegs war», erinnert er sich. «Und es war immer dieses exotische, unfassbare Teil. Der 58er Speedster … ist bis heute das schönste Auto, das ich je in meinem Leben gesehen habe. Das Gefühl, das man hat, wenn man ihn fährt, ist als ob man auf einer Wolke schweben würde. Unersetzlich für mich.» Levine nutzte den Speedster als Referenzpunkt, als er den Mission E in einem Werbevideo von Porsche fuhr. «Das Problem mit Elektroautos», sagte er, «ist, dass sie einfach keine Seele und kein schlagendes Herz haben. Dieses Auto aber hat eine Seele, was ich erstaunlich finde. Es verbindet dich mit der Strasse und mit dem Fahren.»

Ebenfalls eindrucksvoll, wenn auch vielleicht etwas weniger emotional, ist sein 1966er Ford Mustang GT Cabriolet, ein typisch amerikanisches Pony Car, mit einem untrüglichen Hauch von Street Coolness. Auch an der heimischen Front setzt Levine auf die Kombination aus klassischem Stil und modernem Komfort mit einem 1969er Ford Bronco von Vintage Broncos, einem Umbau, der Old School-Look mit moderner V8-Leistung verbindet.

Ferrari hat seit langem einen festen Platz im Herzen des Sängers, obwohl die Marke in eine Transaktion verwickelt war, die zu einem umstrittenen Streitfall führte: Um einen scheinbar extrem seltenen Maserati Ghibli 4,9 Liter SS Spyder im Wert von weit über 1 Million Dollar zu erwerben, tauschte Levine seinen geliebten Ferrari 365 GTC von 1968 und seinen Ferrari 365 GTC/4 von 1972 plus 100.000 Dollar in bar gegen den vom Aussterben bedrohten Italiener. Der anschliessende Rechtsstreit stellte die Echtheit des Maserati in Frage und war ein Stolperstein auf dem ansonsten bestens gepflasterten Weg des Sängers zum automobilen Glück.

Wie jeder Sammler, der seinem Inventar gelegentlich frische Impulse gibt, ist auch Levine nicht von Deals verschont geblieben, die ihm im Nachhinein doch nicht in den Kram

IM PORTRAIT: ADAM LEVINE

Text: Basem Wasef

passten. Der Sänger nannte beispielsweise seinen Porsche 911 von Singer Vehicle Design aus dem Jahr 1990 als ein Geschäft, auf das er später mit Zweifel zurückblickte. Der neuinszenierte Porsche, der auch als Sundown Commission bekannt ist, besticht durch seine Horizon Blue Metallic-Lackierung, eine massgeschneiderte Innenausstattung aus kastanienbraunem geflochtenem Wildleder und einen sonoren 4-Liter-Motor, der von Ed Pink Racing Engines handgefertigt wurde. Der aussergewöhnliche 911 wechselte 2021 für 905.964 US-Dollar den Besitzer. Ein weiteres Beispiel für einen, der ihm durch die Finger gegangen ist, ist ein 1955er Mercedes-Benz 300SL Gullwing mit übereinstimmenden Nummern, der 2019 bei Sotheby's für 1,155 Millionen US-Dollar verkauft wurde. Zu den zeitgenössischeren Beispielen von ehemaligem Levine-Blech zählt sein ehemaliger Ferrari TDF. Die im Rahmen des Tailor Made Programms von Ferrari New York gebaute V12-Frontmotor Rennstreckenrakete ist mit einer speziellen Rosso Adam Lackierung von PPG versehen, inklusive Echtheitszertifikat unter der Motorhaube. Levine sagte einmal in einem Video über den 780 PS starken Ferrari, er sei «... das furchterregendste Auto, das ich je gefahren bin. Durchgeknallte Typen wie ich sollten ihn besser nicht auf der Strasse fahren dürfen». Neben dem Maroon 5 Frontmann war auch sein Kollege Sammy Hagar dabei, der ein Lied davon singen kann, wie es ist, sich nicht an das Tempolimit halten zu können.

Was das Sammeln angeht, so geht Levines Leidenschaft über Autos hinaus: Er ist auch ein bekennender Sneakerhead und hat zusammen mit Behati Prinsloo, der Mutter seiner drei Kinder und Ehefrau seit 2014, einen beachtlichen Hort an sportlichen Schuhen angehäuft. Eine weitere gefühlsmässig kostbare Sammlung sind seine begehrten Rolex Uhren, zu denen auch eine massgefertigte Artisans De Genève Daytona zählt, die mit goldenen Beschlägen und einem skelettierten Uhrwerk aufwartet, das durch eine neonfarbene Lünette, Rotor, Zeiger und ein Zifferblatt Akzente setzt. Zu seiner seltenen Auswahl an Rolex Uhren gehört auch eine Rainbow Daytona, die mit einer Reihe von bunten Diamanten besetzt ist. In seinem fast vollständig von Rolex dominierten Uhrenschrank gibt es eine beeindruckende Ausnahme: eine Patek Philippe Perpetual Calendar Chronograph Ref. 5970 P, die in Schwarz und Silber gehalten ist.

So sehr klassisch beseelte Karossen seine Garage prägen, schätzt der Popstar auch moderne Autos, die darum flehen, genutzt, gefahren und genossen zu werden – was angesichts der Tatsache, dass mehr Zeit in Südkalifornien verbracht wird als im Loft in SoHo Manhattan, durchaus nachvollziehbar ist. Sein Porsche 911 Turbo S der Baureihe 991 zum Beispiel ist ein zuverlässiger Hochgeschwindigkeitstourer, mit dem er mühelos pendeln kann zwischen seinem historischen Anwesen «El Miraval» in Montecito, Kalifornien, das ihm 22,7 Millionen Dollar wert war, und seinem Anwesen in Pacific Palisades, das ihm die Schauspielerin Jennifer Garner für 32 Millionen Dollar überlassen hat.

Den ultimativen Wohlfühlfaktor bieten ihm sein Rolls-Royce Dawn Black Badge und der Mercedes-Benz S550, der seiner fünfköpfigen Familie reichlich Luxus bietet. Wenn er sich nach einem Hauch von kalifornischer Retro-Coolness sehnt, steigt er in seinen Hennessey VelociRaptor 500. Der aufwendig modifizierte, offene Ford Bronco kommt hoch auf Offroadreifen daher und wird von einem aufgerüsteten, 500 PS starken V6-Turbomotor angetrieben.

Mit der kaleidoskopischen Auswahl an Klassikern, Restomods, Supercars und Offroadern, die ihm zur Verfügung stehen, bewahrt Adam Levine einen selbstbewussten, aber ruhigen Kopf, wenn es um seinen aussergewöhnlichen Erfolg und den Luxus geht, den er sich geleistet hat. «Ich denke schon, dass ich das, was ich habe, verdient habe», sagt er. «Aber ich erachte es nicht als selbstverständlich. Da liegt ein grosser Unterschied.»

BEYOND IMAGINATION.
SINCE 1873.
BÜRGENSTOCK
Resort · Lake Lucerne
Legendary moments create unforgettable memories. Become part of our history.
burgenstockresort.com

THE ART OF GEMSETTING

FOTOGRAFIE: GERAY MENA
SET DESIGN: POISED STUDIO
POST PRODUCTION: ARENA RETOUCH

CHOPARD

CARL F. BUCHERER
LUCERNE 1888

HERMÈS
PARIS

SE-03
2ATM
BIVER
JCB001A
JCB
made
rubis
es rentrants
MADE
Au750

SEITE 35

CHOPARD

ALPINE EAGLE 41

SEITE 37

CARL F. BUCHERER

MANERO TOURBILLON
DOUBLE PERIPHERAL
REBELLION

SEITE 39

HERMÈS

SLIM D'HERMÈS
SOURCE DE PÉGASE

SEITE 41

BIVER

CARILLON TOURBILLON
UNIQUE PIECE FOR BUCHERER 1888

Bei Bucherer erwartet Sie eine handverlesene Auswahl exklusiver Zeitmesser, präsentiert in speziell gewidmeten Masterworks Flächen. Erleben Sie eine Welt wahrer Meisterwerke der Uhrmacherkunst in einzigartigem Ambiente.

Care beyond automotive assets.
CC
FO
Car Collector's Family Office
A BRAND OF B.I. COLLECTION
BASEL GSTAAD ST. GALLEN ZURICH

FOTOGRAFIE & CGI: ROBIN GUITTAT + ROMAN EREMCHENKO

THE CURA

TED ONES

countach

Exklusive Einblicke, ausführliche Hintergründe. Eine Serie über die aussergewöhnlichsten Car Collections der Welt. Folge 2: Vilhelm German

Sie besitzen eine aussergewöhnliche Supersportwagen-Sammlung. Was war der Auslöser für Ihre Leidenschaft – und wie entscheiden Sie heute, welche Fahrzeuge in Ihre Sammlung aufgenommen werden?

Jede Sammlung beginnt mit einem Traum, vielleicht auch nur mit einem zunächst ganz kleinen Traum. Für mich hat die Geschichte begonnen, wie wohl bei vielen: Als kleiner Junge hing bei mir ein Poster eines F40 an der Wand gleich hinter meinem Bett. Ich war fünf Jahre alt, als der F40 auf den Markt kam. Und ich habe mich, nachdem das Poster da hing, stundenlang, tagelang, jahrelang mit diesem Auto beschäftigt. Als ich 10 Jahre alt war, kam ein weiteres Poster dazu: der F50. Und so ging es weiter. Irgendwann kam der Enzo auf den Markt, da war ich schon ein Teenager. Als dann auch dieser Wagen an meiner Wand hing, hatte ich bereits die Vision, irgendwann Ferraris Magnificent Five in meiner zukünftigen Garage zu haben. Über die Jahre kamen dann viele weitere Autos auf meine Liste. Immer ganz persönliche Lieblingsautos, die ich zum Beispiel aus Filmen kannte, aus ganz verschiedenen Jahrzehnten.

Sie besitzen einen Monza SP2 und einen Lamborghini Countach – das sind selbst in grossen Sammlungen besondere Fahrzeuge. Was hat Ihr Interesse an genau diesen Modellen geweckt?

Der Monza SP2 repräsentiert für mich die pure Freiheit von Ferrari. Die einzigartige Kombination aus Schwarz und Rot verdeutlicht diese Freiheit – und die Tiefe der Marke. Und wenn wir über den Countach reden: Da geht es einfach um pure Emotionen. Ein echter Bolide für echte Ausfahrten. Diese Attitüde des Modells, unvergleichlich.

Die Wahl zwischen den ikonischen Marken Lamborghini und Ferrari – zwischen Stier und Cavallino Rampante – spiegelt oft auch persönliche Werte oder einen bestimmten Sinn für Ästhetik seiner Besitzer wider. Spielt diese historische Rivalität, spielen diese Gegenpole eine Rolle für Sie?

Ich liebe beide. Bei Ferrari geht es mir immer um meinen Kindheitstraum. Der SP2 erfüllt diesen Traum komplett – diese absolut klassische Rennwagenform mit dem aggressiven V12 Motor im Inneren. Der Countach hingegen hat diese cineastisch-ikonische Seite, weil er in so vielen Filmen und Serien zu sehen war. Ein Fahrzeug, das gleichermassen für Passion und Liebe seht. Aber um ihn zu fahren, muss man in der richtigen Stimmung sein.

Gibt es noch ein Traumauto, das Sie in Zukunft unbedingt in Ihre Sammlung aufnehmen möchten?

Traumauto würde ich nicht unbedingt sagen. Meine ganz grossen Traumautos stehen bereits in meiner Garage – und werden täglich gefahren. Aber ich werde bald einen Ferrari 250 GTO erwerben und in meine Garage stellen. Ich habe das Gefühl, dass gerade genau die richtige Zeit dafür ist.

Sie gehören zu einer Generation, für die die digitale Welt der Alltag ist. Das Sammeln von seltenen Wertgegenständen hingegen lässt sich mindestens bis ins 16. Jahrhundert zurückverfolgen, als Adlige begannen, «Wunderkammern» für ihre Sammlerstücke zu bauen. Passt Sammeln zu einem Digital Native?

Auch wenn ich sehr nah am Digitalen und an der Technologie bin, bin ich bei vielen Dingen auch definitiv old school. Der Auslöser für das Sammeln ist ein tiefes, inneres Gefühl. Ich jage keinen Autos hinterher – sie kommen einfach in mein Leben. Jedes Auto hat eine Geschichte und eine bestimmte Zeit in deinem Leben.

Welche Ratschläge würden Sie anderen jungen Autoliebhabern geben, die ihre eigene Sammlung aufbauen wollen?

Der erste und wichtigste Ratschlag ist sehr einfach: Beginne beim Sammeln mit etwas, was du wirklich liebst. Zweitens: Setze dich mit den Fahrzeugen auseinander und überlege, ob dir ein Modell wirklich wichtig ist. Arbeite dich in die Hintergründe ein, eigne dir Wissen an. Wenn nach diesen Schritten immer noch die Leidenschaft da ist, ist man automatisch schon auf dem richtigen Weg. Ich bin davon überzeugt: Man sammelt niemals bloss, um eine Sammlung zu haben.

Das Sammeln von Supersportwagen ist einerseits eine Leidenschaft – andererseits auch eine Investition. Wie bringen Sie den emotionalen Wert Ihrer Sammlung mit den finanziellen Aspekten in Einklang? Gibt es Überlegungen, die Sie anstellen, wenn Sie ein neues Stück für Ihre Sammlung erwerben?

Bei der Idee, Autos zu besitzen, die ich wirklich liebe, ging es mir eigentlich nie um die Tatsache, dass sie im Wert steigen. Welches Auto auch immer in meiner Sammlung ist: Ich weiss alles über die Modelle. Ich kenne die Entstehungsgeschichte, ich kenne die technischen Daten, ich habe mich wirklich tief in die Fahrzeuge eingearbeitet. Bei mir wächst dann die Freude über die Tatsache, dass man die Möglichkeit hat, diesen historischen Dingen nahe zu sein. Darum geht es mir noch mehr als um die eigentlichen Werte. Und ich bin überzeugt: Ein Auto muss gefahren werden. Ich finde es traurig, wenn diese Zeitzeugen nur in Tiefgaragen eingeschlossen werden und nie das Tageslicht erblicken. Die Kids sollen aber einen Miura SV oder einen Ferrari F50 auf der Strasse sehen können.

countach

Ferrari

FOTOGRAF: CORENTIN LEROUX
STYLIST: ANDREJ SKOK
HAIR STYLIST: ANDREA IDINI
MAKE UP ARTIST: MAËLYS JALLALI
CASTING DIRECTOR: IKKI CASTING
MODEL: GAO JIE AT PREMIUM MODELS
PRODUCTION: PRODUCING LOVE

FIKTION

KLEID: AMCA OVAL
HANDTASCHE: SERENA

DIESE SEITE

MANTEL: YVES SALOMON
KLEID: YVES SALOMON
HANDTASCHE: TADFAB

RECHTE SEITE

JACKE: MINUIT
TOP: MATERIEL
ROCK: MATERIEL
SONNENBRILLE: MATERIEL
HANDTASCHE: SERENA

MANTEL: DAWEI
KLEID: MINUIT
HANDTASCHE: TADFAB

VORHERIGE SEITE

TOP: MATERIEL
HOSE: MATERIEL
HANDTASCHE: VICTORIA / TOMAS

LINKE SEITE

KLEID: MATERIEL
HUT: ANTHONY PETO
STRÜMPFE: STYLISTS OWN

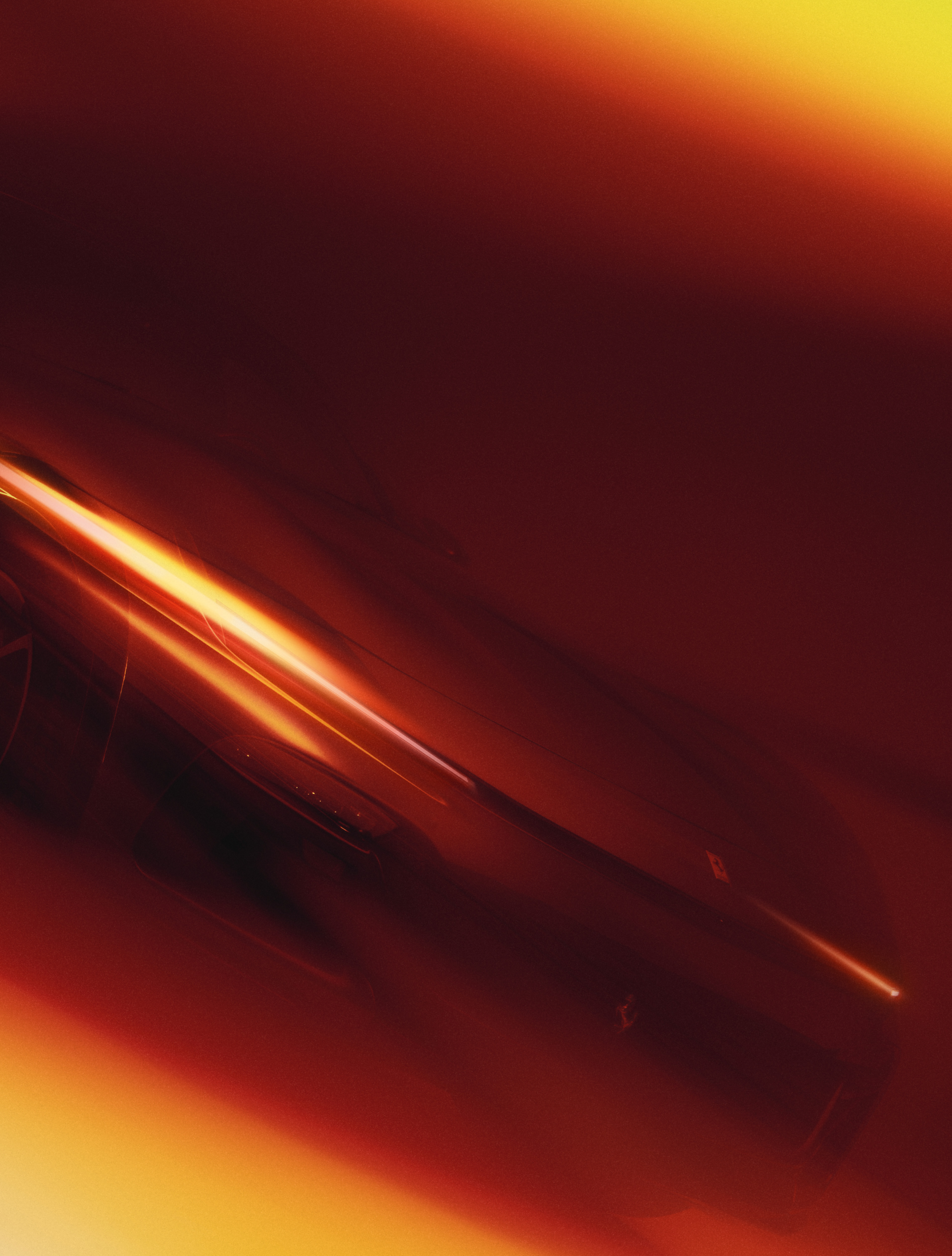
RECHTE SEITE

JACKE: MATERIEL
HOSE: MATERIEL
SCHUHE: RÊVE DE FLO
SONNENBRILLE: MATERIEL
HANDTASCHE: LEMON JELLY

PUROS

FOTOGRAF: QIU YANG
LICHT: LIGHTHAWK
PRODUCTION: STUDIO QIU YANG
POST PRODUCTION: DUDUDU DAAAA

ANGUE



Ferrari

SET THE SCENE

ARTWORKS: TORBJØRN RØDLAND
INTERVIEW: BRIT BARTON

ALL IMAGES
COURTESY THE ARTIST AND
GALERIE EVA PRESENHUBER, ZURICH / VIENNA
© THE ARTIST

Linke Seite

TORBJØRN RØDLAND
Twisted Chair, 2022
Chromogener Druck auf Kodak Endura Papier
80 × 105 cm

Rechte Seite

TORBJØRN RØDLAND
Hood Ornament, 2019
Chromogener Druck auf Kodak Endura Papier
60 × 76 cm

Brit Barton: Deine Beschäftigung mit dem Einzelbild begann, nachdem du schon erwachsen warst und du bis dahin politische Karikaturen gezeichnet hattest. Wie gestaltete sich dieser Einstiegsprozess für dich und wie verlief der Übergang zur Fotografie?

Torbjørn Rødland: Es fing damit an, dass ich gefragt wurde, ob ich in den Kindergarten gehen wolle, und ich sagte nein, nicht wirklich. Ich war einfach nur fasziniert vom Zeichnen und davon, nonstop Bilder zu machen. Meine ganze Kindheit über habe ich nur gezeichnet. Es ging weniger darum, die Resultate aufzuheben, sondern einfach darum, ein Bild machen.

Mit sechs Jahren begann ich, Politiker aus dem Fernsehen zu zeichnen. Ich wusste damals schon, dass ich Karikaturist werden wollte. Und mit sechzehn fing ich an, für die zweitgrösste Zeitung in meiner Heimatstadt Stavanger, Norwegen, zu arbeiten. Mein Vater war Amateurfotograf, weshalb ich Zugang zu einer Kamera hatte, aber ich war zuerst nicht besonders ambitioniert im Umgang damit. In meinen späten Teenagerjahren wurden die Zeichnungen subtiler und weniger direkt, und schliesslich weniger tauglich für die Zeitung. Im Studium wurde ich vertrauter mit zeitgenössischer Kunst und mit dem, was sie sein kann: Mein Schwerpunkt verlagerte sich von der Zeichnung auf die Fotografie, aber meine Leidenschaft für das Zeichnen scheint bestimmte Qualitäten und Vorlieben in meinem Umgang mit dem Medium bestimmt zu haben.

Du lebst nun schon seit vierzehn Jahren in Los Angeles. Es gibt das Klischee, das mit der Fotografie in Bezug auf das Kino und dessen Einfluss einhergeht. In deiner Arbeit scheint es jedoch unausweichlich zu sein. Wie hat L.A. deine Arbeit beeinflusst, wenn man bedenkt, dass du früher mit Schauspielern und Komparsen gearbeitet hast und auch die Landschaft mit einbezogen hast?

Als ich nach Los Angeles zog, verlor ich das Interesse daran, längere Filme zu machen. Ich dachte erst, das wäre der nächste Schritt gewesen, aber dann verlor ich die Motivation. Was die Art und Weise betrifft, wie ich fotografiert habe – es gab eine Menge Leute, die offen waren, zu kollaborieren und sich an jeder Fiktion zu beteiligen, die jemand anderes realisieren wollte. Viele der Menschen, mit denen es dazu kommt, dass wir zusammenarbeiten, hatten vorher «normale» Jobs und wollen sich im Ruhestand als Statisten in Film und Fernsehen auf Trab halten und aktiv bleiben. Einige meiner Fotos sind aus dem Stadtbild Los Angeles' heraus entstanden, aber eigentlich sind es nur ein paar.

Oft bin ich neugierig darauf, ein Bild oder eine Zeichnung nachzubilden, die ich anderswo aufgeschnappt habe. Aber die Arbeit entspringt nicht dem äusseren Umfeld, an dem sie entstanden ist, sondern eher einer inneren Welt. Natürlich kann alles Mögliche einen Ort kennzeichnen – wie ein Türgriff oder eine Steckdose – und auf eine bestimmte Geografie oder Kultur hinweisen. Mit dem Fotografieren von Menschen, die aus den Massenmedien bekannt sind, begann ich bereits 1998 in Norwegen. Kurz gesagt, meine Vorstellung vom Fotografieren war bereits ziemlich weit entwickelt, als ich 2010 nach Los Angeles zog. Es macht Sinn: Die Bilder, die ich als Kind aus Zeitschriften ausgeschnitten und in ein Sammelalbum geklebt habe, stammten meist aus Los Angeles und hatten mit Fernsehserien, Musikern und Filmen zu tun. Schon als Kind waren die Bilder, die die Stadt hervorgebracht hat, Teil meiner Faszination für die Fotografie.

Ich glaube nicht, dass man einen grossen Unterschied zwischen den Fotos, die ich in Los Angeles, Berlin oder Norwegen gemacht habe, feststellen kann. Es ist nicht so, dass die japanischen Einflüsse nur in Japan auftauchen, sie tauchen auch anderswo auf. Es kann zu einer zeitlichen Verschiebung kommen; ich tauche in eine bestimmte visuelle Kultur ein und gehe dann an einen anderen Ort und erkenne dann, was ich gelernt habe oder was möglich ist. Die Vorstellung, dass Los Angeles mich verändert und befreit hat, ist zwar verführerisch, aber ich glaube nicht, dass viel dran ist.

Wenn ich über Bildkomposition nachdenke, steckt für mich eine Art Jäger-oder-Sammler-Philosophie dahinter. Das bekannte Schema besagt, dass man entweder auf der Jagd nach einem Bild ist, oder man sammelt Motive und komponiert ein Bild im Atelier. Ich weiss nicht, wo du stehst, angesichts einiger surrealistischer Momente in deinen Fotos.

Überraschend, dass du denkst, Sammeln findet nur im Atelier statt. Ich könnte mir vorstellen, dass das Jagen und Sammeln eher in der Welt da draussen stattfindet und das Atelier eher mit der Landwirtschaft vergleichbar ist – wenn wir die Analogie weiterführen würden. Es ist das Ende der Zeit der Jäger und Sammler. Doch Landwirtschaft klingt zu kontrolliert und geplant. Ich versuche, die Schönheit und die Freiheit des Jagens und Sammelns zu bewahren, während ich trotzdem hauptsächlich wie ein Landwirt arbeite. Ich will Fotos machen, die die Energie und Poesie des spontanen Moments der Reportagefotografie des 20. Jahrhunderts verkörpern. Dabei weigere ich mich, mich mit dem zufrieden zu geben, was zufällig um mich und die Kamera herum passiert. Ich könnte genauso gut das, was ich vor mir habe, verändern, es in Gang setzen und dann in eine Realität eintreten, die dem Filmemachen ähnelt, aber noch viel improvisierter und letztendlich unproduktiv ist. Es gibt nur mich und ein Stativ, keine Assistenten.

Typischerweise gebe ich die Szene vor – das heisst, ich habe einen Ort im Auge und lade jemanden ein, dorthin zu kommen und etwas Bestimmtes oder auch Unbestimmtes umzusetzen. Ich experimentiere mit dem, was mir vorschwebt, und dann entwickelt sich das Ganze sehr bald zu einer Improvisation. Und selbst wenn es einigermassen funktioniert, will man noch andere Optionen ausprobieren. Es wird zu einem Dialog, bei dem es hin und her geht, so wie bei jeder anderen künstlerischen Praxis, bei der das Ergebnis offen ist. Man muss einfach sehen, was passiert.

Es fühlt sich nicht wirklich wie Jagen oder Sammeln an. Das, was ich sammle, ist nicht die fertige Sache,

sondern eher die Bestandteile, etwa eine Person, ein Objekt, ein Ort, und dann geht es eher darum, diese Kombination zum Leben zu erwecken. Der Ausgangspunkt ist derselbe wie bei jedem Fotografen: Man sieht etwas in der Welt, das einem interessant vorkommt. Es gibt keine ethische Vorgabe, die besagt, dass man die Dinge in der Welt nicht bewegen darf, um ein Foto zu gestalten, nach dem man sich sehnt. Es geht nicht darum, eine wahrheitsgetreue Geschichte zu erzählen wie bei einem Dokumentarfilm. Die Wahrheit ist eher metaphorisch, vergleichbar mit einer Konstellation, der qua ihrer Symbolik eine gewisse Wahrheit anhängt. Jeder, der es sieht, kann einen eigenen Weg in das Bild finden. Darin liegt für mich die Wahrhaftigkeit einer Fotografie.

In mancher Hinsicht erscheint mir deine Arbeit zutiefst minimalistisch, und du neigst nicht zu aufwendig inszenierten Bildern. Was beschäftigt dich, wenn du im Studio ein Bild bearbeitest, ein Layout für ein Buch erstellst oder bei einer Ausstellung Entscheidungen triffst, wie du dich dem Publikum präsentierst?

Wenn es darum geht, Fotos zusammenzutragen, wie man an eine Publikation oder einen Ausstellungsraum herangeht, dann sind all diese Arten der Aufbereitung zentral für die Arbeit. Natürlich gibt es viele Unterschiede zwischen einem Buch und einem Raum, aber ich denke, ein Buch kann viel mehr verschiedene Motive oder Themen und Ansätze enthalten. In einem Raum kann man sich umschauen und so ziemlich alles mit ein paar Blicken erfassen – zumindest in meinen Ausstellungen, für die ich grössere Abzüge mache, die man auch aus der Entfernung erkennen kann. In einem Buch bekommt man immer nur ein paar Fotos zu sehen, und die folgenden Seiten können Überraschungen bergen: Ich kann die Betrachter mit weniger kohärentem Material konfrontieren. Darin steckt auf jeden Fall eine Menge Nachbearbeitung. Wie gehst du solche Dinge an?

Für mich ist ein Fotograf einfach ein Dichter, der sozusagen nur ein Bildredakteur ist. Es ist eine Art unausweichliche Selbstselektion, die unweigerlich zur Gesamtheit der Praxis wird. Würdest du dem zustimmen?

Der Vergleich leuchtet mir ein, aber er hat seine Grenzen. Bei einem Gedicht kann man ein Wort ändern oder es von einer Zeile zur nächsten verschieben, aber bei der analogen Fotografie ist das ganze Format in einem Moment festgelegt. Aber ich sehe die Ähnlichkeiten; man kann das erste Wort sehen und lesen und sich gleichzeitig auf das letzte Wort beziehen, wie bei einem Foto, bei dem man die Ecken, aber auch das, was in der Mitte ist, betrachtet und dabei nie die Gesamtheit des Bildes aus den Augen verliert.

Gibt es für dich wiederkehrende Motive oder inhaltliche Elemente?

Als ich anfing, war ich mein eigenes Modell im Wald und ich dachte, dass ich das für immer tun würde. Diese Idee eines Lebensprojekts war zum Teil von Cindy Sherman inspiriert. Ich sah, wie sie dieselbe Serie fortsetzte und wie schön das war, aber dann war es einfach zu Ende, und jedes Mal, wenn das passierte, tat sich etwas anderes auf. Wenn ich neugierig auf etwas Neues bin, frage ich mich: Was könnte es bedeuten, und wie würde es sich auswirken, wenn ich versuche, diese Form oder jenes Motiv aufzugreifen – etwas, das mir noch nicht auf einem Foto begegnet ist, aber vielleicht in anderen Medien, wie einem Cartoon oder einem Gemälde oder einer alten Illustration.

Spannend ist, dass es nie so viele Fotos gibt, die man versuchen könnte, zu realisieren; es ist immer nur eine Handvoll, und wenn ich sie nicht schon einmal gemacht hätte, würde ich sie wahrscheinlich jetzt machen wollen. Aber sind sie einmal realisiert – dann denke ich nicht mehr viel über sie nach und werde auf etwas anderes neugierig. Ich kann mich also glücklich schätzen, denn es könnte ja sein, dass sich der Vorrat an möglichen Bildern dem Ende zuneigt und es dann nichts mehr zu tun gibt.

Wenn es beispielsweise um die künstliche Intelligenz und KI-generierte Bilder im Zusammenhang mit deiner Arbeit geht: Denkst du, dass sich in der zeitgenössischen Fotografie und der Zukunft der Bildgestaltung ein Unbehagen breit macht, weil dir möglicherweise die Bilder ausgehen, oder du Angst vor der Technologie hast?

Das ist eine komplizierte Frage. Was ich in diesem Medium versucht habe, ist, ein gewisses vertrautes Bild in die Wirklichkeit umzusetzen, das ich vorher noch nie als Foto gesehen habe. Vielleicht habe ich es, sagen wir, bloss als Fantasy-Illustration wahrgenommen. Sprich, ich habe immer versucht auf etwas hinzuarbeiten, was recht schwer umzusetzen ist, weil wir hier über Sujets oder Konstellationen sprechen, die sich niemals unprovoziert, uninszeniert vor der Kamera zeigen werden. Ich habe mich immer auf innere Welten und das Imaginäre konzentriert und bin gleichzeitig ganz im Alltag und in der Wahrnehmung verankert.

Ich sehne mich nach etwas Heiligem, das aus etwas Profanem hervorgeht, oder nach etwas Alltäglichem, das sich zu etwas Wunderbarem hin öffnet. Wenn Computer jede beliebige Form oder Formkonstellation erzeugen und sie in Sekundenschnelle wie ein Foto aussehen lassen können, schätze ich diese Alltäglichkeit – diese indexikalische Nähe zum Realen – umso mehr.

Eines deiner bekanntesten Bilder ist für mich das Bild dieser jungen, auffälligen Frau, die in einen Mercedes-Stern beisst, der eine Motorhaube ziert. Ich denke immer wieder daran, weil es mich, psychoanalytisch gesprochen, an den aufdringlichen Gedanken erinnert, ein Objekt und

Vorherige Doppelseite

TORBJØRN RØDLAND
Candlestick Pattern no. 2, 2020
Chromogener Druck auf Kodak Endura Papier
80 × 105 cm

Vorherige Seite

TORBJØRN RØDLAND
Stolen Shells, 2022
Chromogener Druck auf Kodak Endura Papier
110 × 140 cm

Linke Seite

TORBJØRN RØDLAND
First Abduction Attempt, 2014–2016
Chromogener Druck auf Kodak Endura Papier
110 × 140 cm

Rechte Seite

TORBJØRN RØDLAND
Crossed Confections, 2015
Chromogener Druck auf Kodak Endura Papier
56.8 × 44.9 cm

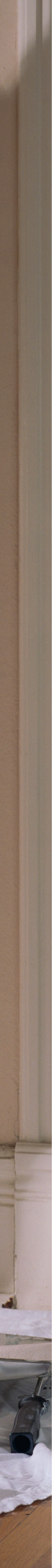
Smeg

seine Darstellung beschädigen oder verzehren zu wollen. Und du hast es so eingefangen, dass wir nicht ganz sicher sind, was sie eigentlich damit bezwecken will.

Wenn wir daran denken, so etwas wie einen aufdringlichen Gedanken zu fotografieren, ist das eine ausgeklügelte Fiktion, aber es könnte tatsächlich passieren. Ich hatte einen nagelneuen Stern gekauft, weil der, der auf dem Auto war, ein bisschen verrostet war. Das Schöne an der Kühlerfigur ist für mich, dass sie die physische Verkörperung einer Logokultur darstellt. Da sie senkrecht von der Fahrzeugfront absteht, kann man besser mit ihr interagieren, wie mit einer Skulptur: Es ist eine Form, die von hinten beleuchtet werden kann. Sie bietet sich zur Interaktion an. Im Vergleich zu meiner Generation scheinen jüngere Künstler weniger skeptisch gegenüber der Darstellung von Marken zu sein. Ich denke, dass das Foto in gewisser Weise auch darauf hinweist. Die Technologien des Autos und der Kamera lassen sich problemlos miteinander verknüpfen. Ist Mercedes deine Lieblingsautomarke?

Die Technologien des Autos und der Kamera lassen sich problemlos miteinander verknüpfen. Ist Mercedes deine Lieblingsautomarke?

Ich hab's nicht so mit Favoriten. Aber ich finde es interessant, sich Autos aus der Zeit vor dem «Auto» anzusehen und sich vorzustellen, wie es war, der Schönheit und dem Einfluss von Wagen aus den 1910er Jahren zu begegnen – aber das funktioniert normalerweise nur in der Fantasie. Im wirklichen Leben passiert das nur selten, und ich glaube nicht, dass nicht, dass die Fotografie eine solche Brücke schlagen kann. Schnell wird es nostalgisch. Zu versuchen, die Neuartigkeit und den Reiz einer früheren Technologie nachzuempfinden, ist oft beeindruckend.



TORBJØRN RØDLAND
Painter Painted, 2018–2020
Chromogener Druck auf Kodak Endura Papier
140 × 100 cm

The Collective

Ausstellungen
Agenda 2024

When We See Us: 100 Jahre panafrikanische figurative Malerei

25. Mai – 27. Oktober 2024, Basel

Zéh Palito, Que Se Chama Amor, 2022
Acryl auf Leinwand, 162×125 cm,
Courtesy the artist, Simões de Assis and Luce Gallery

Wie haben Künstler:innen des afrikanischen Kontinents und seiner Diaspora den Alltag in den letzten 100 Jahren erlebt und künstlerisch verarbeitet? Um diese Frage zu beantworten, unternahm das Team rund um Koyo Kouoh, Direktorin und leitende Kuratorin des Zeitz MOCAA im südafrikanischen Kapstadt, eine intensive Recherche. Das Resultat ist eine umfassende Schau, die Werke von 156 Künstler:innen vereint: Ein Kaleidoskop, das der afrikanischen figurativen Malerei der letzten 100 Jahre gewidmet ist. Damit ist dem Museum eine bahnbrechende Ausstellung geglückt, die gesehen werden will – und die 2024 den Weg ins Kunstmuseum Basel findet.

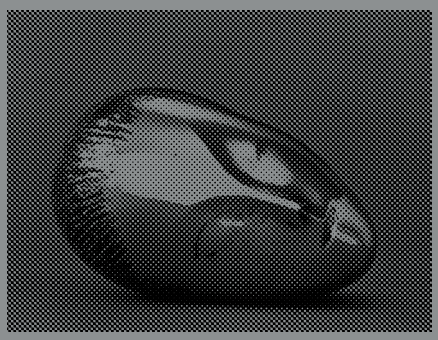
Der Titel der Ausstellung ist inspiriert von der Netflix-Miniserie «When They See Us» (2019) der afroamerikanischen Regisseurin Ava DuVernay, in der thematisiert wird, wie Schwarze Jugendliche von Weissen als potenzielle Verbrecher:innen und damit als Bedrohung gesehen werden. Der Austausch des «They» zu «We» im Ausstellungstitel steht für eine Umkehr der Perspektive: Die ausgestellten Werke rücken die Sichtweise der Künstler:innen ins Zentrum. Die über 200 Kunstwerke werden in fünf Kapitel eingeteilt. Sie tragen die Titel «Alltag», «Freude und Fest», «Gelassenheit», «Sinnlichkeit» sowie «Triumph und Emanzipation».

Mit der facettenreichen Sonderausstellung im Kunstmuseum Basel | Gegenwart möchten wir die figurative Malerei aus Afrika und der afrikanischen Diaspora seit den 1920er Jahren vorstellen. Soundstationen sowie eine stimmungsvolle Szenografie ermöglichen zusätzliche Lesarten. Zudem wird in Kooperation mit Partner:innen ein vielschichtiges Rahmenprogramm angeboten.

Mit Werken von: Michael Armitage (Kenya / UK), Njideka Akunyili Crosby (Nigeria / USA), Ben Enwonwu (Nigeria), Joy Labinjo (UK), Jacob Lawrence (USA), Danielle Mckinney (USA), Sungi Mlengeya (Tansania), Mmapula Mmakgabo Helen Sebidi (Südafrika), Amy Sherald (USA), Cyprien Tokoudagba (Benin) und vielen mehr.

AUSSTELLUNG

Brancusi
27. März – 1. Juli 2024, Paris



Constantin Brancusi, *La muse endormie*, 1910
Gift of Baroness Renée Irana Frachon, 1963
Collection Centre Pompidou © Succession Brancusi – All rights reserved (Adagp)
© Centre Pompidou, MNAM–CCI/Adam Rzepka/Dist. RMN-GP

Die grosse Retrospektive «Brancusi» im Centre Pompidou ist mit mehr als 120 Skulpturen sowie Fotografien, Zeichnungen und Filmen des Künstlers ein aussergewöhnliches Ereignis. Die Ausstellung, die im Rahmen der Überführung des gesamten Ateliers Brancusi im Vorfeld der Renovierungsarbeiten im Centre Pompidou im Jahr 2025 organisiert wurde, ist eine einzigartige Gelegenheit, alle Aspekte des Werks des herausragenden Künstlers zu erkunden, der als Begründer der modernen Skulptur gilt.

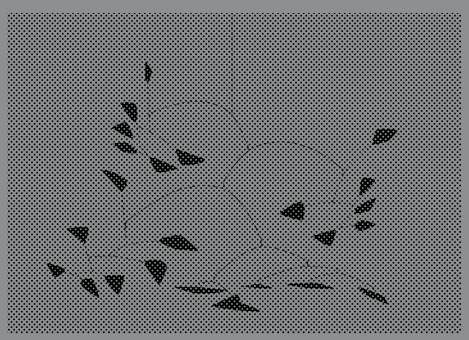
Seine letzte und einzige Ausstellung in Frankreich fand 1995 statt (kuratiert von Margit Rowell im Centre Pompidou). Das Atelier des Künstlers, ein Juwel in der Sammlung des Musée national d'art moderne, seit es 1957 dem französischen Staat vermacht wurde, ist gleichzeitig der Ort, an dem er lebte, arbeitete und über seine Skulpturen nachdachte. Ergänzt durch Leihgaben aus bedeutenden internationalen Sammlungen, bildet es die Grundlage der Ausstellung.

Die Ausstellung vereint eine aussergewöhnliche Sammlung von Skulpturen und spielt mit dem Dialog zwischen den Abgüssen aus dem Atelier Brancusi und den Originalwerken aus Stein oder Bronze, die von zahlreichen privaten Sammlungen und Museen (unter anderem Tate Modern, MoMA, Guggenheim, Philadelphia Museum of Art, Dallas Museum of Art) als Leihgaben zur Verfügung gestellt wurden.

AUSSTELLUNG

Calder. Sculpting Time
5. Mai – 6. Oktober 2024, Lugano

Alexander Calder, *Quatre systèmes rouges*, 1960
Louisiana Museum of Modern Art, Humlebaek, Denmark.
Donation: The New Carlsberg Foundation.
Photo credit: Louisiana Museum of Modern Art / Poul Buchard / Brøndum & Co
© 2024 Calder Foundation, New York / Artists Rights Society (ARS), New York



Mit fokussiertem Blick untersucht die Ausstellung «Calder. Sculpting Time» den tiefgreifenden und transformativen Einfluss von einem der revolutionärsten Künstler des 20. Jahrhunderts auf die Kunst seiner Zeit: Alexander Calder (Lawnton, Pennsylvania, 1898 – New York, 1976) veränderte die Art und Weise, wie wir eine Skulptur wahrnehmen und mit dieser interagieren, indem er mit seinen legendären «Mobiles» – eine von Marcel Duchamp geprägte Bezeichnung, die sich auf die französischen Worte «motion» und «motive» bezieht – die Zeit als vierte Dimension in die Kunst eingeführt hat und mit seinen stabiles – ein erstmals vor Jean Arp für seine unbeweglichen Objekte verwendeter Begriff – Raumstrukturen und Leerräume erkundet.

Die Ausstellung umfasst mehr als 30 Meisterwerke, die von 1930 bis 1960 und damit in Calders innovativster und produktivster Schaffensperiode entstanden sind, von seinen frühen Abstraktionen oder sphériques bis zu einer grossartigen Auswahl mit Mobiles, Stabiles und am Boden stehende Mobiles in unterschiedlichen Grössen.

AUSSTELLUNG

Tracey Rose: Shooting Down Babylon
23. Februar – 11. August 2024, Bern

Tracey Rose, *Lucie's Fur Version 1:1:1 – The Messenger,* 2003
Lambda Druck, 80 × 60 cm, © bei der Künstlerin

Das Kunstmuseum Bern präsentiert die bisher grösste Retrospektive des Werks von Tracey Rose. Die südafrikanische Künstlerin ist seit Mitte der 1990er-Jahre eine radikale Stimme in der internationalen Kunst. Im Zentrum ihrer Arbeiten stehen die Kraft der Performance und der Körper als Ort des Widerstands, der Heilung und des Diskurses.

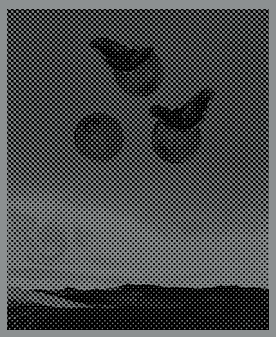
Mit rund hundert Arbeiten zeigt das Kunstmuseum Bern die bisher grösste Retrospektive des Werks der südafrikanischen Performance- und Medienkünstlerin Tracey Rose (*1974). In ihren Arbeiten setzt sie sich mit Themen wie Postkolonialismus, Geschlecht, Sexualität, Rassismus und Apartheid auseinander. Im Zentrum stehen dabei die Kraft der Performancekunst und des Körpers, der für Tracey Rose ein Ort des Protests, der Empörung, des Widerstands, des Diskurses aber auch der Heilung ist. Ihre aufsehenerregende performative Praxis setzt die Künstlerin in verschiedenen Medien wie Video, Skulptur, Fotografie, Installation und Zeichnung um, wobei sie insbesondere zentrale Erfahrungen im Übergang zu einer postkolonialen Welt beleuchtet und kritisch kommentiert.

Ihr thematischer Fokus reicht jedoch weit über die Realität Südafrikas hinaus und bezieht sich generell auf Erfahrungen von rassistischen, politischen oder sexistischen Diskriminierungen. In ihren neueren Werken steht dabei die Frage nach der Heilung von traumatischen Erfahrungen, seien sie persönlicher oder gemeinschaftlicher Natur, im Vordergrund.

Die Ausstellung im Kunstmuseum Bern, kuratiert von Kathleen Bühler, verfolgt Roses Weg vom frühen Interesse an Identitätsfragen hin zur Ästhetik der Gewalt und einer Auseinandersetzung mit Heilungsprozessen und Ritualen. Sie zeigt Arbeiten aus den Jahren 1990 bis 2021.

AUSSTELLUNG

Surrealismus. Le Grand Jeu
12. April – 25. August 2024, Lausanne



Marion Adnams, *Emperor Moths/Thunder On the Left*, 1963
Öl auf Holzplatte, 56 × 45 cm, © RAW Collection

Als erste thematische Ausstellung seit 1987, die das MCBA dem Surrealismus widmet, behandelt dieses zeitübergreifende Projekt die beispiellose Aktualität dieser wichtigen Bewegung der Kunstgeschichte, die trotz ihrer 100 Jahre keinen Tag gealtert zu sein scheint.

Vor hundert Jahren erschien das erste Manifest des Surrealismus, ein programmatischer Text, der eine der bedeutendsten künstlerischen Revolutionen des 20. Jahrhunderts ausgelöst hat. Aus diesem Anlass veranstaltet das Musée cantonal des Beaux-Arts Lausanne 2024 seine erste thematische Ausstellung zum Surrealismus seit 1987 und setzt sich anhand des Spiels mit der beispiellosen Aktualität einer der Hauptbewegungen der Kunstgeschichte auseinander. Die Ausstellung, die mehr als 60 Kunstschaffende der Vergangenheit und Gegenwart vereint, übernimmt ihren Untertitel von einer Zeitschrift, die Ende der 1920er-Jahre von einer Gruppe junger französische Künstler herausgegeben wurde. Diese verstanden sich als Dissidenten des Surrealismus und weigerten sich hartnäckig, der Bewegung von André Breton beizutreten. Dieser Konflikt ist kennzeichnend für eine Kunstrichtung, die sich aufgrund von Leidenschaften, Reibereien und Freundschaften immer wieder spaltete und neu bildete, wobei jeder bald Anhänger bald, Rebell war.

AUSSTELLUNG

Watch! Watch! Watch! Henri Cartier-Bresson
15. Juni – 22. September 2024, Hamburg

Henri Cartier-Bresson, *Die Berliner Mauer, im Westen*, 1962
© 2023 Fondation Henri Cartier-Bresson / Magnum Photos

Henri Cartier-Bresson zählt zu den berühmtesten Fotograf:innen des 20. Jahrhunderts. Als Fotojournalist, Kunstfotograf und Porträtist schuf er zeitlose Kompositionen und prägte damit den Stil nachfolgender Generationen von Fotograf:innen. Mit seinem Gespür für den «entscheidenden Augenblick» erfasste er spontane Begegnungen und Situationen und wurde damit einer der wichtigsten Vertreter der Street Photography, dessen Arbeiten zu Ikonen wurden.

Das Bucerius Kunst Forum widmet dem Mitbegründer der legendären Fotoagentur Magnum die erste grosse Retrospektive in Deutschland seit 20 Jahren. Neben den frühen, surrealistisch geprägten Aufnahmen und Filmarbeiten sowie den politischen Fotoreportagen werden auch Cartier-Bressons Porträts bekannter Künstler:innen und Schriftsteller:innen gezeigt, ebenso wie seine späteren Fotografien, in denen der Fokus auf dem menschlichen Alltagsverhalten liegt.

Die Ausstellung beleuchtet anhand von 230 Originalabzügen sowie zahlreichen Veröffentlichungen in Illustrierten und Büchern das Lebenswerk des Fotografen von den 1930er- bis in die 1970er-Jahre.

B.I. Contemporary

Tradition, Technologie
und Transparenz

Innovationen in Serie

Gemsetting oder:
Von der hohen Kunst des
Edelsteinfassens
in der Uhrenindustrie

Tradition, Technologie und Transparenz

Warum der Markt für Sammlerobjekte vor bahnbrechenden Veränderungen steht – aber die essenziellen Werte erhalten bleiben. Ein Essay über die Evolution des Sammelns von Beat Imwinkelried.

In einer Welt, die sich ständig wandelt, in der alte Gewissheiten durch neue Entwicklungen in immer kürzeren Abständen herausgefordert werden, erleben auch die Märkte für Sammlerobjekte bedeutende Umbrüche. Die Quarzrevolution in der Uhrenindustrie gab den Takt vor, die Elektrifizierung des Automobilsektors macht heute Tempo, dazu kommen der Generationenwechsel und die zunehmende Diversifizierung der Sammlerschaft sowie die dringende Notwendigkeit unabhängiger Bewertungen und Transparenz als Indikatoren, mit welchen Trends und Herausforderungen die Märkte ausserdem umgehen müssen.

In der Welt der Luxusgüter erkennen wir faszinierende Parallelen zwischen der Quarzrevolution in der Uhrenindustrie der 1970er-Jahre und der aktuellen Elektrifizierung des Automobilsektors. Beide Ereignisse markieren tiefgreifende Veränderungen in ihren jeweiligen Branchen, beide Ereignisse bieten Einblicke in die Herausforderungen und Chancen, denen sich Luxusmärkte gegenübersehen. Die Quarzrevolution führte zu einem dramatischen Umbruch in der traditionellen Uhrenindustrie, insbesondere in der Schweiz, wo etablierte Marken wie Rolex und Patek Philippe sich neu erfinden mussten, um die Wertschätzung für Handwerkskunst und Tradition in einer Zeit digitaler Innovationen zu bewahren. Rolex ist ein gutes Beispiel: Trotz eines Ausflugs in die Welt der Quartzuhren (Rolex Oysterquartz) entschied man in den 1970er-Jahren diesen Weg nicht weiter zu beschreiten – sondern an der Perfektionierung von automatischen Hochleistungsuhren festzuhalten. Ähnliches bei Audemars Piguet: Im Jahr 1972 lancierte Audemars Piguet die Royal Oak, die später das Erfolgsmodell werden sollte. 1986 folgte mit dem ersten Tourbillon mit Selbstaufzug ein weiterer Meilenstein, zu einer Zeit, als man noch nicht absehen konnte, wie rasant sich die mechanische Uhrmacherei in der Folge entwickeln würde. Einzig Patek Philippe hat sich nie stark durch die Quartztechnologie beirren lassen. Nach Umbrüchen in den 1930er-Jahren hatten die Gebrüder Stern das Ruder übernommen. Danach folgte eine Ära, in der die Manufaktur Patek Philippe die feinsten Armbanduhren fertigte, die die Welt bis dahin gesehen hatte. Neben dezenten Modellen entstanden uhrmacherische Komplikationen vom Ewigen Kalender bis zum Tourbillon, oftmals kombiniert mit Chronographen. Die Erzeugnisse aus jener Zeit begründeten den legendären Ruf, den die Marke bis heute geniesst. Und kein Zufall: Bei Sammlern sind die Uhren aus genau dieser Epoche besonders gefragt.

Ähnlich steht der Automobilsektor heute vor der Herausforderung der Elektrifizierung. Der Nervenkitzel von Supersportwagen mit Elektroantrieb, wie der Rimac Nevera und der Pininfarina Battista, hat bisher nicht die Herzen der Autoenthusiasten erobert. Das liegt auch in der eigentlichen Stärke der elektrischen Antriebe begründet: Die Leistungsdaten sind imposant, aber das Ergebnis ist eine weitgehende Homogenität des Fahrerlebnisses. Dabei schreit ein Sportwagen nach Persönlichkeit und Emotion, nach Charakter und Unverwechselbarkeit. Genau deswegen bevorzugen Sammler mechanische Uhren. Auch junge Sammler-Generationen zeigen Interesse an der Geschichte, und ähnlich wie bei Smartphones, von denen nur das iPhone 1 als Sammlerstück gilt, könnte auch der erste Tesla Roadster in der Zukunft zu einem begehrten Sammlerobjekt avancieren – während die nachfolgenden Modelle diesen Status möglicherweise nicht erreichen. Die Elektrifizierung stellt eine bedeutende Wende dar. Doch es gilt, die Bedeutung von Tradition und Emotionalität nicht zu unterschätzen. Für Sammler und Liebhaber von Luxusgütern bieten oft das Bewährte, das Handwerk und die Persönlichkeit den langfristigen Wert und die ersehnte Faszination.

Parallel dazu führt der Generationenwechsel und die Diversifizierung der Objekte zu einer Demokratisierung und Erweiterung der Sammlerkulturen. Die Welt des Sammelns durchlebt gegenwärtig einen beeindruckenden Wandel, der durch den Generationenwechsel und die zunehmende Diversifizierung der Sammlerschaft geprägt ist. Besonders auffällig ist gerade der Einfluss jüngerer Sammler, insbesondere derer unter 40. Sie bringen frische Perspektiven und Präferenzen in den Markt, die sich nicht mehr nur auf klassische Modelle beschränken, sondern Fahrzeuge der 1980er-, 1990er- und frühen 2000er-Jahre in den Fokus rücken lassen. Das Ergebnis: In den ersten Auktionen im Jahr 2024 an der Rétromobile in Paris kam es zu einem deutlichen Preisanstieg für Autos aus den 1990er- und frühen 2000er-Jahren.

Die Verschiebung hin zu einer jüngeren Käuferschaft ist auch in anderen Luxusgütermärkten erkennbar. Millennials und die Generation Z präferieren einzigartige Werke und personalisierbare Luxusartikel, die ihre persönlichen Werte widerspiegeln. Diese Generationen neigen dazu, online einzukaufen und schätzen die emotionale Verbindung zu ihren Sammlerstücken. Die Notwendigkeit von unabhängigen Bewertungen und Transparenz wird dadurch ein weiteres zentrales Thema, das die Bedeutung von Vertrauen und Authentizität in den Märkten für Sammlerstücke unterstreicht.

In einem Prozess gegen Sotheby's, den der russische Oligarch Dmitry Rybolovlev in New York angestrengt hatte, ging es um Vorwürfe von betrügerischen Machenschaften im Zusammenhang mit Kunsttransaktionen. Rybolovlev forderte 377 Millionen US-Dollar Schadensersatz von Sotheby's. Auch wenn Rybolovlevs Vorwürfe Anfang des Jahres letztlich abgewiesen wurden, wird dieses spezielle Beispiel durch die Erhebung im Wealth Report der Versicherungsgesellschaft Chubb untermauert. Über 800 befragte Kunstsammler in Nordamerika äusserten die Ansicht, dass Betrug und Zweifel an Echtheit und Herkunft für sie das bedeutendste Einzelrisiko darstellen – 87 Prozent der befragten Sammler gaben das an. Diese Bedenken überwiegen bei weitem die Sorge vor möglichen Schäden beim Transport.

Tradition, Technologie und Transparenz

BEAT IMWINKELRIED

Der Markt für Sammleruhren ist leider auch von Fälschungen betroffen. Hochwertige und seltene Uhren, insbesondere von renommierten Marken wie Rolex, Patek Philippe, Audemars Piguet und anderen, ziehen oft Fälscher an, die versuchen, von der hohen Nachfrage und den hohen Preisen dieser Uhren zu profitieren. Fälschungen reichen von offensichtlichen Nachahmungen bis hin zu sehr überzeugenden Kopien, die selbst für Experten schwer zu erkennen sind. Als eine der prestigeträchtigsten Uhrenmarken der Welt ist Patek Philippe ein Ziel für Fälscher. Die Komplexität und Feinheit der Uhren dieser Marke stellen hohe Anforderungen an Fälscher, dennoch gibt es am Markt hochwertige Fälschungen. Auch bei seltenen Vintage-Uhren ist das Risiko von Fälschungen besonders hoch, da Dokumentation und Vergleichsmöglichkeiten oft limitiert sind. Fälscher können versuchen, neuere Modelle künstlich zu altern oder Repliken seltener Modelle zu erstellen. Um sich vor Fälschungen zu schützen, sollten Käufer ihre Käufe nur bei renommierten Händlern und Auktionshäusern tätigen. Es gilt auch hier: Bei hochwertigen Uhren darf man sich nur auf Expertenbewertungen und Authentifizierungen verlassen.

Nicht weniger anspruchsvoll ist die Situation für die Autosammler. Kaum ein Jahr ist es her, als das LKA die Firma Kienle wegen «betrügerischen Handel mit exklusiven Oldtimern» hochgehen liess. Die Firma Kienle soll einen Mercedes 300 SL-Roadster, der nicht in Deutschland angemeldet war, nachgebaut haben – und in diese Kopie auch die Fahrgestellnummer des Originals eingestanzt haben, behauptete die Staatsanwaltschaft Stuttgart. Noch undurchsichtiger ist ein weiterer aktueller Fall in Deutschland, bei dem mehr als zwei Dutzend extrem seltener Rennwagen als Originale ausgegeben wurden – unter anderem ein Porsche 917 mit der Fahrgestellnummer 043, der 1970 bei einer Testfahrt auf dem Hockenheimring zerschellte, kurz nachdem er in Le Mans auf den zweiten Platz fuhr. Der Haken: Es gibt gleich mehrere Neuaufbauten mit den verbliebenen Originalteilen, ein regelrechter Restaurierungskreislauf, der dazu führte, das mittlerweile mindestens drei «orginale» 917-043 existieren sollen.

Für Händler, Galeristen und Kuratoren bedeutet dies, dass sie sich einerseits auf die vielfältigen und spezifischen Erwartungen ihrer Sammlerklientel einstellen müssen – und, dass sie sich eine höchste Expertise bei Ankauf, Bewertung und Management von Sammlerstücken konzentrieren müssen, insbesondere im Bereich hochwertiger Fahrzeuge. Sammler setzen voraus, dass ihre vertrauten Partner nicht nur über ein umfangreiches Fachwissen verfügen, sondern auch über markenspezifische, handwerkliche Erfahrungen in ihrem Bereich. Es wird erwartet, dass sie qualifizierte Beratungen anbieten, die Sammlern bei ihren Kaufentscheidungen zur Seite stehen.

Ein zentraler Anspruch von Sammlern ist der Zugang zu exklusiven, qualitativ hochwertigen Fahrzeugen, die ihre Kollektionen bereichern. Dies beinhaltet sowohl renommierte Klassiker und Ikonen als auch Modelle mit Potenzial für eine Wertsteigerung. Händler und Berater müssen daher über ausgezeichnete Netzwerke und Kontakte in der Automobilbranche verfügen, um ihren Kunden einzigartige Angebote unterbreiten zu können. Die Transparenz hinsichtlich Herkunft, Authentizität und Zustand der Fahrzeuge ist für Sammler von essenzieller Bedeutung. Sie erwarten aufrichtige Einschätzungen und die Offenlegung aller relevanten Informationen, einschliesslich etwaiger Restaurierungsarbeiten oder früherer Verkäufe. Und das bei höchster Diskretion. Die ist besonders bei Transaktionen von hohem Wert ein Muss für viele Sammler.

In einer Ära, in der die Veröffentlichung von Informationen in sozialen Medien üblich ist, legen sie grossen Wert darauf, dass ihre Transaktionen und persönlichen Daten vertraulich behandelt werden. Darüber hinaus betrachten viele ihre Sammelleidenschaft als eine Investition und erwarten von ihren Beratern, dass sie ihnen dabei helfen, Fahrzeuge zu identifizieren, die ein hohes Wertsteigerungspotenzial besitzen. Dazu gehören Analysen von Markttrends und Vorhersagen sowie ein visionärer Blick über den Tellerrand hinaus. Sammler erwarten völlig zurecht massgeschneiderte Dienstleistungen, die ihre individuellen Bedürfnisse, Interessen, Lebensumstände, Budgets und Sammlungsziele berücksichtigen – inklusive persönlicher und individueller Beratung.

Das Sammeln von Kunst oder wertvollen Fahrzeugen muss als Teil der Vermögensstrategie verstanden werden. Diese muss in den Lebenszyklus des Sammlers oder noch besser seiner Familie gestellt werden. Der Vermögensaufbau erfolgt in der Regel sukzessive und erreicht seinen Höhepunkt in den Jahren zwischen 45 und 70. In diese Zeit fällt oft auch der Aufbau einer Sammlung. Mit einer vorausschauenden Vermögensstrategie kann der Generationenwechsel geplant und erleichtert werden. Vermögensklassen wie Kunst oder eben die Autosammlung sollte als Vermögenseinheit betrachtet gleichgestellt sein wie Finanzbeteiligungen, Grundbesitz, Wertschriften oder das Vorsorgekapital. Keine solche Vermögensstrategie wird die Familienbedürfnisse je erfüllen, es sei denn, sie ist diskutiert, analysiert und hinterfragt.

Die Märkte für Sammlerstücke stehen an einem Wendepunkt, an dem Tradition und Moderne, sowie Vertrauen und Transparenz miteinander verwoben sind. Für Sammler, Händler und Hersteller bedeutet dies, dass sie sich anpassen und innovativ sein müssen, um den Wert und die Faszination ihrer Sammlerstücke für zukünftige Generationen zu bewahren und zu steigern. Der Fortschritt mag unaufhaltsam sein, aber das Nachdenken über das Bewährte und die Wertschätzung von Tradition und Geschichte bleiben wesentliche Säulen der Sammlerkultur.

Innovationen in Serie

Dank Netflix und «Drive to Survive» hat die Formel 1 ein erstaunliches Comeback im Mainstream hingelegt. Was beim Hype oft vergessen wird: Welch bahnbrechende Innovationskraft von der Rennserie ausgeht. Wie die Formel 1 unsere Welt verändert – auf der Strasse und im Supermarkt.

Es ist ein sonniger Tag Ende März in Rio de Janeiro. In Jacarepaguá, 40 Autominuten von der Copacabana, an der die Brasilianer normalerweise mit opulenten Kostümen und Caipirinha in rauen Mengen ihren Karneval feiern, haben sich rund 90.000 überwiegend brasilianische Motorsportenthusiasten eingefunden, um ihren neuen Nationalhelden, den damals 29-jährigen Ayrton Senna, frischgebackener Weltmeister 1988 auf McLaren-Honda, beim Saisonauftakt der Formel 1 gewinnen zu sehen. Senna sicherte sich im Qualifying, das damals noch in zwei Sessions am Freitag und Samstag ausgetragen wurde, mit einer Bestzeit von 1:25.302 Minuten die Poleposition für das Rennen am Sonntag. Mit sagenhaften 0,870 Sekunden Vorsprung auf den Italiener Riccardo Patrese im Williams-Renault.

Es ist der 26. März 1989. Ostersonntag. Und es ist ein signifikantes Datum in der Geschichte der Formel 1. Heinz Prüller, österreichische Reporterlegende, sollte später in einem seiner Bücher vom «Osterwunder von Rio» schreiben. Und das hatte nichts mit Ayrton Senna zu tun. Nigel Mansell auf Ferrari, im Qualifying nur Sechster, schaffte eine Sensation, und damit hätte nach der vermurksten Saisonvorbereitung der legendären Scuderia aus Maranello nicht einmal deren Rennleiter Cesare Fiorio selbst gerechnet. Der Ferrari 640, ein ästhetisches Meisterwerk aus der Feder von John Barnard, dem damaligen Starkonstrukteur der Formel 1, hatte im Winter keine einzige Renndistanz geschafft, und Fiorio soll der Legende nach sogar nach dem Qualifying noch überlegt haben, Nigel Mansell und Gerhard Berger mit halbleeren Tanks ins Rennen zu schicken. Man würde, so seine krude Logik, sowieso keine Chance haben, die Zielflagge zu sehen. Und mit weniger Benzin an Bord würde man bis zum technisch bedingten Ausfall wenigstens ein Speed-Feuerwerk abfackeln können, um die ungeduldige Sportpresse in der Heimat Italien, wenn schon nicht mit dem zuverlässigsten, dann zumindest mit dem schnellsten Auto der neuen Formel 1 zu besänftigen.

Es sollte ganz anders kommen. Mit einem völlig überraschenden Sieg von Nigel Mansell. Doch historisch manifestiert wurde der 26. März 1989 nicht wegen des Triumphs – sondern wegen eines Stücks bahnbrechender Technologie in seinem Ferrari 640, das in den folgenden Jahren nicht nur den Motorsport, sondern auch den Markt für Luxussportwägen nachhaltig verändern sollte.

Zur Saison 1989 hatte der Automobil-Weltverband FIA Turbolader in der Formel 1 verboten. Ferrari stellte auf einen V12-Saugmotor um. Und weil Saugmotoren in einem viel schmaleren Drehzahlband ihre optimale Leistung entfalten als Turbos, die auch von unten heraus hervorragenden Durchzug haben, war absehbar, dass ab 1989 mehr Schaltvorgänge notwendig werden würden. John Barnard, jener geniale Konstrukteur, der kurz zuvor von McLaren, dem britischen Erfolgsteam der späten 1980er-Jahre, zu Ferrari gekommen war, hatte eine zündende Idee. Er wollte seinen Fahrern Mansell und Berger ihre Arbeit durch ein semiautomatisches Getriebe erleichtern. Semiautomatisch bedeutete seiner Auffassung nach: Gangwechsel durch Knopfdruck am Lenkrad.

Barnards Designteam löste sich von der ursprünglichen Idee der Knöpfe und entwickelte stattdessen Schaltwippen an der Hinterseite des Lenkrads. Eine links, zum Runterschalten, eine rechts, zum Hochschalten, und eine kleinere Wippe für die Kupplung. Die würde der Fahrer allerdings nur noch beim Losfahren aus dem Stand benötigen. Zum Beispiel am Start oder nach einem Boxenstopp.

Weniger bekannt ist, nebenbei bemerkt, der zweite Grund, aus dem Barnard den Schaltvorgang neu zu denken begann. Die bewährten Schaltknüppel, in einem engen Formel-1-Cockpit üblicherweise seitlich neben dem Lenkrad montiert, kosteten Platz und waren ihm ein Dorn im Auge. Den Knüppel wegzurationalisieren würde ermöglichen, die Cockpits enger zu bauen. Und ein schmaleres Chassis bedeutet: weniger Luftwiderstand.

In der Formel 1 dauerte es nur bis 1993, bis auch das letzte Team auf ein sequenzielles Getriebe mit Schaltwippen umgestellt hatte. Den Sprung in die Serie schaffte die Innovation 1997, und wieder war Ferrari Pionier: Der 355 F1 Berlinetta war der weltweit erste Sportwagen, in dem der Gangwechsel nach dem Vorbild des revolutionären 640 aus der Formel 1 funktionierte. Heute sind Schaltwippen längst nicht nur dem Motorsport und sportlichen Luxusfahrzeugen vorbehalten, sondern auch in niedrigeren Preisklassen gang und gäbe. Wenn nicht in Serie, dann als optionales Extra gegen Aufpreis.

Es ist eine von unzähligen innovativen Ideen, die es von der Rennstrecke auf die Strasse geschafft haben. Oftmals war die Formel 1 auch nur der Treiber dafür, bereits existierende Konzepte zu Ende zu denken und durch im Grand-Prix-Sport erworbenes Wissen auch die Serientechnologie voranzutreiben. Das Konzept des Hybridmotors mit Energierückgewinnung aus Bremsvorgängen und Auspuffabgasen ist ein vortreffliches Beispiel dafür. Das erste Kohlefaserchassis aus der Saison 1981 (ebenfalls eine Barnard-Idee), das den Leichtbau in der Automobilindustrie nachhaltig revolutionieren würde, ein anderes.

Oder die aktive Radaufhängung, perfektioniert vom britischen Williams-Team Anfang der 1990er-Jahre, die heute jeder von uns

kennt, wenn er per Knopfdruck zwischen Sport- und Komfortmodus wechselt. Paddy Lowe war der geniale Denker hinter dem Konzept, das schon lange davor erfunden wurde, das aber erst durch seinen Einsatz in der Formel 1 den Durchbruch schaffte. Letztendlich übrigens durch eine entscheidende Zeile Code für die elektrische Steuereinheit, wie Lowe Jahre später erzählte.

Doch die Formel 1 als Innovator für Technologietransfer, das treibt noch ganz andere Blüten als angenehme Gimmicks für unsere Strassenautos. Ein besonders ungewöhnliches Beispiel ist eine Innovation, die Supermärkte dabei unterstützt, ihre Stromrechnung zu senken, und damit auch mithilft, signifikant CO_2 einzusparen. Das britische Unternehmen Williams Advanced Engineering, ein Spin-off des Williams-F1-Teams, hat ein besonderes Flügelprofil entwickelt, das den Luftstrom in kommerziellen Kühlschränken so umleitet, dass die gekühlte Luft vom üblicherweise oben angebrachten Ventilator nicht durch kleinste Fugen an der Vorderseite nach aussen gedrückt, sondern in einem geschlossenen Kreislauf nach hinten umgeleitet wird. Der von der Formel 1 inspirierte «Kühlschrank-Flügel» ist unauffällig an jenen Leisten angebracht, an denen Kunden normalerweise die Preise für Prosciutto, Parmesan und Tiramisu ablesen können, und sparte Stand Ende 2020 in rund 5.000 Supermärkten in England 20 Prozent Energie ein. Das Äquivalent von 150.000 Tonnen CO_2 pro Jahr.

35 Jahre nach Nigels Mansells Sieg in Rio, als der Grand-Prix-Sport noch überwiegend von gründergeführten Privatteams dominiert wurde, ist die Formel 1 aber nicht nur in englischen Supermärkten, sondern auch wieder im Mainstream angekommen. Weltweit. Die Netflix-Dokuserie «Drive to Survive», die 2024 bereits in ihre sechste Staffel gegangen ist, hat endlich sogar den jahrelang erfolglos von Bernie Ecclestone umworbenen US-Markt geknackt. «Drive to Survive» (von manchen Protagonisten übrigens wegen einiger kreativer Freiheiten beim Schnitt von verzerrt abgebildeten Szenen durchaus kritisch gesehen) zeigt nicht nur heisse Rad-an-Rad-Duelle auf der Strecke, sondern auch faszinierende Einblicke hinter die menschelnden Kulissen der Formel 1. Die dramatisch inszenierten Heldengeschichten, die Netflix in herausragender Produktionsqualität komponiert, haben es geschafft, über den Horizont der Benzinbrüder und -schwestern hinaus in breite öffentliche Schichten einzudringen.

Gleich drei Grands Prix in den USA, einem so bedeutenden Markt, wären vor zehn Jahren noch undenkbar gewesen. Doch anno 2024 fährt die Formel 1 nicht mehr nur auf dem klassisch als Rennstrecke angelegten Circuit of The Americas in Austin, Texas, sondern auch rund um das ikonische Hardrock-Stadium in Miami und sogar auf dem legendären Strip im Spielerparadies Las Vegas. Die Neuerfindung der Formel 1 durch Liberty Media, den von John Malone gegründeten US-Medienkonzern, hat die im Kreis fahrenden Autos seit dem Abschied des langjährigen Formel-1-Chefs Ecclestone im Jahr 2017 von einem Millionen- zu einem Milliardenbusiness gemacht.

Die einst von hemdsärmeligen Vollblut-Motorsportlern wie Ken Tyrrell (heute Mercedes), Eddie Jordan (Aston Martin) oder Jackie Stewart (Red Bull) gegründeten Teams werden inzwischen von Automobilherstellern, Getränkekonzernen, grossen Finanzinvestoren oder Hollywood-Stars kontrolliert, und die Zeiten, in denen die Formel 1 für die Teameigentümer eine reine Geldverbrennungsmaschine war, sind längst vorbei. 2021 führte der Automobil-Weltverband FIA eine sogenannte Budgetobergrenze ein, die die maximal erlaubten Ausgaben in technische Entwicklung deckelt und die Teameigentümer reich gemacht hat – vorhersehbarere Bilanzen haben es erleichtert neue Sponsoren an Bord zu holen. Topadressen mit einem klingenden Namen, etwa Ferrari und Mercedes, werden heute mit Bewertungen jenseits der drei Milliarden Euro gehandelt, und selbst die kleinsten Teams, etwa Williams oder Haas, schätzt das Finanzmagazin Forbes auf weit über eine halbe Milliarde Euro Marktwert ein.

Es bleibt fraglich, ob das globale Zuschauerinteresse, das letztendlich solche Bewertungen ermöglicht, noch lange angesichts der anhaltenden sportlichen Dominanz von Max Verstappen und Red Bull florieren wird. Aber dass die Formel 1 weiterhin als Innovationstreiber erscheinen wird: Darauf kann man sich schon jetzt einstellen. Das aktuelle technische Reglement gilt bis Ende 2025. Bis dahin ist nicht zu erwarten, dass das Kräfteverhältnis der Formel 1 auf den Kopf gestellt wird. Aber 2026 werden die Karten neu gemischt – unter anderem mit einem völlig neuen Antriebsreglement. Rund 1.000 PS Systemleistung sollen dann zu je 50 Prozent aus einem Elektro- und einem Verbrennungsmotor gespeist werden. Und, besonders interessant, der Verbrenner wird dann nicht mehr mit fossilen Kraftstoffen, sondern mit klimaneutralen E-Fuels betrieben. Womöglich die nächste Technologie, der die schlauesten und ehrgeizigsten Köpfe der Formel 1 nicht nur auf der Rennstrecke, sondern auch für die Strasse entscheidende Impulse geben können.

CHRISTIAN NIMMERVOLL, geboren 1982 in Linz (Österreich), berichtet seit 2000 hauptberuflich von der Formel 1. Er ist Chefredakteur von Motorsport Network Deutschland, mit Plattformen wie motorsport-total.com Marktführer im deutschsprachigen Motorsport-Internet, und regelmässiger Gast in Formel-1-Updates bei Sky Deutschland.

Gemsetting oder: Von der hohen Kunst des Edelsteinfassens in der Uhrenindustrie

Warum edelsteinbesetze Uhren das Konzept der Verfeinerung perfektionieren, unseren Blick auf wahre Handwerkskunst schärfen – und das ist eine ausgesprochen gute Nachricht für Sammler.

Vor 465 Jahren machte der protestantische Reformator Johannes Calvin in Genf eine klare Ansage. Ab sofort war das Tragen opulenten Schmucks verboten. Wie so oft mit Verboten kann man mit ein wenig Zeit, in diesem Fall fast fünf Jahrhunderten Erfahrung, festhalten, dass dieses Vorhaben fulminant gescheitert ist. Hochwertige und mit Edelsteinen besetzte Schweizer Uhren erfreuen sich in Genf und auf der ganzen Welt einer so grossen Beliebtheit wie wohl nie zuvor. Und die Opulenz hat mehr Ausprägungen und Spielarten, von dezent bis auffällig, als je zuvor. Auf einen einzigen Grund lässt sich dieser Trend bestimmt nicht reduzieren. Aber Calvins Schmuckverbot hatte selbst daran einen gewissen Anteil, dass edelsteinbesetzte Uhren gerade einen Siegeszug antreten. Es gibt aber noch weitere, ganz aktuelle Gründe, die massgeblich für die stetig wachsende Beliebtheit edelsteinbesetzter Uhren verantwortlich sind.

Die Geschichte von Calvins Schmuckverbot bringt uns nach Genf in der Mitte des 16. Jahrhunderts. Damals wurde das Tragen auffälliger Schmuckstücke als etwas Frevelhaftes angesehen. Es gab nur ein grundsätzliches Problem: Da Zeitmesser aller Art für ein pünktliches Erscheinen zum Gottesdienst unerlässlich waren, beinhaltete das Verbot eine entscheidende Ausnahme. Die damals bereits populären Taschenuhren durften getragen werden. Es war der perfekte Ausweg für eine Branche, die von dem Verbot in ihrer Existenz erheblich gefährdet war. Denn die Dekoration von Taschenuhren bot den Juwelieren eine opportune Gelegenheit, sich aus ihrer misslichen Lage zu befreien – und trug damit nachhaltig zu den Anfängen der Schweizer Uhrenindustrie bei. Mit den bekannten Auswirkungen bis heute.

Während sich in aufwändigster Handwerkskunst dekorierte mechanische Zeitmesser im Laufe der folgenden Jahrhunderte als Zeichen von Adel und Reichtum etabliert hatten, sah die Situation in der Welt der Armbanduhren im Verlauf der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts anders aus. So wurde uhrmacherischer Verstand speziell im Falle der Männer mit dem Tragen von klassischen Komplikationen ausgedrückt. Der Kunst des Edelsteinfassens wurde dabei, abgesehen von schmuckinspirierten und meist für Damen konzipierten Zeitmessern, wenn überhaupt, wenig Aufmerksamkeit geschenkt.

Doch was genau verhalf dem unterdessen leisen Trend zum grossen Durchbruch? Ein Grund für die zunehmende Beliebtheit edelsteinbesetzter Uhren liegt in der neuen Macht in der Zielgruppe in den vergangenen Jahren – die durch das Aufkommen und den Einfluss der sozialen Medien komplett neue Ausdrucksformen bekommen hat. Eine neue Kommunikationsform wie gemacht für Uhren, allein schon wegen der gängigen quadratischen oder hochkantigen Formate, je nach Medium, die gewissermassen die perfekte Präsentationsfläche bieten. Einzelne Posts erreichen innert Sekunden ihre Zielgruppe und können innert kurzer Zeit millionenfach geliked und geteilt werden. So erlaubt es die grosse Reichweite einzelner Personen, Trends zu erschaffen oder diese massgeblich zu beeinflussen und mitzuprägen. Auch solche Trends, die scheinbar bisher weit weg von der Vorstellungskraft der Kernzielgruppe waren. Wie eben Edelsteine und Männeruhren. Gleichzeitig findet mit der stets grösseren und zunehmend jünger werdenden Zielgruppe in den sozialen Medien auch eine Verschiebung traditioneller Grenzen und Wertvorstellungen statt. Starre Geschlechternormen verschwimmen auch in der Welt des Uhrensammelns zusehends, sie existieren immer weniger – und stattdessen bekommt der Ausdruck des persönlichen Geschmacks eine immer grössere Bedeutung und rückt zunehmend immer stärker in den Mittelpunkt der Kaufentscheidung.

Andererseits kommt ein zweiter massiver Trend hinzu. Die wiederentdeckte Wertschätzung aufwändiger Produktionsmethoden. Der allgemeine Wunsch zur Verfeinerung der Dinge führt auch zu einer intensiveren Auseinandersetzung mit dem Edelsteinfassen als Kunst-

PASCAL FISCHER

Gemsetting oder: Von der hohen Kunst des Edelsteinfassens in der Uhrenindustrie

handwerk – dem sogenannten Métier d'art. Das Ergebnis: Eine deutlich wachsende Beliebtheit edelsteinbesetzter Uhren. Denn der Weg bis hin zur aufwändig besetzten Uhr ist lang und beginnt beim Beschaffen der geschnittenen und geschliffenen Edelsteine, welche die Uhr am Ende einer Vielzahl aufwändiger Arbeitsschritte schlussendlich zieren werden. Im Auswahlprozess spielen diverse Faktoren wie der Schliff, die Reinheit der Edelsteine und die farbliche Abstimmung unter den verschiedenen Steinen eine entscheidende Rolle. Unterscheiden sich die Steine in Punkto Reinheit oder stimmt die farbliche Abstimmung unter den verschiedenen Steinen nicht genau überein, sticht der Unterschied ins Auge und verändert das Gesamtbild merklich.

Sind die Edelsteine einst ausgesucht, beginnt die eigentliche Arbeit des Edelsteinfassens. Je nachdem, wie das Kunstwerk am Ende aussehen soll, können verschiedene Fasstechniken angewendet werden. Bekannte Beispiele davon sind die Pavéefassung und die unsichtbare Fassung. Die Pavéefassung zeichnet sich dadurch aus, dass die verwendeten Edelsteine in einem ersten Schritt in zuvor geschaffene Vertiefungen eingesetzt werden und das darum liegende Material in einem zweiten Schritt zur Fixierung des Edelsteins an diesen gepresst wird. Bei der unsichtbaren Fassung von Edelsteinen ist die den Stein an Ort und Stelle fixierenden Fassung, wie der Name schon vermuten lässt, bereits oberflächlich nicht erkennbar. Die Technik des unsichtbaren Fassens erlaubt es den Handwerkskünstlern somit, Edelsteine ungetrennt dicht nebeneinander zu platzieren und in gewissem Sinne auf der Uhr schweben zu lassen. Die Arbeit mit verschiedenen Edelsteinen, Schliffen und Fasstechniken erfordert daher grosse handwerkliche Fähigkeiten und macht der Bezeichnung als Métier d'art alle Ehre.

Als Uhrenliebhaber haben wir also das Glück in einer Zeit zu leben, in der verschiedene seltene Handwerkskünste in der Uhrenindustrie eine Art Renaissance erleben. Durch die Kombination aus jahrhundertealter Handwerkskunst und diversen Innovationen in der Materialforschung und Fertigungstechnik sind der Kreativität heutzutage scheinbar keine Grenzen gesetzt. Edelsteinbesetzte Armbanduhren verkörpern diese Renaissance speziell deutlich und durch den zunehmenden Wandel der Uhr vom technischen Hilfsmittel hin zum mechanischen Kunstwerk wird diese Blütezeit wohl auch noch lange andauern.

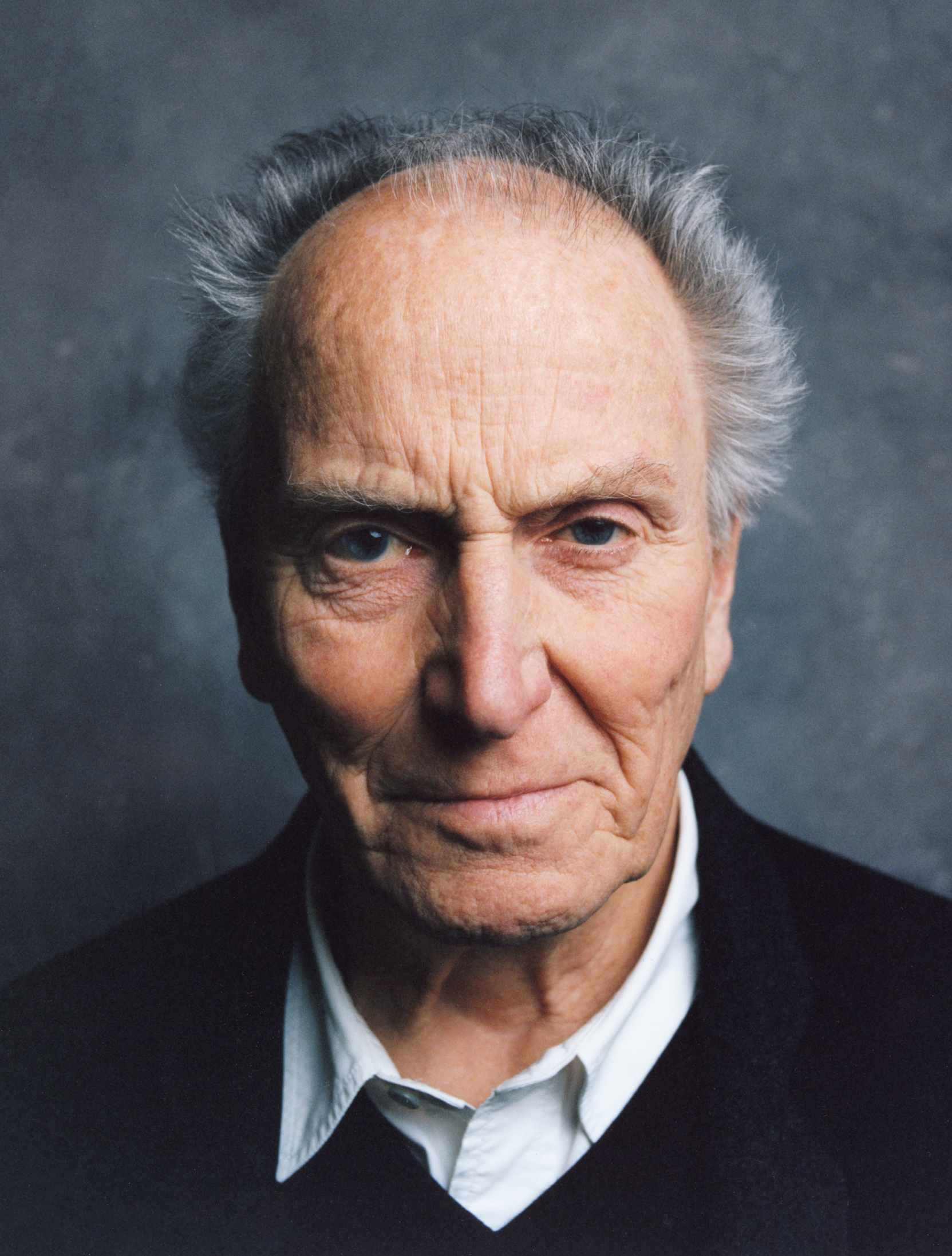
PASCAL FISCHER ist Jurist, Uhrenexperte und Private Client Manager bei Bucherer 1888. Für «The Collective» gibt er exklusive Einblicke in die wichtigsten Entwicklungen der Uhrenbranche.

GRABBELKISTE
MULTI MIRROR
LICHTSCHIENEN
GREIF ZU 2
SPRITZEN
CASTOR
CASTOR

ORDNUNG IST DAS HALBE LEBEN

FOTOGRAFIE: JELKA VON LANGEN & ROMAN GOEBEL INTERVIEW: NANSEN & PICCARD

Hans Hansen gehört zu den wichtigsten Fotografen der letzten Jahrzehnte. Mit seiner Klarheit hat er den Blick auf Produkte und Alltagsgegenstände für immer verändert. Ein Gespräch über Glück und Karriere, seine Faszination für Automobile – und die Frage, warum er seine gesamte Sammlung jetzt einem Museum in Hamburg übergeben hat.



Nansen & Piccard: Herr Hansen, Sie haben keine fotografische Ausbildung und sind doch zum stilprägenden Fotografen geworden. Hatten Sie einfach Glück – oder schon früh eine klare Vision von ihrer Karriere?

Hans Hansen: Beides. Eine klare Vorstellung von dem, was ich wirklich wollte. Und sehr viel Glück.

Sie haben an der Kunstakademie Düsseldorf eigentlich Grafik studiert. Wie wurden Sie zum Fotografen?

Zunächst einmal habe ich vor dem Studium eine Lehre zum Lithografen absolviert und wollte eigentlich in Stuttgart Typografie studieren. Das hat leider nicht geklappt. Dann habe ich unter Walter Breker ein Grafikstudium an der Kunstakademie Düsseldorf angefangen. Dazu muss ich erklären, dass es damals zwei Studiengänge gab: Einmal die «angewandte Grafik», die nah an der Werbung war, und die «freie Grafik», die zur Kunst gehörte. Ich studierte angewandte Grafik. In meiner Klasse habe ich übrigens auch Bernd und Hilla Becher kennengelernt – beide deutlich älter als ich, aber beide ebenfalls nicht auf dem Kunstzweig.

Wieso haben Sie nicht einfach Fotografie studiert?

Zu meiner Zeit gab es einfach noch keine Fotografie an der Akademie. Aber natürlich: Mein Interesse lag in der Arbeit mit der Kamera, und ich begeisterte mich früh für die Kombination aus Fotografie und Grafik.

Dieser grafische Blick wurde später zu einem Leitmotiv in ihrer fotografischen Arbeit. Ihr vielleicht berühmtestes Werk ist der in seine 7000 Einzelteile sortierte VW Golf, Baujahr 1988.

Genau. Das hat damals übrigens vier Tage gedauert, bis ich das Bild machen konnte … Aber in meinem Studium musste ich mich mit ganz anderen Dingen beschäftigen. An der Akademie wurde einfach nur Grafik unterrichtet – von der Buchgestaltung bis zum Plakat. Keine Fotografie, obwohl damals Fotografien schon esseniell für jede Werbung waren.

War es für Sie damals schon klar, dass Sie Werbung machen wollten?

Die Werbung war mir zu Beginn meiner Karriere zwar nicht fremd. Ich hatte auch ein gewisses Interesse daran, aber das war nicht das, was ich hauptsächlich machen wollte. Da war ich zu Beginn gar nicht festgelegt. Ich wollte nicht unbedingt Werbung machen – aber auch keine Kunst. Kunst war für mich nie ein Thema. Ich wollte einfach fotografieren.

Das klingt so, als ob die Kunstakademie nicht ganz der richtige Ort für Sie war…

Ich hatte einfach andere Interessen als mein Professor. Ich wollte fotografieren und er wollte zum Beispiel in einem Semester, dass ich mich mit Linolschnitt beschäftige. Ich war kein Rebell, mochte noch nie Konflikte. Also habe ich mich gefügt und dem Linolschnitt gewidmet. Dafür habe ich mich dann in meine Studentenbude eingeschlossen und jeden Tag an dem Projekt gearbeitet – einfach, weil ich möglichst schnell mit dem Thema durch sein wollte. Das habe ich so konsequent gemacht, dass ich gar nicht mehr in die Akademie gegangen bin. Eines Tages, am Ende des Sommersemesters, habe ich dann einen Brief vom Direktor der Akademie erhalten. Persona non grata. Rauswurf. Das war's dann. Das war 1962. Ab da war ich plötzlich auf mich allein gestellt.

Wie ging es für Sie weiter, nachdem Sie von der Kunstakademie geflogen sind?

Dann habe ich einfach angefangen zu arbeiten. Naja, musste ich ja. Glücklicherweise ergab sich ein Zufall mit einem finnischen Designer, einer der ganz grossen Namen. Wir hatten ein langes, unglaubliches Gespräch über Formsprache und alles mögliche und als Dank für das Gespräch habe ich ihm ein Foto aus meinem Portfolio geschenkt. Anscheinend konnte ich ihn mit dem Bild beeindrucken, weil er mich einige Zeit später kontaktierte und fragte, ob ich nicht Lust hätte, für ihn seine Glasobjekte zu fotografieren.

Wer war dieser Designer?

Das war Tapio Wirkkala, ein wirklich grosser Name zu der Zeit. Seine Glasarbeiten für ihn zu fotografieren, das war nach der Akademie nicht nur ein Glücksfall für mich, sondern auch eine riesige Chance als junger Fotograf. Ich bewunderte seine Arbeit seit langem, und zwar besonders die Glasobjekte. Und die durfte ich jetzt fotografieren, für einen weltweit berühmten Designer, als zweiundzwanzigjähriger Nobody! Das war der Anfang meiner Karriere und mein erster Auftrag. Meine Glassammlung nahm damals ihren Anfang und befindet sich jetzt auch im Museum für Kunst und Gewerbe in Hamburg.

Konnten Sie seine Erwartungen erfüllen?

Der Auftrag war zum Glück ein Erfolg. Da ich seine Glaswerke schon davor kannte, hatte ich eine sofort eine Vorstellung, wie ich sie fotografieren wollte. Ich hatte bei dem Projekt auch viele Freiheiten. Wirkkala war deutlich älter als ich und merkte, dass ich mich im Bereich der Fotografie gut auskannte. Er meinte dann einfach: Mach mal! Also habe ich einfach mal gemacht, wie ich es für richtig hielt und habe ihm die Fotos anschliessend geschickt. Er war sehr zufrieden, sie wurden publiziert und so begann meine Karriere in der Werbefotografie.

Sie machten auch Kampagnen für die Lufthansa, nachdem Otl Aicher das legendäre Erscheinungsbild für die Fluglinie entwarf.

Ja, aber mein Einstieg war viel banaler. Zunächst sollte ich kleine Aufgaben übernehmen. Geschenkartikel fotografieren, so was eben. Das habe ich natürlich ganz artig gemacht und das war auch gut für mich. Denn abgesehen von dem ersten Auftrag für Wirkkala hatte ich im professionellen Bereich der Fotografie noch gar keine Erfahrungen. Es war viel Learning by Doing. Am Ende der Aufträge blieb auch nicht viel Geld übrig. Denn das ganze eingenommene Geld musste ich direkt ins nächste Projekt investieren. Obwohl ich mit

meinen Materialien schon auf Sparflamme war. So ging es erstmal eine ganze Zeit weiter, bis mich Lufthansa dann eines Tages für ein Projekt nach Madrid schickte. Ich sollte unterwegs die Bilder im Flugzeug machen. Das war etwas Besonderes – Frankfurt-Madrid war damals die längste Flugstrecke in Europa. Ich packte also meine Nikons, meinen Pass und ein bisschen Geld ein und stieg in das Flugzeug. Die Bilder sind dann ganz gut geworden und so fing es an, dass ich weiterhin auf Flüge geschickt wurde. Erstmal nach Boston, dann kamen weitere Reisen nach Amerika, Afrika, Asien, in die Karibik. Unterwegs konnte ich immer wieder neue Kontakte knüpfen und mich vernetzen. Im Endeffekt entwickelte sich durch die Arbeit bei der Lufthansa ein Kontakt zu einer Agentur aus New York, die damals Sachen für Volkswagen machte.

Ihre Karriere baut also darauf auf, dass sie das Glück hatten, die Welt bereisen zu dürfen?

Ich hatte vor allem das Glück, dass die Maschine, die mich von Madrid wieder nach Deutschland bringen sollte überbucht war und ich drei Tage in der spanischen Hauptstadt festhing. Was sollte ich also dort machen?

Fotos?

Genau. Ich habe Fotos gemacht, die Stadt fotografiert, eher Postkartenmotive. Das fanden sie bei Lufthansa ganz toll. Und sie fragten mich: Wollen Sie nicht mal nach Boston fliegen und dort für uns Fotos machen?

Heute hat jeder Zugang zu einer Kamera. Die Technologie ist so weit, dass jeder von zuhause aus Bilder künstlich generieren lassen kann. Wie stehen Sie zur gegenwärtigen Entwicklung?

Ganz ehrlich: Ich bin dem ganzen eher kritisch gestimmt. Ich denke, wenn wir die K.I. nicht beherrschen, dann haben wir verloren. Die Fotografie stürzt dann ab und zwar sehr schnell. Sie wird verschwinden.

Ihr Einfluss auf die zeitgenössische Produktfotografie der letzten Dekaden ist gewaltig. Ohne ihren Blick auf Produkte und Gegenstände wären moderne Markendarstellungen wie von Apple kaum vorstellbar. Was fasziniert Sie an der Produktfotografie?

Ich interessiere mich gar nicht grundsätzlich für bestimmte Produkte. Klar, ich habe immer wieder Autos, Flugzeuge und auch Glas fotografiert, aber mich interessiert fundamental, was sich dahinter verbirgt. Wir leben in einer «Dingwelt» und alles, was natürlich ist, ist weit weg. Unsere Umwelt, um bei unserer Sprache zu bleiben, ist zunächst einmal materialistisch. Alles, was wir benutzen, alles um uns herum, war wir anziehen, völlig egal was – es ist alles künstlich. Auf der einen Seite interessiert mich natürlich auch der Aspekt der Oberflächen, aber mich fasziniert viel mehr, wer oder was hinter einem Produkt steckt und warum eine Person dieses Ding kreiert hat.

Mehr als 60 Jahre fotografieren Sie mittlerweile. Sie haben für namhafte Kunden wie Porsche, Mercedes oder Vitra gearbeitet, ihre Arbeiten wurden in «Life» oder «Paris Match» gedruckt. Gibt es einen Auftrag, den Sie nie vergessen werden?

Viele. Anekdoten gibt es zahlreich. In der Tat ist mir aber erst letzte Nacht wieder ein extremes Erlebnis eingefallen. Bei einer Produktion für Fiat war ich Anfang der 1970er-Jahre in Turin. Damals habe ich schon für die New Yorker Agentur Carl Ally gearbeitet. Ich sollte parallel zu einem Filmteam für einen Werbespot Fotos machen. Wir haben zuerst in Rom gearbeitet, dann in Turin. Bei dem Spot ging es darum, dass der neue Fiat 124 durch wirklich extreme Szenarien flitzt. In Turin sollte eine Szene geschossen werden, in dem das Auto von einem Dach auf ein anderes durch die Luft fliegt. Auf dem einen Dach wurde eine Rampe in den Boden zementiert und auf dem anderen eine Landepiste mit einer riesigen Wand aus Metallrohren, damit das Fahrzeug nicht in die Klimaanlage der Fabrik rauscht. Das Ganze wurde zuvor von dem Stuntman genau berechnet. Dahinter steckte an sich ein Riesenaufwand und es waren auch unglaublich viele Leute daran beteiligt.

Was war Ihre Aufgabe bei dem Shoot?

Ich stand unten zwischen den zwei Gebäuden mit meinem Assistenten und sollte die Momentaufnahme von dem Fiat in der Luft einfangen. Wir wussten davor, dass die ganze Aktion keine sechs Sekunden dauern würde, ein Bruchteil davon in der Luft. Es gab nur diese eine Möglichkeit für das perfekte Bild. Dann kam der Sprung, und jede meiner sechs Motorkameras schossen einen Film durch.

Haben Sie den Moment eingefangen?

Ja. Aber das Foto war am Ende ganz langweilig. Man sah halt zwei Häuser und dazwischen dieses Auto in der Luft stehen. Im Prinzip haben wir das danach noch mal in Neapel gemacht. Da sprang das Auto dann auf eine Fähre.

Also lieber Produktfotografie…

Ich habe zum Glück oft Leute getroffen, die einfach gesagt haben: Wollen Sie nicht mal? Carte Blanche. Machen Sie einfach, was Sie wollen, fertig. Deswegen hätte ich auch totale Schwierigkeiten heute. Das Scheussliche hat die Welt verändert. Und der Zeitdruck auch. Mich interessieren die stillen Dinge und um die zu zeigen, braucht man Zeit. Die habe ich damals bei dem zerlegten Golf bekommen.

Warum haben Sie immer wieder Autos fotografiert?

Die Faszination am Auto liegt für mich darin, dass alles am Auto gemacht ist, alles ist gestaltet, nicht nur äusserlich, sondern auch alles, was man nicht sieht. Es ist hochtechnologisch, und wenn es gut ist, ist es ein wunderschönes Objekt. Man setzt sich rein, es ist bequem, man sitzt gut, man weiss genau bei jedem Griff, wozu der Griff da ist. Man dreht einen Schlüssel um, zumindest im klassischen Automobil, man hat

plötzlich eine unglaubliche Kraft zur Verfügung. Man fährt, wenn ich das eine Pedal drücke, 200 km/h und wenn ich auf ein anderes Pedal trete, bleibt das Ding in ein paar Sekunden stehen. Aus dieser Faszination kommt man nicht raus.

Sie haben sich dafür entschieden, Ihr Lebenswerk mit mehr als 10.000 eigenen Motiven und auch Ihre gesamte Fotosammlung dem Museum für Kunst und Gewerbe Hamburg zu übergeben. Darunter auch Arbeiten von unter anderen Irving Penn, Joel Sternfeld, Barbara Klemm und Bruce Weber. Was hat Sie dazu bewogen?

Das war keine Entscheidung, die ich von heute auf morgen getroffen habe. Ich habe mir lange darüber Gedanken gemacht, was ich mit meinem Archiv und der Sammlung machen kann. Die Idee der Schenkung hat sich über die Zeit entwickelt. Sie kam mir zum ersten Mal, als ich Teil einer Ausstellungsserie wurde, zu der die Kuratorin des MK&G über mehrere Jahre lang Fotografen eingeladen hatte. Die Fotografen sollten ihre eigenen Bilder mit Fotos aus der Sammlung des Museums zusammenstellen. Als ich mir meine Ausstellung ansah, bemerkte ich ein regelrechtes Wechselspiel, die Arbeiten lebten auf eine Art. Es entstand etwas Besonderes: eine Transparenz. Eines Tages bin ich dann zu der Kuratorin gegangen und habe gesagt: Ich würde euch alles geben, wenn ihr es wollt.

Das klingt nach einer sehr grossen Entscheidung. Wie hat die Kuratorin darauf reagiert?

Sie war erfreut und hat das Angebot angenommen. Andere Leute kamen aber zu mir und fragten, warum ich das gemacht habe. Ich finde, meine Sammlung hat einfach in das Haus gepasst. Für mich war das eine glückliche Lösung. Jetzt kann sich jeder meine Sammlung ansehen, und das ist doch eine gute Lösung.

In Ihrer Sammlung befinden sich auch unter Anderem einige Arbeiten junger Fotografinnen und Fotografen. Wie wichtig war es für Sie, junge Talente zu unterstützen und zu fördern?

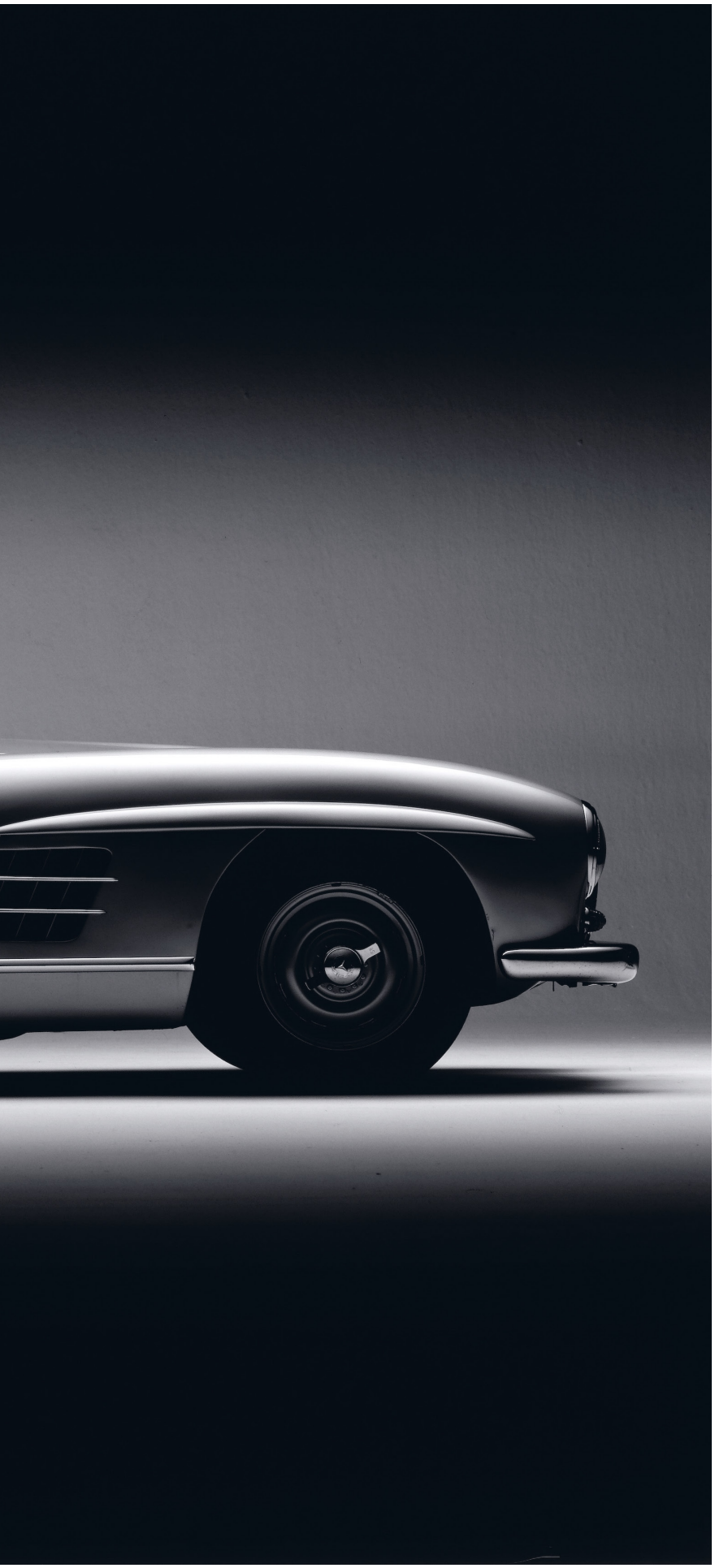
Ich treffe oft junge Fotografen und Fotografinnen bei Workshops oder wenn ich unterrichte. Manchmal bewerben sich auch einige als Assistenten und manchmal bringen diese Talente ganz tolle Fotos mit und dann sage ich: «Komm, ich kauf dir ein paar Fotos ab.» Oder wenn ich den Eindruck habe, ich kann diese Person unterstützen, dann mache ich das. Ich finde das ganz wichtig, denn wenn sie niemanden haben, der ihnen was abkauft, dann geht es gar nicht erst los. Jeder Mensch kann immer irgendwie Hilfe gebrauchen. Bei Fotografen entweder in Form von Motivation oder eben durch ökonomische Unterstützung, in dem man Werke kauft. Ganz einfach. Indem jemand etwas kauft, zeigt es mir ja auch als jungen Künstler, dass die Person meine Bilder gut findet. Dass nicht alles schlecht ist, was ich mache. So ähnlich war es ja auch bei mir mit dem finnischen Designer.

Treffen Sie manchmal alte Schüler oder Assistenten von Ihnen?

Ja, und manche von denen sind bis heute bei der Fotografie geblieben und mittlerweile ganz oben mit dabei. Das finde ich schön. Manche sind aber auch spurlos verschwunden.

Mittlerweile nehmen Sie keine grossen Projekte mehr an. Arbeiten Sie trotzdem noch?

Wenn ich heute etwas Neues anfange, dann muss es einen starken Initialfunken geben. Es gibt tatsächlich ein Projekt, das ich schon lange im Kopf habe. In den Staaten habe ich mal an einer Landstrasse ein Auto fotografieren können, das rückwärts in einen Baum geknallt ist und ausbrannte. Dadurch ergab sich ein Kontrast zwischen dem «bösen» schwarzen Hinterteil des Autos und dem makellos weissen Vorderteil. So etwas würde ich gerne im Studio nachstellen und zwar nicht beschönigt, sondern wirklich knallhart.



Alle Fotografien von Hans Hansen

Seite 109	Sim von Jasper Morrison für Vitra International, 2000
Seite 110	Glas von Tapio Wirkkala, 1986
Seite 111	Vinaigrette für Gruner + Jahr Sternküche, 2008
Seite 112/113	Mercedes 300 SL Gullwing, für Daimler-Benz, 1990er Jahre
Seite 114	Mohnknospe für Gruner + Jahr, Redaktion Stern, 2004
Seite 115	Verpackung iPad, 2023
Seite 116	Geometrische Formen für Erco-Leuchten, 1983

TEXT: JAN BIENER FOTOS: EROS HOAGLAND, LORENZO SISTI

RED CA

ARPET

PHOTO CREDIT LORENZO SISTI

Was Michael Manns Film «Ferrari» so atemberaubend macht? Fast alle Schauplätze und Drehorte sind echt, die Rennfahrer im Film können auch im wahren Leben gnadenlos gut fahren und die Original-Fahrzeuge stammen zum Teil aus berühmten Sammlungen. Und ja: Die Story hat Drive, Eleganz, Tiefe. Über die seltene Kunst, einen guten Autofilm zu drehen.

Derek Hill hat ein feines Gespür. Für geschichtsträchtigen Asphalt wie im Autodromo di Modena, für historische Mittelmotoren, für die Geschichten, die sich unter ein paar Quadratmetern Lack und Karosserie verbergen. Der 49-Jährige kennt die Strecken, Strassen und Kurven der legendären Rennen – und er weiss, wie viel Glück und Schweiss einst dazu gehörten, bis aus einem passablen Rennfahrer ein Champion wurde. Er weiss auch, welchen Mut es brauchte, um sich in den 1950er-Jahren mit dem Dino 246F1 oder Anfang der 1960er-Jahre mit dem gerade mal 420 Kilogramm leichten Ferrari 156 in blinde Kurven und Schikanen zu stürzen. Er weiss, wie essenziell es war, mit den Konstrukteuren zu diskutieren und eng zusammen zu arbeiten, wie man mit Haut und Haaren Rennfahrer in den Anfangsjahren der Formel 1 war. Denn genau so war sein Vater Phil Hill. Formel 1-Weltmeister im Jahr 1961. In Ferrari. Der erste Amerikaner, der den Titel holte. Aber das ist eine andere Geschichte.

Auch Derek Hill wurde Rennfahrer. Anfang der 2000er-Jahre in der Formel 3000, immerhin. Sein Vater wurde ein grosser Sammler nach seiner Karriere – und der Sohn, das war vermutlich kaum abzuwenden, zu einem anerkannten Vintage-Experten. Natürlich hat sich Derek Hill auch mal ans Steuer einer Sharknose gesetzt, einem Replikat des Ferrari 156, mit dem sein Vater den WM-Titel holte – um ihm, der noch bis 2008 lebte, nah zu sein, um zu spüren, wie es damals genau gewesen sein muss, Rennen zu fahren, wie unmittelbar und elementar. Wenn es bei fast jedem Rennen nicht bloss um Triumph und Niederlage ging – sondern eben auch erschreckend oft auch um Leben und Tod. Derek Hill wurde so zu einem Kenner, der über ein Wissen verfügt, das allein aus biographischen Gründen nur die wenigsten haben können.

Dann bekam Derek Hill einen Anruf aus Hollywood.

«Ferrari» spielt im Jahr 1957. Zu einem Zeitpunkt, an dem die Geschichte der Marke auch eine gänzlich andere Wendung hätte nehmen können. Die Welt des Enzo Ferrari, Schlossersohn, Ex-Rennfahrer, Firmenpatron stösst an seine Grenzen. Er befindet sich in Gefechten, die weit grösser sind als alle Positionskämpfe, die er bisher in seinem Leben bestreiten musste. Ferrari steht ökonomisch kurz vor dem Aus, seine Ehe und seine geschäftliche Partnerschaft mit Laura ist nach dem Tod des ersten, chronisch kranken Sohnes endgültig zerrüttet, sein sorgfältig errichtetes, halb geheimes Konstrukt mit seiner Partnerin Lina Lardi, Mutter seines zweiten Sohn Piero, vor den Toren der Stadt droht aufzufliegen – und die Konkurrenz auf der Rennstrecke ist noch nie so gross, allen voran Maserati setzt Ferrari massiv unter Druck. Es bleibt: Die Mille Miglia 1957 als letzte Chance, den Respekt auf der Rennstrecke zurückzugewinnen – und die Verkaufszahlen anzukurbeln.

Wenn man über den Film «Ferrari» spricht, geht es zwangsläufig zunächst um andere Namen als Derek Hills, es geht um die Hauptdarsteller Penelope Cruz und Adam Driver, und natürlich auch um Regisseur Michael Mann selbst, der an diesem Projekt so lange arbeitete, dass der Film fast zu einem Mythos wurde wie ein verschollenes Album einer berühmten 80er-Jahre-Band. Aber dann stösst man im Cast immer wieder auf Namen wie Derek Hill oder die legendäre Location-Expertin Janice Polley, die schon die Schauplätze für «Heat» oder «Pirates of the Caribbean» gefunden hatte. Oder Stunt Director Robert Nagle – der gleiche Mann, der auch schon den Le Mans-Film «Ford v Ferrari» so atemberaubend nahbar gemacht hat. Genau jener Stunt Director war es, der damals für das Ford-Projekt Derek Hill angerufen hatte – für «Ferrari» brauchte er jetzt wieder einen Fahrer, der gnadenlos schnell fahren konnte. Und das am besten in Fahrzeugen, die fast 70 Jahre alt sind.

Als Derek Hill zum Set kommt, ist er aber nicht bloss Stuntdouble. Er spielt den Ferrari-Rivalen Jean Behra im ganzen Film. Sein erster Auftritt am Bahnhof von Modena: Noch bevor Penelope Cruz überhaupt das erste Mal im Bild erscheint. Es ist ein smarter Move von Mann, dass die Stuntdriver tatsächlich Sidekick-Rollen spielen. Marino Franchitti and Samuel Hübinette, beides begnadete Rennfahrer, spielen ebenfalls Nebenrollen – und nicht zuletzt Patrick Dempsey, der sich längst irgendwo zwischen Rennfahrer und Filmschauspieler verorten lässt und hier den italienischen Ferrari-Fahrer Piero Taruffi spielt. «Ich wusste von dem Filmprojekt tatsächlich schon seit etwa 15 Jahren», sagte Dempsey später. «Diese Zeit im Rennsport und der italienischen Kultur war wie eine Oper. Die Hochs und Tiefs, die Emotionen, der Tod, die Sexualität – das war wirklich erstaunlich.» Er wollte unbedingt dabei sein. Und es begann die Detailarbeit – zum Beispiel wie man zur Sicherheit Fünf-Punkt-Gurte unter den Kostümen der Schauspieler anbringen konnte, wenn sie in den Fahrzeugen sassen und wirklich am Limit fuhren. Oder wie die Unmittelbarkeit des offenen Fahrens in einem Film eingefangen werden kann.

Michael Mann sagte später: «Wir haben die Autos bewusst unruhig gefilmt. Sie werden nicht statisch in ihrer Schönheit gezeigt. Bei den Fahrszenen wollte ich die Zuschauer spüren lassen, wie es wirklich ist, eines dieser Autos zu fahren und wie die Fahrer in einem Rennen, dicht an dicht, versuchen, die Kräfte zu beherrschen. Quasi als Gegenpol zu der formellen Strenge der dramatischen und dialog-lastigen Szenen.»

Diese Unruhe, von der Michael Mann spricht, fängt Erik Messerschmidt ein. Ein noch recht junger Kameramann, aber schon Oscar-Gewinner für «Mank». Gedreht hat er fast ausschliesslich an Originalschauplätzen in und um Modena, auch in Brescia, die vielleicht fulminantesten Passagen des Films in den Bergen von Gran Sasso d'Italia in den Abruzzen. Und das mit gehörigem Aufwand bei allen Fahrzeugen. Die Mille Miglia stand damals noch allen Fahrzeugkategorien offen – und so rauschen die Ferrari und Maserati an den anderen historischen Modellen vorbei. Dabei bietet der Film spektakuläre Rennszenen jenseits der sonst in Autofilmen üblichen Eins-zu-eins-Duelle. Der Nachtstart in Brescia: fulminant. Der Sound: gigantisch. Was vor allem daran liegt, dass Nick Mason seine Garage geöffnet hat und dem Soundengineer des Films, Tony Lamberti, ermöglichte, die Sounds vieler Fahrzeuge original aufzunehmen. Die Fahrzeuge selbst sehen nach dem ersten Renntag aus als wären sie einmal um den Ruhrpott gefahren. Verrusst, dreckig, geschunden. Das Ferrari-Rot ist kaum noch zu sehen. Und Derek Hill rauscht in einem Maserati 250F über die Strassen – das Auto, in dem sein Vater einst sein Grand-Prix-Debüt gab. Auch dieses Fahrzeug holte Nick Mason aus seiner Garage.

Von Nick Mason bis Derek Hill, von Robert Nagle bis Tony Lamberti – die Besetzung der zweiten Reihe sind die entscheidenden Faktoren, die «Ferrari» besonders machen. Und nebenbei eine nicht ganz unwichtige Tatsache: Die Autos sind überraschend selten zu sehen. Doch der Film hat eine Story und genug Drive. Gewiss: Viele Zuschauer und Kritiker stellen die durchaus berechtigte Frage, warum italienische Protagonisten in amerikanischen Blockbuster-Filmen eigentlich immer noch so ein hanebüchen klischeebeladenes, unfreiwillig komisches Vorstadt-Ristorante-Italo-Englisch sprechen müssen – statt einfach: Italienisch. Aber viel mehr kann man diesem Film kaum vorwerfen.

Die Herstellung der Autos, die in den Rennszenen von «Ferrari» eingesetzt werden, war eine der grössten Herausforderungen. So wurden von allen Originalen wie dem Ferrari 315S oder 335S, die im Film vorkommen, 3D-Scans gemacht, einige stammen aus dem Ferrari Museum in Maranello. Nur so konnte das Team möglichst nah an die damals handgefertigten Formen herankommen. In wenigen Wochen wurden Reproduktionen von Spezialisten in Modena angefertigt, bei Carrozzeria Campana. Alles unter der Aufsicht von Robert Nagle. Die Karosserien wurden exakt auf Spurweite und Radstand angepasst und auf Fahrgestelle mit 340 PS starken Vierzylindermotoren montiert. «Und neben den Fahrzeugen, die wir tatsächlich gebaut haben, gibt es noch all die anderen Fahrzeuge, alles jahrgangsspezifische Mille Miglia Originalfahrzeuge», erklärt Robert Nagle. «Die Mercedes Benz 300 SL, die im Filmrennen fahren, sind original, ebenso alle Porsche. Als wir den Film drehten, hat sich das so weit herumgesprochen, dass einige Besitzer von Originalfahrzeugen bei der Produktion anriefen und sagten: ‹Ich habe ein Auto von 1957, das bei der Mille Miglia gefahren ist, wollen Sie es im Film verwenden?›» Für das Team waren die Herausforderungen mit der Konstruktion der Action-Fahrzeuge und dem Auftreiben der Original-Modelle nicht vorbei. «Wir wollten mit diesen Autos extrem schnell über kilometerlange Strecken fahren, also brauchten wir Kameras, die leicht und robust genug sind», erklärte Kameramann Erik Messerschmidt später dem Filmtechnik-Branchenmagazin der IBC. «Und wir wollten keinen Greenscreen verwenden. Michael wollte, dass die Autos annähernd die Geschwindigkeiten erreichen, mit denen die Fahrer sie fuhren. Es war ihm extrem

ADAM DRIVER UND MICHAEL MANN AM SET BEI FERRARI; PHOTO CREDIT LORENZO SISTI

wichtig, genau zu vermitteln, wie es sich anfühlt, in diesen Maschinen zu sitzen. Er wollte den Geruch von Benzin, den Staub von der Strasse, das extreme Klappern des Metalls. Es ging ihm nicht darum, den reibungslosen Betrieb der Autos aus der Luft oder von nebenher fahrenden Kamerawagen einzufangen. Er wollte die echte Erfahrung.»

Seit John Frankenheimers «Grand Prix» mit Seve McQueen hat jede Dekade grosse Autofilme hervorgebracht. Der letzte Film, der die Herzen von Autofans ähnlich schnell schlagen liess war «Ford v Ferrari» – auf Deutsch etwas umständlicher «Le Mans 66 – Gegen jede Chance». Ein Film über die legendären 24 Stunden, bei denen Ford in Le Mans erstmals die Dominanz Ferraris brach. Ein verfilmter American Dream. Der Film mit Matt Damon und Christian Bale gewann 2019 bei den Oscars den Besten Schnitt und den Besten Ton. Auch damals schon dabei: Derek Hill als Stuntfahrer – und natürlich Robert Nagle als Stunt Director.

Es gibt mittlerweile viele Autofilme, die auf unterschiedliche Art Spuren hinterlassen haben. Und doch ist der Crash ist bei den meisten Versuchen quasi vorprogrammiert. Es gibt auch bahnbrechende Beispiele: Von «Grand Prix» (bei dem übrigens schon Derek Hills Vater als Berater dabei war) über «Cannonball Run» und «Baby Driver» oder unbekannteren Klassikern wie «Two-Lane Blacktop» von Monte Hellmann mit James Taylor und dem Beach Boy Dennis Wilson (Story: Zwei junge Männer fahren mit ihrem 1955er Chevrolet mit umgebautem, grossem Motor Rennen und verdienen damit ein wenig Geld). Oder «Drive» mit Ryan Gosling von Nicolas Winding Refn. Was alle diese Filme gemein haben? Nach spätestens 60 Sekunden taucht das erste Fahrzeug im Screen auf. Alle Filme haben ein oder mehrere Autos, die so präsent sind, dass sie den Hauptdarstellern ernsthaft Konkurrenz machen. Und alle diese Filme sind auf unterschiedliche Art grosse Kunst. Neo-Noir bei Gosling und «Drive», perfektes Popcorn-Entertainment bei «Ford v Ferrari». Was «Ferrari» so besonders macht? Vielleicht die Story. Vielleicht die Tatsache, dass der Film kein ödes Helden-Epos ist – auch wenn das Drehbuch in den letzten 25 Jahren mehrfach umgeschrieben wurde. Vielleicht das Wechselspiel aus der überraschend düster gefilmten Emilia-Romagna der 1950er-Jahre und dem unmittelbaren Umfeld des Enzo Ferrari, den originalgetreuen Cafés und Barbershops. Enzo Ferrari war zeitlebens ein Lokalpatriot – mit einem erstaunlich kleinen Radius für einen Rennwagen-Hersteller. Sein Kosmos war Modena. Er fuhr nicht zu den Rennen, sondern hörte die Rundfunkreportagen im Radio. Der gelbe Hintergrund auf dem Markenemblem: Eine Referenz auf die Wappenfarbe seiner Heimatstadt. Vor allem aber gab es bisher keinen Film, in dem historische Fahrzeuge so nahbar durch Italien gerast sind. Selbst die Startrampe des Mille Miglia Rennens ist ein originalgetreuer Nachbau der Rampe von 1957.

Das Jahr, das Ferrari rettete. Und das Ende der Mille Miglia bedeuten sollte.

PHOTO CREDIT EROS HOAGLAND

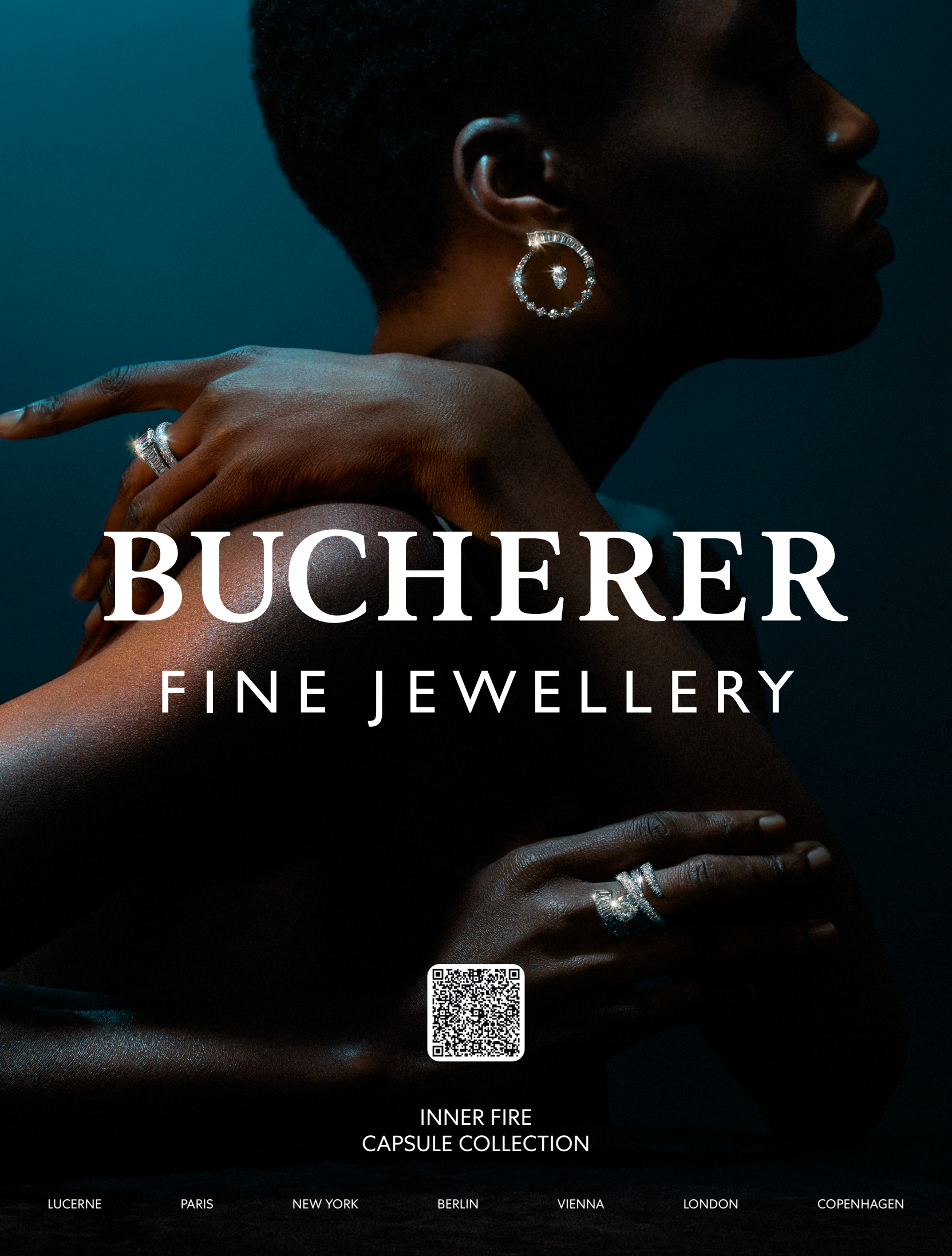
535
81078
Bo

EINE WAHRE MADURO BESTEHT AUS ZEIT

Davidoff

CIGARS

TIME BEAUTIFULLY FILLED


BUCHERER
FINE JEWELLERY
INNER FIRE
CAPSULE COLLECTION
LUCERNE
PARIS
NEW YORK
BERLIN
VIENNA
LONDON
COPENHAGEN