

GQ

GERMANY

DAS STIL-MAGAZIN
GENTLEMEN'S QUARTERLY

D 5,50 €
CH 9,80 SFR
A 5,50 €

**COLIN
FARRELL**

**DAS COMEBACK
INTERVIEW**

SNEAKERS

**DIE NEUEN
STATUS
SYMBOLE**

62
**SEITEN
FASHION**

**DER
BITCOIN
HYPE**

PLUS

**STIL
IKONE
A\$AP
ROCKY**

**LUXURY
LIFE**

**Miami
New York
Dubai
London**

SO GEHT COOLNESS 2018

Karriere | Style | Personality

FEBRUAR 2018



Tambour Horizon

Your journey, connected.



louisvuitton.com

LOUIS VUITTON



dapper dan

GUCCI

gucci.com







DOLCE & GABBANA

#DGVENEZIA

@rafflaw @camerondallas @austinmahone @dachuanjin @brandonthomaslee

Anzug
und Pullover
BOSS
Uhr
Apple

FASHION

OFFICE- STYLE

Kyle MacLachlan, der Star aus „Twin Peaks“, zeigt die coolsten Anzug-Looks

COVERFOTO COLIN FARRELL: John Balsom/Trunk Archive; Hemd und Hose: Dolce & Gabbana

Agenda

16
Die wichtigsten Trends, Must-haves und Kulturtermine in diesem Monat

Politik

28
GQ-Kolumnist Béla Andra erklärt, warum Christian Lindner doch noch siegen könnte

Colin Farrell

31 COVERSTORY
Der Hollywoodstar startet seine Karriere und sein Privatleben neu: das große Comeback-Interview

Hollywood

42
Nach dem Skandal um Harvey Weinstein: wie sich die Stadt der Träume neu erfindet

Raf Simons

45
Designer Marc Jacobs verneigt sich vor seinem Kollegen

Till Brönner

50
Cool in Bild und Sound: Der Jazztrompeter ist auch als Fotograf erfolgreich

Paket-Wahn

52
GQ-Kolumnist Wolfram Winter ärgert sich über den digitalen Alltag

Brunello Cucinelli

55
GQ besucht den Kaschmir-König in Umbrien und spricht mit ihm über Erfolg, Werte und Moral



Wer wirklich entspannen will, muss raus aus dem Alltag: vier Wellness-Resorts in den Bergen, die uns begeistern

FASHION NEUE HELDEN 118



84 COVERSTORY KLASSIKER



GQ spricht mit Olivier Audemars über die „Royal Oak Offshore“ und die Kunst-Projekte von Audemars Piguet bei der Art Basel Miami

Glänzender Auftritt: Junge Hollywood-Stars wie Bill Skarsgård im stylischen GQ-Shoot

DENKT MIT.

HUAWEI Mate10 Pro

CO-ENGINEERED WITH



HUAWEI Mate10 Pro

Das erste Smartphone mit einer mobilen
Computing-Plattform für Künstliche Intelligenz.
Entwickelt, um mitzudenken.



consumer.huawei.com

Farben, Formen, Interface und Funktionen dienen nur als Muster. Aussehen und Funktionen des Produkts können abweichen.



INHALT

Guter Stoff

68

Cord ist zurück!

**Bomberjacke
im Büro**

72

So trägt man das
Trendteil zu Anzügen**Rekord-Koch**

94

GQ trifft Drei-Sterne-
Mann Jan Hartwig in
seinem In-Restaurant**London**

98 COVERSTORY

Die besten neuen
Hotspots für Foodies**Tequila**

100

Wiederentdeckung
des Drink-Klassikers**Sex im Flugzeug**

101

Wie man's richtig
macht!**Luxus-Insel**

102 COVERSTORY

Bulgari-CEO Jean-
Christophe Babin
über das neue High-
End-Resort in Dubai**Gesichtspflege**

112

Das hilft wirklich
gegen Augenringe!**Cars**

114

Von Kleinwagen bis
Luxusklasse: GQ
testet Autos in
Society-Hotspots**Bitcoin**

117 COVERSTORY

GQ erklärt den Hype

Sex

142

Bi-curiosity: Kick
fürs Liebesleben

COVERSTORY

**ASAP
ROCKY**Er lebt Hip-Hop
UND High Fashion:
GQ trifft den Style-Gott
zum Fashion-Shoot
und Interview

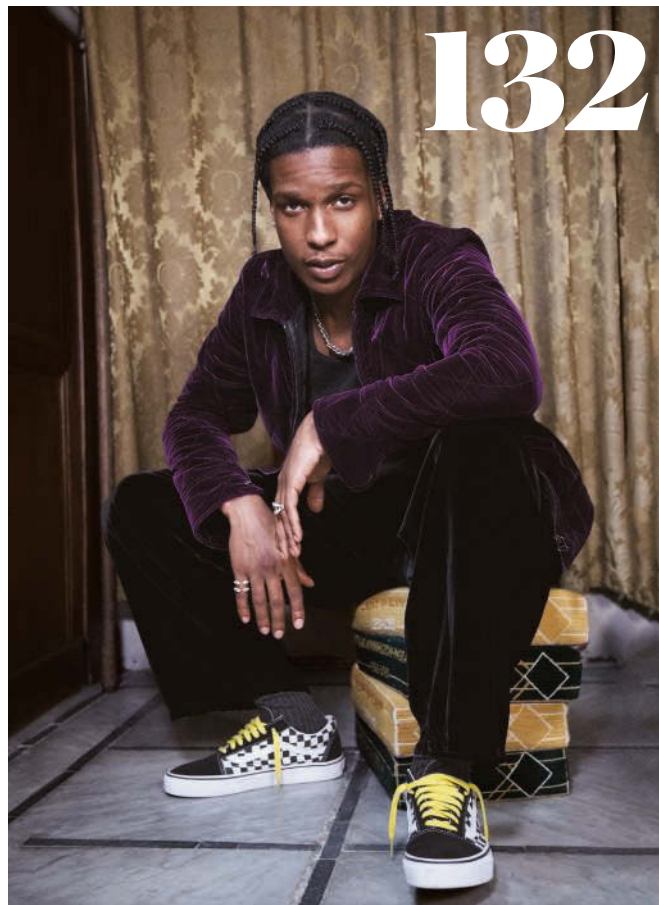
46



PORTRÄT

PRINZ HARRYIm Mai heiratet er – der
letzte Wilde des englischen
Königshauses wird ver-
nünftig. Oder doch nicht?

132



STANDARDS

13...EDITORIAL

14...BACKSTAGE

15...IMPRESSUM

COVERSTORY

39 SNEAKERSSchlangen vor den
Shops, Fantasie-
preise, künstliche
Verknappung:
GQ erklärt den
Sneaker-Boom.
Plus: die wich-
tigsten Modelle



Silhouette®

ICONIC EYEWEAR MADE IN AUSTRIA. SINCE 1964.

www.silhouette.com

A

Auf dem Luxury-Parkett gibt es zurzeit kein besseres Small-Talk-Thema. Ob beim Cocktail in Dubai oder beim Lunch in Los Angeles – wann auch immer Sie das Gefühl haben, die *conversation* beginnt Sie zu langweilen, dropfen Sie diese sieben Buchstaben: B-I-T-C-O-I-N.

Ein Begriff mit nahezu magischer Wirkung. Bitcoin, Blockchain, Kryptowährung – der neue Sprachcode der Society.

Virtuelle Werte, die schneller in die Höhe schießen als Supertower in Shanghai. 2000 Euro, 10000 Euro, 20000 Euro... Überhitzter Hype oder erst der Anfang? Egal. Den Bitcoin erwähnt, sei es auch nur beiläufig – und die Aufmerksamkeit aller ist Ihnen sicher. Menschen, die sich vorher noch nicht kannten, reden plötzlich über privateste Geldgeschäfte und teilen mächtige Multimillionenträume.

Die Stars am Tisch – natürlich diejenigen, die bereits vor Jahren schon eingestiegen sind, die es ja schon laaaaaange gewusst haben, dass Kryptowährungen der *hot shit* sind. Ein Investmentbanker



KRYPTO IST DAS NEUE COOL

aus London, der heute für einen Privatfonds arbeitet, weil es nicht mehr richtig cool zu sein scheint, Investmentbanker bei einer Bank zu sein, rechnete mir beim Dinner in großer Runde vor: „Wenn du vor sechs Jahren 100 000 Euro in Bitcoin investiert hättest, wärst du heute 168-facher Millionär.“ Okay, in Momenten wie diesem fällt es schon schwer zu erklären, warum man vor sechs Jahren noch nicht so weitsichtig war und in Bitcoin investiert hat. Und da ist es auch kein wirklicher Trost, jetzt noch über Aktiengeschäfte zu reden, die man stattdessen gemacht hat (oder gern gemacht hätte)... Langweilig, Aktien – das ist so *outdated* heute. Das ist wie

der Blick zurück in ein Portemonnaie, in dem früher noch stolz eine Kreditkarte in Platin oder Black gegläntzt und von beruflichen Erfolgen erzählt hat. Vorbei. Überhaupt: Portemonnaie, Geldscheine – alles so *last season*. Krypto ist das neue cool. Niemand braucht mehr echtes Geld.

Statussymbole 2018: Das sind virtuelle Werte, die niemand sehen kann – und Sneakers, die niemand kaufen kann, weil sie so limitiert sind, dass sie meist nur an berühmte Freunde des Hauses oder per Verlosung vergeben werden. Der Sneaker als neues Investment-Piece. Wie der „Chanel x Pharrell Williams“, der gerade bei 12000 Euro gehandelt wird. Beliebteste Anlagestrategie übrigens: immer gleich zwei Paar ordern. Eines aufbewahren (auf Wertsteigerung setzen und dann höchstbietend verkaufen) und eines selbst tragen – soll ruhig jeder sehen, dass Sie zur *premium gentlemen's league* gehören. Bitcoin to go sozusagen...

Lassen Sie sich inspirieren von der neuen GQ.

TOM JUNKERSDORF
Chefredakteur



MEIN KAUF DES MONATS

Vom Office ins Flugzeug schnell zum nächsten Termin: Die Prada-Hose aus Stretch-Tricotine bringt nichts aus der Form. Sportliches Fashion-Detail: die gewachsenen Zipper.



Auf Instagram:
@TOMJUNKERSDORF



Marc Jacobs

DESIGNER

gratuiert exklusiv in GQ
Raf Simons zum 50. (Seite 45)

Die höchste Form der Anerkennung ist es, von einem großen Kollegen gewürdigt zu werden. In diesem Heft schreibt kein Geringer als der New Yorker Fashion-Superstar Marc Jacobs eine Hommage an Raf Simons. Beide prägen seit den 90ern den Zeitgeschmack wie wenige sonst. Giganten!



Die Favoriten von GEORG KHITTL, STV. PHOTO DIRECTOR GQ

PARFÜM

Die Düfte von Waters + Wild von der Atlantikküste Irlands verströmen wilde, raue Natürlichkeit. Ich trage „Cedarwood + Cognac“ (120 €).



MOTORRAD

Ein absoluter Traum: Mit der brandneuen Hesketh Valiant Supercharged (250 PS, 58.000 €) durch die Stadt ins GQ-Büro cruisen...



KAMERA

Für mich das schönste Gadget der Welt: Die Hasselblad X1D-50c (9480 €) hat schon einige Designpreise gewonnen. Völlig zurecht. Skandinavischer Minimalismus deluxe!



DESIGN-HOTEL

Bei meinem nächsten Paris-Trip werde ich definitiv ins „Hotel du Ministère“ (ab 120 €) einchecken. Stylish und voll mit Kunst – u.a. von David Lynch.



Satoshi Hashimoto

ILLUSTRATOR

bebildert unsere neue Reihe über weltweite Business-Lunch-Etikette (Seite 26)

Der Japaner prägt seit 2007 die Ästhetik des globalen Business & Lifestyle-Magazins „Monocle“. Wir freuen uns sehr, dass er jetzt auch für GQ arbeitet!

Neben seiner Kunst lieben wir auch sein persönliches Lebensmotto: „Live a simple and positive life!“

Will Welch

AUTOR

interviewte A\$AP Rocky
(Seite 132)

Unser amerikanischer GQ-Kollege traf den Rap-Gott nach einem Konzert in Philadelphia. Chaotische Backstage-Interviews ist er als ehemalige Redakteur des Musikmagazins Fader gewöhnt. Dennoch holte er sich Unterstützung: Die Fragen kamen u.a. von Raf Simons und Kris Van Assche.



Béla Anda

AUTOR

schreibt jeden Monat in GQ über die Player in der Politik (Seite 28)

Als langjähriger Regierungssprecher von Bundeskanzler Gerhard Schröder und als Ex-Mitglied der Bild-Chefredaktion kennt er die Spielregeln (und die Hinterzimmer) der Macht. Ab sofort schreibt Anda in GQ über aktuelle politische Entwicklungen. Zum Start verrät er, was nun wohl aus FDP-Chef Christian Lindner wird...



GQ erscheint in der Condé Nast Verlag GmbH,
Karlstraße 23, 80333 München, Telefon: 089 38104-0, mail@condenast.de, www.condenast.de
gqpost@gq.de, www.gq.de

Chefredakteur
TOM JUNKERSDORF

STELLVERTRETER DES CHEFREDAKTEURS **Marcus Lucas** STELLVERTRETENDER CHEFREDAKTEUR **Marco Rechenberg**
ART DIRECTOR **Jana Meier-Roberts** PHOTOGRAPHY DIRECTOR **Frank Seidlitz** FASHION DIRECTOR **Tobias Frericks**
MANAGING EDITOR & CVD **Margit Teuteberg**
TEXTCHEFS **Oliver Fuchs, Jost Kaiser**
BEAUTY DIRECTOR **Constantin Herrmann**
Textredaktion Ulf Pape, Clark Parkin

Mode Manuela Hainz (stellv. Fashion Director), Thomas Haditsch (Ass.), Sharina Lichtl (Ass.)

Bildredaktion/Booking Georg Khittl (stellv. Photography Director), Verena Aichinger

Art Department Felix Wetzl (stellv. Art Director), Anais Hüttenbrink, Mathias Leidgschwendner, Viola Müller-Hergerdt (Schlussgrafik)

Assistenz der Chefredaktion Iryna Baumbach, Tel. -206

Mitarbeiter dieser Ausgabe Andreas Achmann, Béla Anda, John Balsom, Julian Baumann, Thomas Clausen, Greg Delves, Andrew Dosunmu, Christoph Eisenschink, Mimi Erhardt, Reinhard Haas, Satoshi Hashimoto, Sarah Heidelberger, Patrick Heidmann, David Jenkins, Matt Jones, Friederike Jung, Jörn Kaspuhl, Billy Kidd, Paola Kudacki, Olivier Kugler, Alex Lau, Simon Lohmeyer, Florian Molzahn, Oliver Munday, Peter Praschl, Josip Radovic, Daniel Riera, Kimberley Ross, Moritz Schmid, Jürgen Schmieder, Jan Steins, Jeffrey E. Stern, Alexander Stilcken, Ricardo Vizcaino, Will Welch, Wolfram Winter, Cengiz Yar

Büro Mailand Anna Riva, Paola Dörpinghaus, p.dorpinghaus@condenast.it, Tel. +39 (02) 29 00 07 18

Büro New York Christina Schuhbeck, christina_schuhbeck@condenast.com, Tel. +1 (212) 630 4980

Schlussredaktion LEKTORNET GmbH

Syndication syndication@condenast.de

GQ.de Johannes Patzig (Ltg.), Mathias Ottmann, Tobias Singer, Max Walbersdorf, Stephanie Wiegand

Verantwortlich für den redaktionellen Inhalt des Magazins

TOM JUNKERSDORF

Abonnement-Betreuung Deutschland und Ausland ohne Schweiz: GQ Leserservice, Postfach 290, 77649 Offenburg, Telefon: +49 (0)781 6394507, E-Mail: abo@gq-magazin.de.

Preis für Jahresabonnement (12 Ausgaben): 56,50 € (D), 56,50 € (AUT). Restliches Ausland auf Anfrage. Schweiz: GQ Leserservice, Postfach, 6002 Luzern, Telefon: +41 3292244.

E-Mail: gq@leserservice.ch. Preis für Jahresabonnement (12 Ausgaben): 100 sfr. USA: GQ (German) (USPS No 0023823) is published monthly by Condé Nast Verlag GmbH. Subscription price for USA is \$ 90 p.a.

K.O.P.: German Language Pub., 153 S Dean St, Englewood NJ 07631, glpnews.com. Application to mail at Periodicals Rates is pending at Englewood NJ 07631 and additional mailing offices.

Postmaster: Send Address changes to: GQ (German), GLP, PO Box 9868, Englewood NJ 07631.

Bestellung von Einzelheften Preise, Verfügbarkeit und Bestellung unter <http://abo.gq-magazin.de/Einzelhefte>; für weitere Fragen Tel: + 49 (0) 1806/012906

(0,20 €/Anruf aus dem dt. Festnetz, Mobilfunk max. 0,60 €/Anruf. Abweichende Preise aus dem Ausland möglich.)



Zurzeit gilt Anzeigenpreisliste Nr. 21, gültig ab 1.1.2018. Alle Rechte vorbehalten. Die Zeitschrift und alle in ihr enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlags strafbar. Für unverlangt eingesandtes Text- und Bildmaterial wird keine Haftung übernommen. ISSN-Nr. 1434-5560



Beim Druck dieses Produkts wurde durch den innovativen Einsatz der Kraft-Wärme-Kopplung im Vergleich zum herkömmlichen Energieeinsatz bis zu 52 % weniger CO2 emittiert. Dr. Schorb, ifeu-Institut

© 2018 Condé Nast Verlag GmbH. Alle Rechte vorbehalten. Die Zeitschrift und alle darin enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Mit Ausnahme der gesetzlich zugelassenen Fälle ist eine Verwertung ohne Einwilligung des Verlags strafbar. Für unverlangt eingesandtes Text- und Bildmaterial wird keine Haftung übernommen.

Publisher
ANDRÉ POLLMANN

Anzeigen/Vermarktung

SALES

Christina Linder, HEAD OF SALES, christina.linder@condenast.de, Tel. -430

Christine Weinsheimer, HEAD OF DIGITAL SALES, christine.weinsheimer@condenast.de, Tel. -466

BRAND ADVERTISING

Margit Färber, BRAND DIRECTOR, margit.farber@condenast.de, Tel. -363 (verantwortlich für Anzeigen)

MARKETING

Angela Reipschläger, HEAD OF MARKETING, angela.reipschlaeger@condenast.de, Tel. -793

Andrea Beckmann-Otto, MARKETING DIRECTOR, andrea.beckmann@condenast.de, Tel. -103

Kathrin Ölscher, MARKETING DIRECTOR, kathrin.oelscher@condenast.de, Tel. -746

CLIENT SERVICES

Olaf Kopmann, HEAD OF CONTENT MARKETING, olaf.kopmann@condenast.de, Tel. -228

ADVERTISING OPERATIONS

Simona Reis, TEAM LEAD AD & CAMPAIGN MANAGEMENT, simona.reis@condenast.de, Tel. -409

Katharina Schumm, LEITUNG REVENUE MANAGEMENT, katharina.schumm@condenast.de, Tel. -135

Vertrieb

Alima Longatti, HEAD OF DIRECT MARKETING & CRM, alima.longatti@condenast.de, Tel. -301

Einzelverkauf MZV GmbH & Co. KG, Karsten Reissner (Bereichsleitung)

Herstellung

Lars Reinecke, DIRECTOR PRODUCTION

Druck Mohn Media, Mohndruck GmbH, Carl-Bertelsmann-Straße 161M, 33311 Gütersloh

Digitale Vorstufe CLX Europe S.p.A., Via dell'Artigianato Nr. 8/a, 37135 Verona/Italien

Unternehmenskommunikation/PR

Ines Thomas, DIRECTOR CORPORATE COMMUNICATIONS, presse@condenast.de, Tel. -413

Finanzen

Roland Riedesser, FINANZDIREKTOR

Herausgeber und Geschäftsführer
MORITZ VON LAFFERT

Chairman Condé Nast International
JONATHAN NEWHOUSE

GQ AGENDA

Kragen hoch
– das ist das
modische
Gebot der
Stunde. GQ
erklärt den
Trend



02

18

Als „American
Gigolo“ wurde
Richard Gere 1980
zur Ikone und
Armani zum ge-
fragtesten Label
eines neuen
Männertyps

JETZT GEHT'S UNS AN DEN KRAGEN

Style is automatic.

TISSOT EVERYTIME SWISSMATIC.
BIS ZU 3 TAGE GANGRESERVE.



T+TISSOT

#ThisIsYourTime

TISSOTWATCHES.COM
TISSOT, INNOVATORS BY TRADITION

Kino: IM GANGSTER-EPOS „NUR GOTT KANN MICH RICHTEN“ BEGEISTERN STARS WIE MORITZ BLEIBTREU UND KIDA RAMADAN, AB 25.1.

KLAPPT SCHON!

Der hochgeklappte Kragen oder „Popped Collar“ ist zurück – und wir zeigen, wie Sie ihn stilvoll in Stellung bringen



Frägt man nach einer Top Ten der größten Modesünden, schafft es der aufgestellte Kragen oft an die Spitze. Bei vielen hat der 80er-Jahre-Popper-Look mit pastellfarbenen Polo-Shirts und Hals-Trichtern ein bleibendes Fashion-Trauma hinterlassen. Dabei macht das Hochklappen durchaus Sinn! Ob auf dem Tennis-Court oder bei einem Segeltörn – bei glühender Mittags-sonne ist man froh über den Nackenschutz. Jenseits der Zweckmäßigkeit kann der aufgestellte Kragen aber auch einfach nur cool aussehen: Mit einem kleinen Handgriff verleiht man seinem Outfit eine völlig andere Note. John Legend und

Rob Lowe



John Legend



TREND

Henry Cavill



Lanvin



Prada



Henry Cavill machen es vor: Kombiniert mit einem simplen Pulli, lässt ein hochgeklappter Kragen klassische Mäntel sofort weniger konventionell wirken. Die Frage, ob das auch mit Hemdkragen funktioniert, beantworten die kommenden Kollektionen von Lanvin und vor allem Prada. Und zwar mit einem deutlichen Ja! Miuccia Prada, die immerhin schon das angebliche Fashion-No-Go Sandalen mit Socken cool machte, kombiniert aufgestellte Hemdkragen mit Cardigans, Anzügen und Overalls – und beweist, dass manche Moderegeln einfach nur darauf warten, gebrochen zu werden.

Accessoire

ULTIMATIVES UNDERSTATEMENT



Wertanlage mit Weitsicht: Dezent und stilvoller als mit dieser handgefertigten 18-Karat-Brille kann man Gold wohl kaum tragen.

Lotos Goldbrillen, „Retro 1872 Kollektion“, 4.500 €

B

Gültig bis 11.02.18 auf breuninger.com. Mindesteinkaufswert 49€. Nicht kombinierbar.

B breuninger
breuninger.com

10 €

ONLINE
GUTSCHEIN

Ihr Persönlicher Code:
20A-AZGQ

Doku: SEIT 10.1. AUF SKY: „HANSA STUDIOS: BY THE WALL“ ÜBER DAS LEGENDÄRE TONSTUDIO, IN DEM DAVID BOWIE, R.E.M. UND U2 AUFNAHMEN

Rough und luxuriös

Schuh
Boss
Preis auf
Anfrage

In diesem Schuh vereinen sich Wildheit und Eleganz so geschmeidig wie in einem SUV. Auf der Oberseite präsentiert er sich als edler Captoe Derby aus glänzendem Spazzolato-Leder. Auffällig: der Vintage-Effekt an Kappe und Ferse. Die Unterseite wiederum erinnert an einen Armeestiefel, der es mit jedem Terrain aufnehmen kann. Der perfekte Schuh für den Jahresanfang also.

JETZT NEU

Blockbuster



HOT DOG

ab 18.1. im Kino

Nachdem Matthias Schweighöfer und Til Schweiger sich im Doppelpack als Erfolgsgaranten für die Kinokasse erwiesen, kommen sie nun mit einem Buddy-Movie als Good Cop und Bad Cop zurück. Raten Sie, wer wen spielt!

Sound-Magier



NILS FRAHM *All Melody*

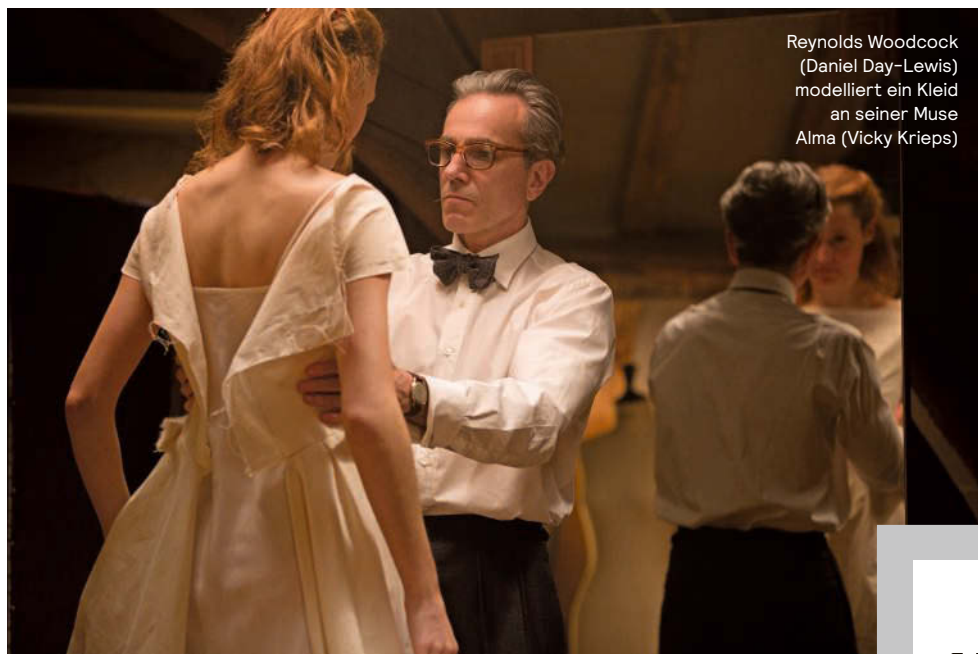
Das Publikum liebt den deutschen Pianisten. Und andere Künstler reißen sich um ihn. Robert De Niro und der Street-Artist JR drehten einen Kurzfilm mit ihm, er komponierte die Musik zu Sebastian Schippers Kinohit „Victoria“ ... Gerade wurde Frahms Berliner Tonstudio fertig – und darin sein siebtes Album. Diesmal: mehr Elektro als Piano, mehr Herz als Kopf, keine Grenzen, nur Melodien.

ab 26.1.

FOTOS: GREG DELVES; COURTESY OF 2017 WARNER BROS ENT.; ALEX SCHNEIDER



Musik: TOCOTRONIC ERKLÄREN UNS AUF IHREM GROSSARTIGEN ZWÖLFTEN ALBUM „DIE UNENDLICHKEIT“ (AB 26.1.; AB MÄRZ AUF TOURNEE)



Reynolds Woodcock
(Daniel Day-Lewis)
modelliert ein Kleid
an seiner Muse
Alma (Vicky Krieps)

Kino

EIN MEISTER TRITT AB

IN SEINEM LETZTEN
FILM SPIELT DANIEL
DAY-LEWIS EINEN
MODESCHÖPFER. UND
ZEIGT NOCH EINMAL
ALL SEIN GENIE

► Das Nachkriegs-London der 50er-Jahre. Ein prächtiges Stadthaus, in dem sich reiche Damen und gekrönte Häupter exquisite Kleider auf den Leib schneidern lassen. Auf den ersten Blick ist Regisseur Paul Thomas Andersons neuester Film „Der seidene Faden“ (ab 1.2.) ein betörendes Historien-drama über die Blütezeit der Haute Couture. Letztendlich ist er aber viel mehr als das. Er ist die meisterhaft inszenierte Charakterstudie eines Künstlers, nämlich des (fiktiven) Couturiers Reynolds Woodcock. Wohl kein anderer Schauspieler kann sich so sehr in eine Figur vertiefen wie der dreifache Oscar-Preisträger Day-Lewis. Für seine Rolle als Modeschöpfer erlernte er nicht nur Schneiderhandgriffe, er dachte sich, wie stets, auch in jede Facette seiner

Rolle hinein. Diese Detailversessenheit bis an die Grenze zum Obsessiven, die Day-Lewis' Arbeit auszeichnet, passt perfekt zu seinem Filmhelden Reynolds Woodcock. Dessen Arbeit hat den Rhythmus seines Lebens völlig bestimmt. Mal charmant und fast verletzlich, mal kalt und alle hart angehend, die sein Werk zu stören drohten. Eine Konstante in seinem Leben ist seine Schwester Cyril (Lesley Manville), die gleichzeitig als Geschäftspartnerin fungierte. Andere Frauen werden als Musen benutzt und fallen gelassen, sobald sie sich seinem Willen widersetzen – bis Kellnerin Alma (Vicky Krieps) in sein Leben tritt und sich weigert, bloß schmückendes Beiwerk zu sein. Untermalt von Jonny Greenwoods fantastischer Musik ent-spinnt sich ein Drama, so schön, komplex und auch manchmal herausfordernd – wie Haute Couture selbst.

Travel



KEINEN TOMATENSFT, BITTE!

Update in der höchsten Bar der Welt: In der Emirates-Skybar im A380 gibt es jetzt (endlich!) auch den Negroni im Angebot. Wer den Klassiker aus Gin, Wermut und Campari so gern trinkt wie wir, der schwebt jetzt wie auf Wolken. Cheers!

SOUND

Mystisches Erlebnis

Egal ob beim Heimkino oder der Dinner-Party: Diese brillanten Lautsprecher sind eine (Light-)Show für sich. Der eingebaute Verstärker und die bekannte, ausgefeilte KEF-Technologie lassen die „LS50“ extrem transparent klingen. Die zwei Boxen sind in wenigen Minuten eingerichtet. Bei der von Marcel Wanders designeden Edition bringen fluoreszierende Elemente auf der Front die Lautsprecher im Dunkeln zum Leuchten. Ein nahezu mystisches Erlebnis in Klang und Optik.

KEF, „LS50 Wireless ‚Nocturne‘“, 2.650 €



True Story: JAMES FRANCO ERZÄHLT AB 1.2. IN „THE DISASTER ARTIST“ DIE GESCHICHTE HINTER DEM ANGEBLICH SCHLECHTESTEN FILM ALLER ZEITEN

FASHION



Links: David Bowie in Versace-Ornament-Prints. Oben: Elton John mit dem Mode-Genie

Kaum ein Label verkörpert exzessiven Glamour wie Versace. Rechts: Carla Bruni und Markus Schenkenberg, unten Joan Collins und Britt Ekland

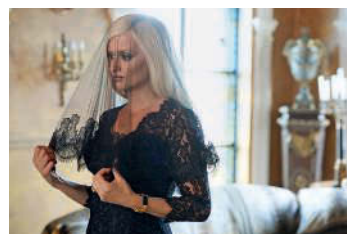


Kronprinzenpalais Unter den Linden Berlin, ab 30.1.

+ Versace-Ausstellung in Berlin

Wie funktioniert der unverkennbare Versace-Look, in dem Stars und Topmodels sich seit den 80ern gern inszenieren? Das erklärt die fantastische Retrospektive, die unter anderem auch Stücke zeigt, die für Prince oder Madonna angefertigt wurden.

Neue Serie: „The Assassination of Gianni Versace“



Es war eine Zeit, in der Miami zu den schillerndsten Orten der Welt zählte, ein Hedonisten-Paradies voller schöner Menschen, die heiße Nächte durchtanzten. Zur gleichen Zeit, also Mitte der 90er, war das Modehaus Versace auf dem Höhepunkt seines Erfolgs, und der Herrscher dieses Hauses war Gianni Versace. Der Designer lebte selbst in Miami Beach. Am 15. Juli 1997 erschoss ihn ein Mann auf den Stufen vor seiner Villa am Ocean Drive. Als die Schockmeldung um die Welt ging, kam damit auch die Frage nach den geheimen Schatten-seiten des immer

Top-Cast: Édgar Ramírez als Gianni Versace, Penélope Cruz (ganz oben) als seine Schwester Donatella

sonnigen Miami auf. „Die Ermordung von Gianni Versace“ ist – nach dem hochgelobten „The People v. O.J. Simpson“ – die zweite Staffel der Serie „American Crime Story“, die nicht nur große Kriminalfälle nacherzählt, sondern auch den Zeitgeist jener Ära untersucht, in der diese Verbrechen geschahen. Toll besetzt mit Édgar Ramírez, Ricky Martin – und Penélope Cruz als Donatella!

„American Crime Story: The Assassination of Gianni Versace“ ab 29.1., Sky

Zitat

„Wir leben heute in einer Welt, in der es sehr leicht ist, die Wahrheit mit Beliebtheit zu verwechseln.“

Chamath Palihapitiya
(Ex-Facebook-Manager)



EINZIGARTIG.
FÜR SIE GEFERTIGT!

Hemd nach Maß ab € 59,90



DOLZER®

MASSKONFEKTIONÄRE
SEIT 1963

www.dolzer.com



MIT STIL EINEN SUPERSPORTWAGEN BESITZEN

Der Wagen sollte entweder brandneu oder ein echter Klassiker sein. Es gibt nichts Traurigeres als einen Mann, der sich seine Midlife-Crisis aus zweiter Hand kauft.

Kürzen Sie den Namen des Herstellers niemals ab. Vom eigenen Wagen als „Lambo“ zu sprechen, ist fast so schlimm, wie sich ein Wagyu-Steak „gut durchgebraten“ zu bestellen.

Folierungen sind Hip-Hop-Millionären vorbehalten. Soll Ihr Wagen wirklich NOCH mehr Aufmerksamkeit auf sich ziehen?

Merchandise-Artikel von Automarken sind Vätern vorbehalten, die sich moralisch dazu verpflichtet fühlen, ihre Vattertagsgeschenke zu tragen.

Ihr Supersportwagen sollte niemals auf dem Bildschirmschoner Ihres iPhones auftauchen.

Heißen Sie Vettel? Wenn nicht, ziehen Sie bitte diese halbhohen Rennfahrerschuhe aus!

ACCESSOIRE FÜR ABENTEURER

ÜBERRASCHENDER TREND: PERLENKETTEN FÜR MÄNNER

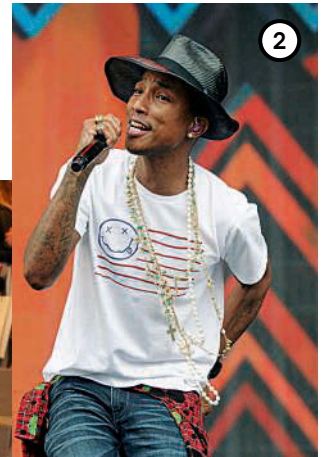


Der englische Seefahrer Sir Walter Raleigh trug Perlen in Tropfenform im Ohr, der Maharadscha von Patiala legte sie sich gleich in 13 Reihen wie einen Brustschild um den Hals. Das ist alte Geschichte. In der jüngeren Männermode fanden Perlen kaum statt. Bis jetzt! Bei der Chanel-Show im Dezember in Hamburg erschien Schauspieler Lars Eiding mit Perlenkette, Designer Giambattista Valli trägt schon seit einiger Zeit eine. Und wenn Pharrell Williams mit seinem Halsschmuck happy ist – dann sind wir es auch.



1. Lars Eiding interpretiert den ikonischen Perlenketten-Look mit Chanel-Janker überm T-Shirt, abgewetzten Chucks und Walfänger-Strickmütze 2. Pharrell Williams trägt schon länger Chanel-Ketten zu seinem gut-gelaunt-coolen Signature-Look 3. Giambattista Valli schafft die schwierigste Kombi mit klassischem Damen-Collier zum Sweatshirt

Schmuck



Kino — Heißer Oscar-Favorit: Gary Oldman als Winston Churchill



+



=



→



Beim Dreh des packenden Politdramas „Die dunkelste Stunde“ soll der Schauspielgigant Zigarren im Wert von 20 000 Dollar weggepafft haben. Auch deshalb: eine preiswürdige Leistung! ab 18.1. im Kino

MAURICE LACROIX

Manufacture Horlogère Suisse



AIKON COLLECTION
#BEYOURAIKON

YOUR TIME IS NOW.

BUSINESS

...Frankreich

BROT & WASSER

Wenn im Restaurant Baguette mit Butter gereicht wird, sollte man sich weder eine Stulle schmieren noch vom Brot abbeißen. Von der Baguette-scheibe bricht man ein kleines Stück ab, streicht etwas Butter darauf und isst es. Außerdem: Salat nie mit dem Messer schneiden, sondern zu große Blätter auf die Gabel falten.

Wichtige Getränke-Regel: dem Gegenüber Wein, aber niemals das Wasser nachschenken.



FREMDE LÄNDER, FREMDE SITTEN Zum Business-Lunch in ...

...Japan

SUSHI-ETIKETTE

Das Wasabi keinesfalls in die Sojasoße rühren. Den Reis der Maki oder Nigiri niemals eintunken. Das gilt als Beleidigung! Mit den Stäbchen die Nigiris auf die Fischseite drehen und nur diese mit der Soße benetzen. Das Wasabi wird zwischendurch mit den Stäbchen pur gegessen.

...Großbritannien

SPARGELFALLE

Dank Spargel erkennen Briten sofort, ob Sie aus gutem Hause sind. Der wird hier ohne Besteck, nur mit Daumen und Zeigefinger, gegessen. Man fasst ihn am unteren Ende an und legt das letzte Stück wieder auf den Teller.

...Thailand

GABEL-TEST

Zweck der Gabel ist es, Essen auf den Löffel zu schieben. Sie wird niemals zum Mund geführt!



Wissen

Ihr Liebesleben in 30 Sekunden erklärt



FREMDGEH-GEN GEFUNDEN!

Laut der Universität von Nevada neigen wir vor allem zu Untreue, wenn ein Elternteil Fremdgeher war. Wie bei den meisten Problemen gilt also: Die Eltern sind schuld! Beim nächsten Date gleich mal unauffällig nach der Familien-History fragen.

MONEY TALKS!

Über Geld redet man nicht. Sollte man aber. Neue Studien sagen: In glücklichen Beziehungen wissen beide über Einkommen, Vermögen und Schulden des anderen Bescheid. Unklare Finanzen sind dagegen weltweit der Trennungsgrund Nr. 1! Wir lernen daraus: Bankgeheimnisse führen in den Liebesbankrott!

BEAM ME UP!

Psychologen haben bewiesen, dass wir nach der Lektüre von Science-Fiction einfühlsamer sind. Also auch bessere Liebhaber. Hätten wir auch nicht gedacht, dass eine „Star Trek“-Convention eine Ansammlung von Sexgöttern ist. **GQ**

Bildband

Englischer Jugend-Stil


Preston Bus Station, über
donlonbooks.com,
85 €



» Der Fotograf Jamie Hawkesworth, 30, schoss Kampagnen für Miu Miu und Alexander McQueen. Er rät seinen Kollegen jedoch, sich erst dann der Mode zu widmen, wenn sie die Welt bereist hätten. Er selbst tat das ausgiebig – aber ausgerechnet im Kleinstadt-England hat er seine besten Motive gefunden: Seine berührenden Porträts von Teenagern am brutalistischen Busbahnhof von Preston sind nun als Buch erschienen. Limited Edition, 2000 Exemplare.



multi-purpose eyewear with
interchangeable lenses

L I N D B E R G 

KOLUMNE — BÉLA ANDA

ANDAS AGENDA

ER WAR IHR Darling, doch zur Zeit taugt er bestenfalls zum politischen Fußabtreter: Die Berliner Republik zürnt Christian Lindner. Weil er nicht wollte, wie sie wollte. Weil er ihren seit zwölf Jahren ersehnten Traum einer Jamaika-Koalition zunichtemachte. Weil er statt einem angestrebten Modern-Mix aus Digitalisierung, Bildungs-offensive und Förderung der Start-up-Kultur nur Konzepte von gestern erkannte. Mit dem Personal von vorgestern. Und so sprach er den besten *one-liner* seit Ronald Reagan: „Besser nicht regieren als schlecht regieren.“

Der Applaus blieb aus. Stattdessen: Unzufriedenheit, Enttäuschung, Umfrageverluste. Alles falsch? Nein! Denn wenn es richtig läuft (das heißt, wenn



Unser Autor war Regierungssprecher von Bundeskanzler Gerhard Schröder und Mitglied der BILD-Chefredaktion. Er ist Gründer und Geschäftsführer der Beratungsagentur ABC-Communication



Disruption – oder: Warum Christian Lindner doch noch der große Sieger wird

Christian Lindner es macht, wie Christian Lindner es will), hat der FDP-Chef gute Chancen, langfristig als Sieger aus dieser dritten GroKo seit 2005 herauszukommen.

Mit einem kämpferischen Auftritt beim Dreikönigstreffen, dem FDP-Jahresauftakt am 6. Januar in Stuttgart, will Lindner die Grundlage legen, um das bestehende System der regierenden Volksparteien zu seinem Ende zu bringen. Denn für ihn ist das Neo-Duo Merkel-Schulz schon jetzt Geschichte.

Und bald hinweggefegt durch die zerstörerische Kraft der Disruption! Jeder, der mal ein Start-up von außen gesehen hat, kennt den Begriff – Disruption. Vor fünf Jahren war es das Modewort der Techies, heute nutzt es Christian Lindner dreimal in vier Sätzen. Sein Kalkül: Disruptive Entwicklungen, bei denen „ein bestehendes Geschäftsmodell oder ein gesamter Markt durch eine stark wachsende Innovation abgelöst bzw. zerschlagen wird“ (Wikipedia), sind nicht zu stoppen. Und werden Neues erzwingen; in der Autoindustrie, im Handel, bei Versicherungen, in der Finanzindustrie – und auch in der Politik. Motto: Uber statt Taxi, Amazon statt Kaufhof, FDP statt GroKo.

Für die FDP hat der disruptive Prozess unmittelbar mit dem Scheitern von Jamaika begonnen und nach Meinung Lindners drei zentrale Botschaften gesetzt:

– Die FDP ist eine eigenständige Partei, nicht Erfüllungsgehilfe der Wirtschaft. Für eine Partei, die jahrzehntelang vor allem von der

Wirtschaft (und ihren Spendern) gelebt hat, ist dies wohl die radikalste Entwicklung.

– Die FDP koppelt sich von Angela Merkel ab, die Lindner „in der Spätphase ihrer Amtszeit“ sieht.

– Die FDP ist bereit für neue Koalitionen in nahezu jeder Form, Ampel, Schwampel, so lange, so Lindners Credo, die Bedingungen stimmen.

Noch ist offen, ob Lindners Strategie der schöpferischen Zerstörung greift. Ob die FDP nach dem Scheitern im Bund 2018 neue Erfolge in den Ländern holen kann, in Hessen und in Bayern.

Wenn ich Lindners Plänen zuhöre, denke ich an einen Freund in Los Angeles, technikverliebt. Vor ein paar Jahren zeigte er mir stolz seinen neuen Supersportwagen; einen Fisker, elektrisch und formvollendeter als ein Aston Martin. „Das ist die Nr. 3 der Serie“, sagte mein Freund stolz. „Nr. 1 gehört Justin Bieber, Nr. 2 hat Leonardo DiCaprio – und meiner hier ist die Nr. 3.“ Ein paar Monate später war Fisker pleite. Unglückliche Business-Umstände hatten dazu geführt. Der größte Konkurrent unter den disruptiven Autobauern dagegen, Tesla, bricht bis heute Absatzrekorde und hat Schwierigkeiten, die Nachfrage zu befriedigen. Noch ist offen, welchen Weg Christian Lindners FDP gehen wird – den von Fisker oder den von Tesla. Ich wette auf: Tesla. **CC**

DEINE ALTE TICKT NICHT MEHR GANZ RICHTIG ..?

DEINE NEUE WARTET BEI JUWELIER RALF HÄFFNER!



ALT GEGEN NEU

EUROPAS MARKTFÜHRER FÜR VINTAGE|ANTIK UHREN.

UHREN ALS KAPITALANLAGE

WWW.WATCH.DE



Firmengruppe Juwelier Ralf Häffner
Eberhardstr. 4 | D-70173 Stuttgart Mitte
Tel +49 711 933 0890 | info@watch.de

... the ultimate jacket.



HEINZBAUER
MANUFAKT





GENTLEMEN

02
18

Alle Outfits
Dolce & Gabbana

Der irische
Weltstar **Colin
Farrell** spricht in
GQ über seinen
neuen Film,
Kindheitsträume
und das Glück
des Vaterseins

Interview

„Der alte Colin ist mir
heute fremd“

FOTOS: JOHN BALSOM





**Plötzlich erfolgreich
zu sein, habe ich nicht ohne
Probleme verkraftet**



B

BYE-BYE, BAD BOY. Die Zeiten als Enfant terrible Hollywoods sind vorbei. Colin Farrell ist reifer geworden, und das zeigt sich auch in den Figuren, die er spielt. Im neuen Mystery-Thriller „The Killing of a Sacred Deer“, der in Cannes mit dem Preis für das beste Drehbuch prämiert wurde, begeistert der 41-Jährige in seiner Rolle als Herzchirurg, dessen scheinbar perfektes Leben auseinanderbricht. Nun kann sich Farrell berechtigte Hoffnungen auf seine erste Oscarnominierung machen ...

GQ: Mister Farrell, mit dem Regisseur Yorgos Lanthimos haben Sie „The Lobster“ gedreht, einen Ihrer vielleicht besten Filme. Hat er Ihnen die Rolle im Nachfolgeprojekt „The Killing of a Sacred Deer“ auf den Leib geschrieben?

Colin Farrell: Schön wär's. Auch wenn wir uns schon beim ersten Mal blendend verstanden haben, hat er gezögert, mir überhaupt das Drehbuch zu geben. Anscheinend dachte er, ich sei zu jung für die Rolle. Er hatte keine Ahnung, wie grau mein Bart werden kann. Zum Glück durfte ich das Skript dann irgendwann doch lesen. Und wie bei „The Lobster“ war es wieder das außergewöhnlichste Drehbuch, dass ich in meinen 20 Jahren in diesem Beruf gelesen hatte.

Wo Sie gerade den Bart erwähnen: Der ist also echt?

Na klar. Furchtbar, oder? Auf dem Kopf habe ich ja noch Glück, aber beim Bart macht es keinen Spaß, grau zu werden. Ich konnte es kaum erwarten, das Ding nach den Dreharbeiten wieder abzurazieren. Schließlich bin ich verdammt noch mal erst 41.

Interview:

PATRICK HEIDMANN

FILM



THE KILLING OF A SACRED DEER
mit Colin Farrell, Nicole Kidman, Barry Keoghan; Regie: Yorgos Lanthimos

In das Leben des renommierten Herzchirurgen Steven dringt ein fremder Teenager ein. Er freundet sich mit Stevens Kindern und seiner Frau (Kidman) an – bis seine wahren Absichten sich offenbaren. Brutal geniales Kino.
seit 28.12.

Aber besser einen Bart stehen lassen, als sich wie damals für „The Lobster“ eine Wampe anzufuttern, oder?

Das ist allerdings wahr. Damals dachte ich noch: herrlich, einfach jede Menge ungesundes Zeug essen. Doch nach zwei Tagen war der Spaß vorbei. Irgendwann fühlt man sich nur noch schlapp und müde. Für die Rolle war das genau richtig, aber nicht auf Dauer.

Für „The Killing of a Sacred Deer“ mussten Sie sich also nichts zumuten?

Da ich ja einen Chirurgen spiele, war ich bei einer Operation am offenen Herzen dabei – da wurde mir doch ein bisschen flau. Ich habe kein Problem damit, Blut zu sehen, aber Blut, Fleisch und Knochen? Das ist

etwas anderes. Das schlagende Herz, das Geräusch der Knochensäge und der Geruch verbrannten Gewebes, das kann den stärksten Mann umhauen. Einige aus unserem Team mussten jedenfalls den Raum verlassen.

Im Film lebt Ihre Figur vermeintlich ein Bilderbuchleben: guter Job, großes Eigenheim, Familie mit Frau und Kindern.

Das wäre für Sie als dauernd reisender Schauspieler und Single-Mann doch der Albtraum?

Nicht so schnell. Es gibt Leute, die in einem solchen Leben ihre Erfüllung finden, und andere sind in der gleichen Situation todunglücklich. Es kommt immer auf die Umstände an – und vor allem darauf, mit wem man dieses Leben teilt.

Mit der richtigen Frau hätten Sie sich so ein Leben also vorstellen können?

Zumindest finde ich die Vorstellung eines solchen Familienalltags eigentlich sehr schön. Ich sehe jedenfalls keinen Grund, so ein klassisches Familienmodell als kleinbürgerlich und piefig abzutun. Ich bedauere es aber auch nicht, dass mein Leben eine andere Entwicklung genommen hat. Im Gegenteil, ich bin dankbar für meine beiden wunderschönen Söhne.

Selbst Vater zu sein – macht das eigentlich gewisse Rollen für Sie schwieriger?

Nein. Zumindest nicht automatisch. Wenn das Verhältnis zu meinem Filmsohn dem zu meinem echten Sohn sehr ähnlich wäre, würde mir eine dramatische Geschichte womöglich besonders nahegehen. Aber eigentlich halte ich mein Privatleben immer aus meinen Rollen heraus. Sonst mache ich mir selbst das Leben schwer – und tue meiner Figur unrecht.

Ist es eigentlich ein Klischee, dass alles anders wird, wenn man erst einmal ein Kind hat?

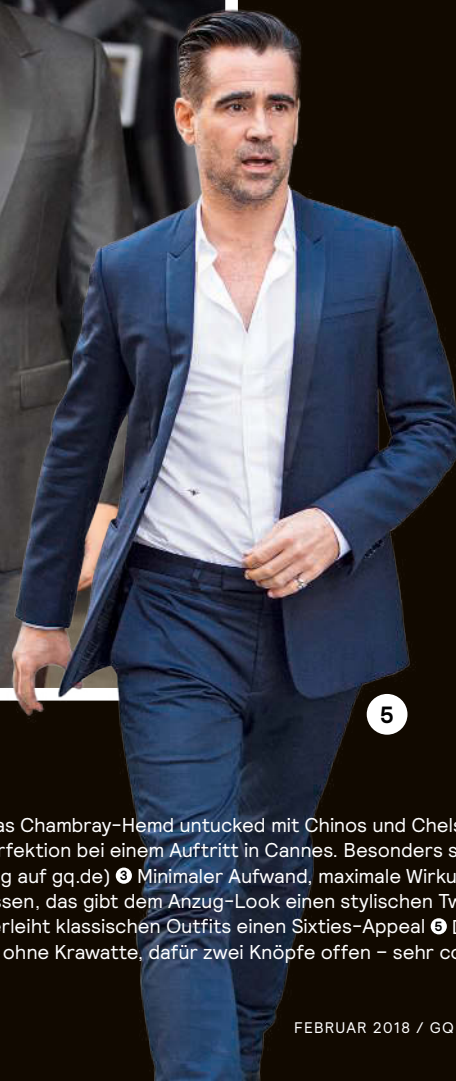
Mich hat das Vaterwerden zu einem anderen Mann gemacht. Plötzlich habe ich die wichtigen Dinge im Leben viel intensiver erlebt, während mir bei den unwichtigen erstmals wirklich auffiel, wie oberflächlich sie sind. Mich hat das umgehauen. Aber ich war auch bereit und offen für diese Veränderung.

Kommen wir vom Nachwuchs auf Sie zurück, auf den alten Colin Farrell.

Erinnern Sie sich noch daran, was Sie sich als Kind und Jugendlicher vom Leben erhofft haben?

Als Kind wollte ich Fußballer werden. Ein berühmter Spieler, der in der ersten Liga und für Irland in der Nationalmannschaft

+ Sein Streetstyle



- ❶ Smarter Casual Look: Farrell trägt das Chambray-Hemd untucked mit Chinos und Chelsea Boots
 ❷ Dresscode „Black Tie“ in Perfektion bei einem Auftritt in Cannes. Besonders stil-sicher: die handgebundene Fliege (Anleitung auf gq.de)
 ❸ Minimaler Aufwand, maximale Wirkung: Der oberste Hemdknopf ist geschlossen, das gibt dem Anzug-Look einen stylischen Twist
 ❹ Retro-Charme: Eine schmale Krawatte verleiht klassischen Outfits einen Sixties-Appeal
 ❺ Das Hemd von Dior Homme trägt er ohne Krawatte, dafür zwei Knöpfe offen – sehr cool!



Der alte Colin hätte einen Scheiß auf gute Ratschläge gegeben

aufläuft. Überhaupt: Ruhm und Berühmtsein. Das war auch noch mein Traum, als der Fußball schon nicht mehr so wichtig war. Ohne dass ich wirklich eine Vorstellung davon gehabt hätte, was das bedeutet.

Deswegen dann auch die Schauspielerei?

Nein, als ich mit der anfang, relativierte sich das. Mit 18 oder 19 Jahren ging ich an die Schauspielschule. Schon das Bewerbungsverfahren war unglaublich hart, vom Studium selbst ganz zu schweigen. Die Erfahrung dort hatte so wenig mit Glamour oder Ruhm zu tun, dass einem solche Flausen schnell ausgetrieben wurden.


Lange hat es dann aber nicht gedauert, bis die alten Träume Wirklichkeit wurden.

Stimmt, nach dem ersten Studienjahr bekam ich eine Rolle in einer BBC-Produktion und beschloss, das Studium sein zu lassen. Danach ging alles ziemlich schnell. Zu schnell, wie ich heute sagen würde. Plötzlich erfolgreich zu sein habe ich nicht ohne Probleme verkraftet.

Würden Sie das gern ungeschehen machen?

Quatsch! Wer weiß, was ohne diese Erfahrungen aus mir geworden wäre. Vielleicht wäre ich nicht da, wo ich jetzt bin. Das wäre schade, denn mein Leben und meine Karriere machen mich im Moment sehr glücklich. Das ist schon alles sehr gut so.

Was würde passieren, wenn jetzt hier der alte Colin Farrell hereinkommen würde, sagen wir, der von vor 15 Jahren?

O je. Der würde vermutlich mit uns feiern und saufen wollen, und ich würde ihn schwer erträglich finden. Natürlich bin ich irgendwie immer noch der gleiche, aber gleichzeitig erscheint mir mein früheres Wesen heute ziemlich fremd. Vermutlich würde ich mir selbst den Ratschlag geben: Junge, es ist in Ordnung, auch mal Angst zu haben. Für mich war es die heilsamste Erfahrung, mich meinen Ängsten zu stellen, statt sie zu verstecken. Wobei wir uns nichts vormachen müssen: Der alte Colin hätte einen Scheiß auf gute Ratschläge gegeben. 



FOTOS: JOHN BAL-SOM/TRUNK ARCHIVE





STIL MIT STILCKEN

DANIEL MARSHALL hat ein einnehmendes Wesen und eine Stimme, mit der vermutlich auch eine große Karriere als Synchronsprecher oder Radiomoderator möglich gewesen wäre: mit viel Timbre, sonor und irgendwie rauchig. Letzteres mag auch Einbildung sein, aber da Marshall von Zigarren und für Zigarren lebt, ist diese Assoziation vermutlich nachvollziehbar.

Ich hatte kürzlich das Vergnügen, Daniel kennenzulernen – den Mann, der sogar goldene Zigarren herstellt. Seine eigenhändig von ihm mit Blattgold umhüllten Torpedos werden jeweils in einer signierten kleinen Holzkiste ausgeliefert. Angesichts solchen Kunsthandwerks ist es einem peinlich, auf die erste Frage des Meisters „Alexander, rauchst du auch Zigarre?“ sagen zu müssen: „Nein, ehrlich gesagt nicht.“ Dabei hätte ich sagen müssen: „Nein, nicht mehr. Früher fand ich Zigarren toll und vor allem: cool!“ Tatsächlich, zum Abiball, Millennium-Silvester oder ähnlichen Gelegenheiten mussten sie eine Zeit lang dabei



Der Meister der Blattgold-Torpedos: vom edlen Genuss goldener Zigarren


sein, am liebsten Romeo y Julieta, weil deren Name so schön klang. Aber dann bin ich irgendwann erwachsen geworden und fand das Pseudo-Tycoon-Gehabe von uns jungen Möchtegern-Zigarren-Aficionados albern. Und mal ehrlich: Rauchen ist doch eh von vorgestern. Das alles habe ich aber Daniel lieber nicht gesagt. Dabei war ich mir sofort sicher: Daniel Marshall, der Zigarren-Mann der Stars und gute Freund von Arnold Schwarzenegger, kennt solche Sätze und hätte sie souverän genommen. Er weiß, dass sein Produkt nicht jedem gefällt. Aber seine Arbeit besteht nicht nur in der Produktion von unfassbar aufwendigen Humidoren. Er wirbt immer und überall für seine Sache – und die Sache ist nichts anderes als die uralte Kulturtechnik des Rauchens.

Unsere Unterhaltung wurde deshalb schnell zu einem Crashkurs in Lebensart. Er schwärmte von seinen Zigarren als den Mini-Lagerfeuern des modernen Mannes. Echte Zigarrenraucher, so Marshall, teilen die einzigartige Freude am gemeinsamen Genuss, an der Entspannung und, ja, an der Reflexion. In diesem Sinne sei es das größte Ärgernis überhaupt, dass Zigarrenraucher fast immer mit Zigaretten-, Wasserpfeifen- und Tabakpfeifenrauchern in einen Topf geworfen würden und den Makel der Unvernunft mit sich herumtragen müssten. Marshall: „Dabei rauchen wir gar nicht! Wir paffen und schmecken. Jemanden, der literweise Cola trinkt, würde man doch auch nicht mit jemandem vergleichen, der sich nur ein wenig Zucker in

den Tee rührt.“ Dann erzählt Daniel von seinen goldenen Zigarren-Torpedos. Die gebe es überhaupt nur deshalb, weil die Produzenten von „Scarface“ für einen Jubiläums-Blu-Ray-Release besonders prunkvoll gestaltete und gefüllte Humidore für Al Pacino und den restlichen Cast bestellt hätten. Blattgolden glänzend sind die Zigarren seitdem natürlich der Hingucker auf jeder Party. Wie cool wären die denn auf meinem Abiball gewesen?! Inzwischen sind sie von Hollywood bis Dubai natürlich längst Bestseller. 200 Euro kosten sie. Aber das ist nicht das Entscheidende. Sondern das Ritual, die Liebe zum Produkt, die Kennerschaft.

Novizen rät Mister Marshall: „Erstens: Man sollte immer am Ende einer Zigarre riechen, das gibt einem meist einen erstaunlich treffenden Eindruck vom Geschmack, ob sie eher erdig-kräftig oder auch cremig-sanft ist. Zweitens: Achte auf eine gleichmäßige Rollung an der Banderole. Das ist wichtig, denn nur so kann die Zigarre gleichmäßig abbrennen. Zu guter Letzt: Vertraue den etablierten Marken. Sie haben die Erfahrung, sie haben sich Respekt erarbeitet, und das wird seinen Grund haben.“ Sagt Daniel, der seit Jahrzehnten dabei ist.

„Und nächstes Mal müssen wir dann unbedingt gemeinsam eine Zigarre rauchen.“ Ist gut, denke ich, die Abi-Zigarre ist schließlich lang her.

Und es gibt ja schließlich auch sehr viel schlimmere Möglichkeiten, sein Geld zu verbrennen. 



Unser Autor schreibt hier über Ereignisse und Erlebnisse aus der Welt des Luxus



DER SNEAKER CODE

Die neuen Status-Symbole



Sneakers sind die begehrtesten Schuhe der Welt. Geld hilft einem nicht immer weiter, viel wichtiger ist ein funktionierendes Netzwerk

TREND



A

Am Anfang war Michael Jordan. Der beste Basketballer aller Zeiten wurde ab 1984, also von Beginn seiner Karriere an, vom Sportartikelhersteller Nike ausgerüstet. Niemand flog schöner zum Korb als „Air Jordan“. Deshalb widmete ihm der Konzern einen gleichnamigen Schuh mit eigens entwickeltem Logo. Er war weiß-schwarz-rot, knöchelhoch und klobig, entworfen vom Nike-Designer Peter Moore und Michael Jordan selbst. Das Modell wurde zum Verkaufsschlager und läutete aufgrund seines kommerziellen Erfolgs eine neue Ära ein. Nike, ein Unternehmen, das zuvor vor allem aus dem Laufsport bekannt war, wurde massentauglich und verpasste sich mit dem Markengesicht Jordan einen Imagewechsel. Als kurz danach Adidas gemeinsam mit dem

WEITER AUF SEITE 40

Text:

JOSIP RADOVIĆ



Gentlemen

Rap-Trio Run DMC den legendären „Superstar“ auf den Markt brachte, der zudem noch von den Rappern im Song „My Adidas“ verewigt wurde, war endgültig klar: Sneakers waren nicht mehr nur alltagstauglich, sondern auch ein Coolness-Faktor im Mainstream.

Heute, mehr als 30 Jahre später, ist diese Art von Kollaboration zwischen Unternehmen und Superstar ein Erfolgsgarant. Waren früher Sportler bevorzugte Partner der Industrie, sind es heute eher Persönlichkeiten aus der Popkultur. Adidas setzt auf Rapstar Kanye West oder die Designer Raf Simons und Yohji Yamamoto, um einem neuen Schuh Begehrlichkeit zu geben. Nike arbeitet regelmäßig mit Riccardo Tisci zusammen, und Puma hat mit der Pop-Ikone Rihanna das Label Fenty ins Leben gerufen,



Turnschuhe mit dicken Sohlen, die so aussehen, als hätte man sie vom Orthopäden verschrieben bekommen: Solche überdimensionierten Sneakers sind aktuell der Gipfel der Coolness. GQ-Tipp: Ziemlich preisgünstig gibt es die „Monarchs“ von Nike. Einfach bei der nächsten USA-Reise mal im Supermarkt nachschauen. Denn die üblichen hippen Sneaker-Stores führen den „Monarch“ fast ausnahmslos nicht.

um dem verstaubten Image entgegenzuwirken. Die Strategie hinter den Kollaborationen ist einfach zu verstehen. Die Marken geben hohe Summen aus, um sich die Dienste der gehyptesten Musiker, Designer und Sportler zu sichern. Der Star verleiht dem Produkt Coolness und Hype. Selten werden dazu ganz neue Modelle entwickelt wie im Fall von Kanye West, der mit seinem Sneaker „Yeezy“ im Jahr 2015 Adidas wieder relevant machte. Viel mehr werden große Namen dazu benutzt, alte Modelle frisch zu machen und neu zu positionieren. Puma ließ Rihanna den Klassiker „Creep“ neu designen, Adidas verpasste gemeinsam mit Pharrell Williams dem einstigen Tennisschuh „Stan Smith“ einen neuen Anstrich, und Nike engagierte Virgil Abloh, den Gründer des Streetlabels Off-White, um

1 PHARRELL

Made „Stan Smith“ great again. Es folgte ein eigener Schuh für Adidas: der „Human Race“. Zuletzt als Kollaboration mit Chanel – bereits ausverkauft, ohne überhaupt auf dem Markt zu sein.

2 JARED LETO

Der Gucci-Man bricht seinen Stil gern mit schlichten Skaterschuhen. Einfacher als mit Vans Slip-ons kann man nicht aus dem Haus. Cooler auch nicht.

3 VIRGIL ABLOH

DJ, Designer, Netzwerker. Abloh hat für die Off-White x Nike-Kollaboration zehn klassischen Nike-Silhouetten einen neuen Anstrich verpasst. Und Nike plötzlich wieder cool gemacht.

4 KANYE WEST

Wenn Kanye neue „Yeezys“ released, brechen die Internetserver zusammen. Wenn sie dann wieder laufen, kann man die gekauften Sneakers direkt wieder für das Mehrfache verkaufen. Oder viel besser: selbst tragen.




FOTOS: SHUTTERSTOCK, BACKGRID (2), GETTY, COURTESY OF NIKE, BALENCIAGA

zehn alte Modelle, darunter auch den „Air Jordan“, umzugestalten.

Die großen Namen wecken Begehrlichkeit, künstliche Verknappung erst recht. In der Vergangenheit sah man Menschen bereits Tage vor einem Sneaker-Release vor den Geschäften campen, um ein angekündigtes Modell zu ergattern. Inzwischen ist die Passion, für einen Turnschuh im Freien zu übernachten, hinfällig geworden. Die wenigen Stores in Deutschland, die besondere Sneakers führen, Solebox, BSTN oder Overkill, veranstalten inzwischen nur noch Raffles, um Chaos und Massenpanik vor den Geschäften zu verhindern. Raffles sind eine Art Gewinnspiel, eine Verlosung, bei der man sich vorab per Mail anmelden muss, um dann eventuell als Gewinner gezogen zu werden. Insider wissen aber, dass die meisten Paare sowieso vorab an Stammkunden und *friends & family* verkauft werden, sodass nur wenige Exemplare dem gewöhnlichen Kunden in die Hände fallen werden. Wer nicht berühmt ist, keine Millionen Follower in sozialen Netzwerken vorweisen kann und auch kein fein verwobenes Netzwerk in der Sneaker-Szene hat, dem hilft nur großes Glück. Oder eine schnelle Internetverbindung, denn auf den Websites der Hersteller ist die Chance zwar auch gering, aber immer noch am höchsten. Oder man ist bereit, im Nachhinein auf Ebay mindestens das Doppelte, Dreifache und oft auch Vierfache für den Schuh zu bezahlen. Um sich zu vergewissern, wie wertvoll der eigene Schuh ist, guckt man auf stockX.com nach, einer Art Börse für Sneakers. Der Kurs des Schuhs wird aufgrund von Angebot und Nachfrage ermittelt.

Wer die nötigen Kontakte hat, kauft sich immer zwei Paar (einen tragen, einen aufbewahren), denn durch die künstliche Verknappung steigt der Wert des Schuhs. Sneakers eignen sich heutzutage auch als Investment, so wie alles, was selten ist, begehrt und teuer. Sneakers sind für Männer zum Statussymbol geworden und werden, besonders von der jüngeren Generation, wie Fetische behandelt.

Limitierte Sneakers verleihen ihren Trägern ein besonderes Image, belegen exklusiven Zugang – kurz: Zugehörigkeit zu einer kleinen Gruppe von Gleichgesinnten. Alles Dinge, die unter anderem auch einen guten Stil ausmachen können. Wer also tatsächlich einen der besonderen Schuhe ergattert hat: immer selbst tragen und nicht wiederverkaufen, denn Liebhaber sind stillvoller als Geldmacher. 

+ JEDEM HYPE ZUM TROTZ FÜNF SNEAKERS, DIE MANN IM SCHRANK HABEN SOLLTE



150 €

NIKE „AIR JORDAN RETRO HIGH OG“

Der Großvater des Sneaker-Hypes. Die Farben werden oft verändert, die Silhouette blieb bis heute unverändert. Wertet jeden Streetstyle auf.



95 €

ADIDAS „STAN SMITH“ Seit 1971 auf dem Markt, nach einem Tennisspieler benannt, verkaufte sich der Schuh bis heute über 50 Millionen Mal. Kompatibel mit jedem Look und erschwinglich.



85 €

VANS „SK8-HI“ Der erste knöchelhohe Skater-Schuh wurde Ende der 70er released und steht bis heute wie kein zweiter Schuh für die Skateboard-Kultur, die niemals aus der Mode kommt.



70 €

CONVERSE ALL STAR CHUCK TAYLOR

Die ersten Basketballschuhe, die in die Massenproduktion gingen. Heute Fashion-Statement – gleichermaßen für Punks, Skater und Popstars.



350 €

COMMON PROJECTS „ACHILLES LOW“

Minimalistischer Luxus, der seinen Preis hat. Und den auch wert ist. Er passt zu jedem Anlass und sieht zum Anzug ebenso elegant aus wie zu Jeans und T-Shirt.



Brooklyn Beckham macht es vor: Chucks sind Klassiker, die nie aus der Mode kommen und in jeden Männer-Schuhschrank gehören





I

Irgendwas ist anders an diesem Nachmittag auf der Terrasse des „Chateau Marmont“. Es ist *awards season* in Los Angeles, die Jahreszeit der Preisverleihungen, das legendäre Hotel auf dem Sunset Boulevard ist neben dem „Soho House“ und der „Tower Bar“ einer der wichtigen Treffpunkte im Hollywood-Wahlkampf. Der Regisseur Jordan Peele (mit „Get Out“ ein heißer Oscar-Kandidat) amüsiert sich prächtig an einem Tisch in der Ecke, Denzel Washington („Roman J. Israel, Esq.“) gönnt sich ein spätes Mittagessen, Jessica Chastain („Molly’s Game“) und Laurie Metcalf („Lady Bird“) sind auch da. Doch irgendwas fehlt. Irgendwer fehlt. Ach ja, natürlich: *Er* fehlt.

Harvey Weinstein. Der Produzent, der in Oscar-Dankesreden der vergangenen 25 Jahre mindestens so häufig erwähnt worden ist wie Gott. Ein mutiger und kreativer Filmemacher, der außergewöhnliche Projekte realisiert und außergewöhnliche Menschen gefördert hat. Er hat Stars erschaffen und sie ins Paradies geführt, manche hat er jedoch auch in die Hölle geschickt. Weinstein war tatsächlich ein Gott in Hollywood, aber eben der rachsüchtige Wüterich aus dem Alten Testament. Wer nicht machte, was er wollte, dem hetzte er die Plagen auf den Hals. „Ich glaube nicht, dass er irgendwas mehr gehasst hat als das Wort Nein“, schrieb Salma Hayek in der „New York Times“. Sie ist eine von vielen Schauspielerinnen, die Weinstein in den vergangenen Wochen und Monaten vorwarfen, er habe sie sexuell belästigt, andere sprechen sogar von Vergewaltigung. „In seinen Augen war ich keine Künstlerin“, so Hayek weiter. „Ich war nicht einmal eine Person. Ich war ein Gegenstand.“

Wer Weinstein mal begegnet ist, auf einer Party im „Chateau Marmont“ etwa, der weiß: Der Mann stellte einen buchstäblich in den Schatten, die Begrüßung war kein Händedruck zweier Menschen auf Augenhöhe, sondern so, als würde ein Hund seinem Herrchen die Pfote reichen. Wer dabei der Hund und wer der Herr war, versteht sich von selbst. Dann lächelte er, zog einen an sich und sagte mit Megafon-Stimme:

CHAOSTAGE in Hollywood

Mit dem **Harvey-Weinstein-Skandal** endet eine Ära. Doch wie kann sich Hollywood jetzt neu erfinden? GQ war auf Partys und Power-Lunches in der – sehr nervösen – Stadt der Träume...

„Gut, dich kennenzulernen.“ Was übersetzt hieß: Jetzt gehörst du mir, jetzt bist du mein Knecht – auch wenn ich schon wieder vergessen habe, wer du überhaupt bist.

Viele haben geahnt und manche wohl auch gewusst, wozu Weinstein in der Lage ist. Der Drehbuchautor Scott Rosenberg („High Fidelity“, „Con Air“), den Weinstein einst ins Paradies führte, postete bei Facebook: „Everybody fucking knew.“ Jeder hat es verdammt noch mal gewusst: „Ich habe nichts gesagt. Ich habe nichts getan. Harvey war stets wunderbar zu mir. Also habe ich die Belohnungen angenommen und die Schnauze gehalten.“

Everybody fucking knew: Wer jedoch die Augen schließt und sich die Ohren zuhält, darf nachher behaupten, dass er nichts gesehen oder gehört hat.

Weinstein ist weg, viele andere Power-Player, denen Ähnliches vorgeworfen wird, auch. Und noch viele mehr werden folgen. Das stets vor Selbstbewusstsein strotzende Hollywood ist plötzlich völlig verunsichert. Aber gleichzeitig gibt es auch Hoffnung: Sind die Zeiten der unantastbaren Herrscher, der alten Grapsch-Mogule und Beset-

zungscouch-Tycoons endlich vorbei? Wird nun alles besser in der Traumfabrik?

Geschichten werden auch über Bilder erzählt, doch Bilder können einen dazu verführen, etwas zu glauben, das gar nicht existiert. Bilder von Hollywood-Partys zeigen immer außerordentlich attraktive und unfassbar gut gelaunte Leute, die das Leben und natürlich auch sich selbst feiern. In Wirklichkeit ist es jedoch so, und da ähneln viele dieser Feste der Weihnachtsfeier im Büro: Natürlich passiert mal was Amüsantes, hin und wieder auch mal was Skandalöses, aber eigentlich geht man doch nur hin, weil es erwartet wird und weil man hofft, dass die Stimmung ausgelassen genug ist, um den Chef auch mal um einen Gefallen zu bitten. In Hollywood gehen die Leute vor allem deshalb auf solche Partys, weil sie Werbung für sich selbst machen müssen.

Wer nun, inmitten all der Skandale, Partys besucht oder auch nur einen Nachmittag auf der Terrasse des „Chateau Marmont“ verbringt, der bemerkt, dass sich etwas verändert hat in dieser Stadt. Die Leichtigkeit ist dahin, die Sorglosigkeit, die Fröhlichkeit. Die Leute wirken ernst, aufgeregt, angespannt. Die Gespräche drehen sich nicht wie sonst um großartige Kollegen, um großartige Filme und natürlich auch um das großartige Ich. Es geht um Rassismus, um die systematische Benachteiligung von Frauen, um den *Pussygrabber-in-Chief* Donald Trump.

Die Ernsthaftigkeit wirkt deshalb so verstörend, weil die Fröhlichkeit davor so

Text:

JÜRGEN SCHMIEDER



Gentlemen



1



2



3



4



5

Der Mega-Produzent schob unzählige Hollywood-Karrieren an. Die damals noch kaum bekannte Gwyneth Paltrow (1) gewann 1999 einen Oscar für ihre Hauptrolle in der Weinstein-Produktion „Shakespeare in Love“. Matt Damon und Ben Affleck (2) verdanken ihm ihren Durchbruch mit „Good Will Hunting“. Salma Hayek (3) konnte ihr Herzensprojekt „Frida“ über die Malerin Frida Kahlo mit seiner Hilfe realisieren. Regisseur Quentin Tarantino (5, Bildmitte) wurde durch Weinstein zum Superstar – und mit ihm auch Uma Thurman (4), die in „Pulp Fiction“ und „Kill Bill“ zur Kino-Ikone wurde

wahnwitzig aufgesetzt gewesen ist – und das hatte eine ganze Menge mit Weinstein zu tun. Der hat den ausschweifenden Wahlkampf um die Oscar-Statuetten nicht erfunden – schon 1957 schmiss der Produzent Mike Todd für „In 80 Tagen um die Welt“ im Madison Square Garden in New York eine gigantische Party mit teuren Geschenken für die Gäste und gewann danach den Oscar: So was ist inzwischen verboten. Doch Weinstein perfektionierte das Konzept der Oscar-Kampagne, passte es den Regeln an. Was zu der Frage führt: Wenn einer so mächtig war, dass er jahrzehntelang verhindern konnte, dass seine mutmaßlichen Sex-Übergriffe an

die Öffentlichkeit drangen, konnte so einer dann nicht auch die Vergabe von Preisen beeinflussen? Hat er vielleicht nicht nur Werbung für seine Filme gemacht, sondern womöglich mit Schmutzkampagnen die Chancen anderer Werke zunichtegemacht?

Nehmen wir zum Beispiel die Oscars im Jahr 1999, der Weinstein-Film „Shakespeare in Love“ erhielt sieben Trophäen, darunter auch den Hauptpreis: Bester Film des Jahres. Weinstein hatte seine Stars Joseph Fiennes und Gwyneth Paltrow (auch sie wirft ihm heute sexuelle Belästigung vor) auf einen Marketing-Marathon geschickt, er finanzierte eine ausufernde Willkommen-

in-Amerika-Soiree für den britischen Regisseur John Madden, die nichts anderes war als eine Oscar-Party. Warum nur erzählten sich die Leute in Hollywood kurz vor der Verleihung plötzlich, dass Steven Spielbergs „Saving Private Ryan“, der andere aussichtsreiche Oscar-Anwärter, nach großartigen 20 Minuten am Anfang ziemlich abflachen würde? Steckte Weinstein dahinter?

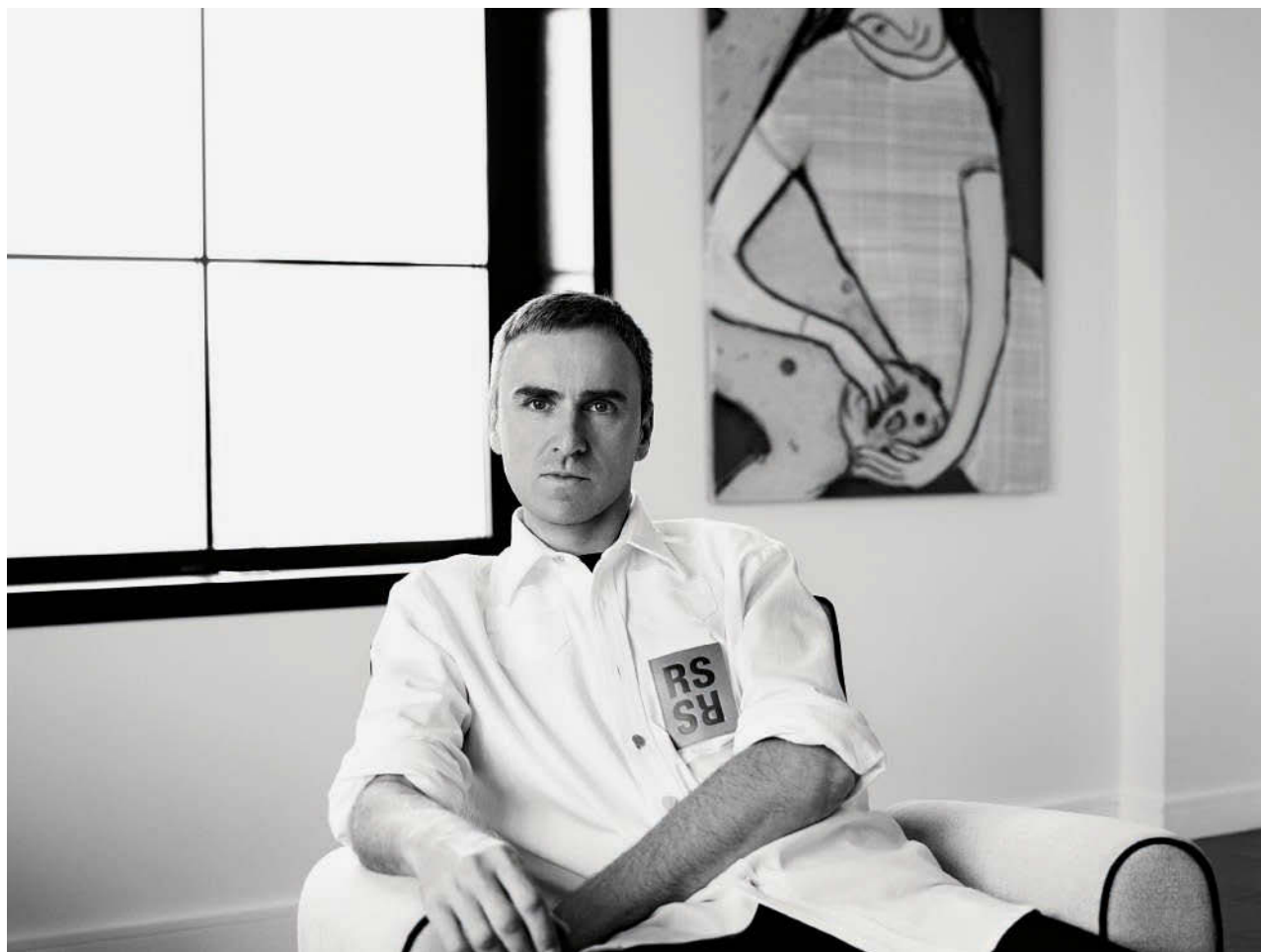
Bis zu 15 Millionen Dollar kosten solche aufwendig choreografierten Oscar-Kampagnen. Es wäre naiv zu glauben, dass es jetzt keinen Wahlkampf mehr gibt, nur weil der gewaltige Schatten von Harvey Weinstein nicht mehr über den goldenen Statuettentempel liegt. Es hat sich viel verändert in Hollywood, die Leute haben eingesehen, dass sie in einem ziemlich heuchlerischen Dorf gelebt haben, in dem Rassismus verpönt war und dennoch meist weiße Schauspieler die Preise bekommen haben; in dem die Bewohner gegen Sexismus gekämpft und Frauen dennoch meist weniger als Männern bezahlt haben. Das ändert sich nun, sehr langsam, und bei der Bekanntgabe der Oscar-Nominierungen am 23. Januar und bei der Preisverleihung am 4. März soll es sichtbar werden: die Academy Awards als Symbol des Wandels. Zum ersten Mal könnten mehrere Frauen als beste Regisseurin nominiert werden, Greta Gerwig („Lady Bird“) etwa, Patty Jenkins („Wonder Woman“) oder die bislang einzige weibliche Regie-Gewinnerin Kathryn Bigelow („Detroit“). Zudem könnten Margaret Betts („Novitiate“) und Dee Rees („Mudbound“) die ersten Afroamerikanerinnen sein, die in dieser Kategorie nominiert werden.

Was sich jedoch nicht verändert: Der Oscar-Sieg führt einen ins gelobte Land, und es braucht eine grandiose Geschichte, um die knapp 6700 Mitglieder der Filmakademie zu überzeugen.

Aber in diesem Jahr kann diese grandiose Geschichte nicht nur von einem einzelnen Filmemacher kommen. Ganz Hollywood muss sich eine neue Geschichte einfallen lassen über sich selbst. Die Abkehr vom alten Hollywood, von den oftmals sexistischen und rassistischen Machtverhältnissen in der Filmbranche und der Kultur des Schweigens und der Angst – das wäre wirklich eine grandiose Geschichte.

Aber ist sie auch glaubwürdig? Klar ist: Die Leute, die man auf Hollywood-Partys trifft, sind zumeist Schauspieler. Die besten Schauspieler der Welt. Und die können auch Ernsthaftigkeit, Anspannung und Betroffenheit.

MARC JACOBS ÜBER RAF SIMONS:

„Er ist ein wahrer Meister von Eleganz und Stil“

Am 12. Januar feiert Raf Simons seinen 50. Geburtstag. Exklusiv in GQ verneigt sich sein Kollege Marc Jacobs vor dem belgischen Design-Visionär



Simons (l.) und Jacobs vor wenigen Wochen bei den „WSJ. Magazine's 2017 Innovator Awards“ in New York City

►► Mit seinen vorausschauenden, klar umrissenen und inspirierenden Kollektionen ist es Raf gelungen, eine völlig eigenständige Design-Sprache zu entwickeln. Eine Sprache, die er bis heute ständig verfeinert und der er immer weitere Facetten hinzufügt. Ganz gleich, ob für sein eigenes Label oder mit seiner großartigen Arbeit für Jil Sander, Dior und neuerdings auch Calvin Klein. Er ist ein wahrer Meister der Eleganz, was das Material, seine Schnitte, seinen Stil und natürlich auch seinen besonderen Mut angeht. Sein Verständnis von Fashion-Design hat ein komplett neues Modevokabular hervorgebracht – in meinen Augen etwas bewundernswert Ungeköstetes und Einzigartiges. Vielleicht wird er gerade deswegen so oft kopiert. Das mag auch der Grund dafür sein, weshalb auch die anspruchsvollsten Modesammler regelmäßig von seinen Kollektionen angezogen werden. **GO**





Gentlemen



God save THE PRINCE!

Am 19. Mai heiratet **Prince Henry of Wales**, besser bekannt als Harry, die amerikanische Schauspielerin Meghan Markle. Hier berichten Weggefährten über die erstaunliche Evolution des Prinzen – vom wilden Partytier zum lässigen Gentleman

**DAS IMPERIUM
SCHLÄGT ZURÜCK**
Harry bei der „The
Last Jedi“-Premiere
im Dezember in
London – zusammen
mit seinem Bruder
hat er in dem Film
einen Mini-Auftritt
als Stormtrooper

E

Es herrscht, so erzählte mir ein langjähriger Beobachter der Royals, eine gewisse Anspannung im Herzen des Kensington Palace. Eine Anspannung, die mitten aus den existenziellen Tiefen von Prinz Harry und seinem Bruder William, dem Duke of Cambridge, entspringt. Denn beide Männer sehnen sich danach, „normal“ zu sein, während die geheimnisvolle Aura, die die Royal Family umgibt, doch gerade darauf beruht, dass sie eben „besonders“ ist. Selten wurde dieses Spannungsverhältnis deutlicher als in Prinz Harrys Äußerung, niemand in der Royal Family *wolle* König oder Königin werden – auch wenn dieses Statement seinen Vater überrascht haben dürfte.

Weiter zugespitzt wird das Spannungsverhältnis durch Williams und Harrys völlig unterschiedliche Persönlichkeiten. Unterhält man sich mit Menschen aus dem Umfeld der Royal Family, werden in Zusammenhang mit William Eigenschaften wie „beständig“ und „pflichtbewusst“ genannt. Wohingegen Harry... Nun ja, dann fallen eher Worte wie „liebenswürdiger Schlawiner“, und für den hat alle Welt nur grenzenlose Schwärmerei übrig. Er ist der Liebling des Palastpersonals, hat Star-Qualität im Überfluss und ist, wie jemand aus seinem Bekanntenkreis sagt, „zu wahnsinniger Wärme fähig. Er ist sehr offen, er umarmt einen fest, egal ob man der Gastgeber oder die Haushälterin ist. Und Kinder beten ihn an.“ Jemand anderes sagt:

„Ich bin begeistert von seinen guten Manieren und seinem Charme. Er hat keine Probleme, auf andere Menschen zuzugehen und sich ihnen dann auch wirklich zu widmen.“ Ein weiterer Bekannter sagt: „Er hat die Fähigkeit, das Absurde in jeder Situation zu erkennen. Das ist es, was ihn so ungekünstelt wirken lässt.“

Letztlich sei der springende Punkt, wie eine weitere Person aus seinem Umfeld, die um Anonymität bittet, erklärt, aber doch: „Er hat das bessere Los gezogen. William ist überall für seine Ernsthaftigkeit bekannt – aber die geht mit seiner Position einher. Harry kann sich viel stärker ausleben.“ Und tatsächlich: Er hat, wie es ein Weggefährte ausdrückt, die Möglichkeit, „so zu sein wie jeder andere Mittdreißiger aus der Londoner Upperclass: ein wirklich guter Typ, der die ein oder andere Party gefeiert und mit ein paar Mädchen rumgemacht hat und der jetzt sesshaft werden will“. Liegt das auch an Meghan? „Ich habe ihn *(auf der Hochzeit seines Kumpels Tom Inskip im März)* auf Jamaika gesehen“, erzählt mir jemand. „Er konnte die Finger nicht von ihr lassen. Und er will sie wirklich um jeden Preis halten“ – weil ihm nämlich nur allzu bewusst ist, wie viele Romanzen schon vor dem heiligen Altar der Monarchie verendet sind.

Sesshaft werden. Das ist, so heißt es, das, was die höheren Mächte von ihm erwarten. Die Queen und Prinz Philip ziehen sich langsam, aber sicher von ihren unzähligen Verpflichtungen zurück. Und so ist es an der Zeit, dass der Nachwuchs seinen Teil beiträgt. Es ist nun Zeit, dass Harry etwas Sternenstaub auch über die eher langweiligen Bestandteile des royalen Reigens streut. Im Juli karrte man ihn zu seiner ersten wirklichen Verpflichtung im Rahmen eines Staatsbesuchs: Er begleitete König Felipe VI. und Königin Letizia von Spanien bei ihrer Besichtigung der Westminster Abbey und besuchte sein erstes Staatsbankett, wo er, zur

Text:

DAVID JENKINS



Gentlemen

Erheiterung vieler Beobachter, neben der gleichaltrigen Rose Hanbury, Marchioness of Cholmondeley und ehemaliges Model, sitzen durfte – während der arme Prinz William sich mit Theresa May zufriedengeben musste. Und die Premierministerin ist „nicht gerade der Humor in Person“, wie sie ein mittelkalibriger Tory-Spender, der schon das ein oder andere Mal bei einem Dinner neben ihr gegessen hat, beschreibt.

Eine Situation, die das Leben der zwei Brüder wunderbar beschreibt: Beide ruft die Pflicht – aber bei Harry kommt immer noch eine Prise Lebensfreude hinzu.

Gänzlich risikolos ist das nicht. Harry hat, wie jemand aus seinem näheren Umfeld sagt, „ein wenig etwas von einer entscherten Handgranate“. Er tut – so war es zumindest bis jetzt – „was er will, genauso wie Prinz Philip. Ich bin mir nicht sicher, ob er schon bereit ist, die volle Last seiner Rolle zu tragen.“ Es gibt viele, die den Eindruck haben, sein offener und anekdotenreicher Podcast über psychische Erkrankungen, den er für den „Daily Telegraph“ aufzeichnete, sei dann doch etwas freimütiger ausgefallen, als vom Kensington Palace erwartet. Prinz Harry sei eben nicht „reserviert“, erzählt man mir, und er „filtert auch nicht“, was besonders in der HBO-Doku „Diana, Our Mother: Her Life and Legacy“ spürbar wurde, in der er gemeinsam mit seinem Bruder zu sehen ist.

Offenheit ist ein attraktiver Wesenszug, der aber manchmal womöglich ein wenig zu

weit gehen kann. Jemand aus dem engen privaten Umfeld der Prinzen sagte zu ihren unbestreitbar lobenswerten Interviews über ihre Mutter und über die Wichtigkeit, psychische Krankheiten nicht mehr zu stigmatisieren: „In letzter Zeit gab es eine Menge Seelen-Striptease. Und irgendwann kommt der Punkt, an dem man denkt: ‚Komm schon, jetzt denk aber mal wieder an deine Pflichten.‘“ Einige befürchten, die beiden könnten die Medien zu sehr ermutigen – obwohl William dazu selbst einmal sagte: „Man lässt sie besser nie zu sehr an sich heran, weil es sehr schwer ist, sie wieder zurückzudrängen.“

Das ist etwas, worüber sich Harry wenig Sorgen zu machen braucht. Denn an einem besteht nicht der geringste Zweifel: an der außerordentlichen Loyalität seiner allerengsten Freunde, den Tom Inskips, Astrid Harbords und Adam Bidwells, die ein Stillschweigen über seine Privatsphäre bewahren, das fast schon an eine Art Omertà erinnert.



Er hat, sagt ein Weggefährte, auch etwas von einer entscherten Handgranate

Links: Harry (M.) und William mit ihrer Mutter Diana, die 1997 mit nur 36 Jahren bei einem Autounfall starb.
Rechts: Mit seinem Vater Charles, 69.



FOTOS: DANA PRESS, GETTY IMAGES, REUTERS, ALEXI LUBOMIRSKI/DPA



Mit US-Schauspielerin Meghan Markle, 36, ist der drei Jahre jüngere Harry seit 2016 zusammen. Rechts: Captain Harry auf den Bahamas in der Tropenuniform seines Kavallerie-Regiments, der Blues and Royals, mit Army-Air-Corps-Baret

des Prinzen, der in Kensington selbst seine Lebensmitteleinkäufe erledigt – natürlich mit einem Personenschützer in direkter Reichweite. „So etwas kann er immer noch machen“, sagt jemand aus seinem Umfeld. „Aber natürlich kann er nicht spätnachts schnell mal rüber zum Schnapsladen gehen und ein paar Flaschen Wodka besorgen.“

Hin und wieder redet natürlich doch jemand: James Wharton war einer der ersten britischen Soldaten, die sich offen zu ihrer Homosexualität bekannten. Er teilte sich einst einen Panzer mit Harry, und eines Tages vertraute er dem Prinzen seine Angst vor sechs Feldwebeln der Infanterie an: Er befürchtete, sie könnten auf ihn losgehen, weil er mit zwei Soldaten aus ihrem Regiment in aufeinanderfolgenden Nächten geschlafen hatte. Harry regelte die Sache, und dann tauschte er sich mit Wharton darüber aus, wie sie ihre Jungfräulichkeit verloren hatten. Harrys Geschichte war, sagt Wharton, „faszinierend“. Genauso faszinierend war Harrys Frage: „Wusstest du eigentlich, dass ich eine Schwulen-Ikone bin?“ Nicht wirklich, sagt Wharton. Zumindest damals noch nicht. „Ich finde, er wurde erst später zur Schwulen-Ikone“, sagt Wharton. „Manche Leute müssen erst in ihr Aussehen hineinwachsen, und bei ihm war das definitiv so.“ Der Prinz hat nie einen Hehl daraus gemacht, wie frustrierend er das Ende seiner Militärkarriere fand. Und wie sehr er sich ärgerte, dass man ihn aus Afghanistan holte, weil man ihn für ein allzu attraktives Ziel für die Taliban hielt. Ebenso wenig macht Wharton einen Hehl daraus, was für ein guter Anführer Harry war, und sogar ein

ansonsten eher kritischer Beobachter findet nur lobende Worte für Harrys Fähigkeiten als Hubschrauberpilot: „Er hat großes, großes Talent.“

Sehr am Herzen liegen Harry seine „Invictus Games“ – ein Turnier im Stil der Paralympics, das er für versehrte Soldaten und Kriegsveteranen ins Leben rief. Er unterstützt auch noch weitere Organisationen für verwundete britische Soldaten. Wer dem Prinzen – ganz gleich ob öffentlich oder privat – von Leiden aus seiner Armeezeit erzählt, der kann sich sicher sein, auf offene Ohren und Mitgefühl zu stoßen. Harry ist sich, heißt es aus seinem Freundeskreis, „absolut bewusst darüber, wie viel Einfluss man mithilfe seiner Persönlichkeit ausüben kann. Das hat er von seiner Mutter. Ihm ist völlig klar, dass er die Möglichkeit hat, anderer Leute Denkweise zu verändern.“

Was ihm sicher gelingen wird, auch bei den anderen Charity-Themen, die ihm wichtig sind – sei es der Kampf gegen Aids, für den er 2016 auf Barbados gemeinsam mit Rihanna einen HIV-Test machte, sei es bei seinem Engagement für einen offeneren Umgang mit psychischen Erkrankungen. Und dann sind da noch die versehrten Veteranen und Soldaten im Einsatz, da ist Afrika, und da sind seine Jugendprojekte in Nottingham. All diese Themen wird er in den nächsten Jahren vorantreiben, mit seiner Entschlossenheit und seiner Star-Power. Sie alle rühren

an seine Gefühle – und er ist ein gefühlvoller Mann. Sie alle kommen seiner empathischen, menschenfreundlichen Seite entgegen. Er ist, heißt es aus seinem näheren privaten Umfeld, „ein ausgesprochen warmer Mensch. Die Leute fühlen sich zu ihm hingezogen, man fühlt sich in seiner Gegenwart schnell unbefangen. Und trotz der Macho-Clique seiner engsten Freunde weckt er in Frauen einen starken Beschützerinstinkt.“

Aber wird er dasselbe Pflichtbewusstsein an den Tag legen wie seine Tante, Prinzessin Anne? Die Schirmherrin von über 200 Charity-Organisationen ist, als Prinz Charles' jüngere Schwester, in einer ähnlichen Situation wie er. „Harry hat“, bemerkt eine Quelle, für Glanz und Gloria von, beispielsweise, Staatsbesuchen „nicht gerade grenzenlosen Enthusiasmus zum Ausdruck gebracht.“ Tatsächlich gibt es sogar Grund zur Annahme, dass er sie für die langweiligste Angelegenheit auf dieser Erde hält. Was sie wohl auch sind, zumindest wenn man sie mit einem Apache-Flug über die Provinz Helmand vergleicht. Oder Partynächten mit seinen Kumpels – gegen die er, nach allem, was man so hört, bis heute nichts einzuwenden hat.

Aber wer hätte schon etwas gegen Spaß, nachdem er aus dem Job gedrängt wurde, den er liebt? Wer hätte etwas gegen hin und wieder mal Party, in Anbetracht einer Zukunft als erwachsener Mann, der hauptsächlich Seidenbänder zerschneidet? (Da hilft es auch nichts, der Liebling der Palastangestellten zu sein.) Wer hätte das schon, nachdem eine Prinzen-Romanze nach der nächsten ein Ende fand, als der jeweiligen Freundin irgendwann klar wurde, dass sie nicht gemacht ist für die Einschränkungen eines Lebens als Mitglied der Königsfamilie? Oder, wie es mal ein Freund ausdrückte: „Wer außer Kate ist schon so irre, sich auf die Royal Family einzulassen?“ Nun ja, Meghan Markle wagt es nun also. Am 19. Mai wird sie auf Schloss Windsor die Nummer fünf in der britischen Thronfolge ehelichen. „Wenn sie heiraten, wird Meghan Großbritannien in einen Zustand völliger Verückung versetzen.“

Soll Harry doch sesshaft werden! Soll er doch seinen royalen Verpflichtungen nachkommen. Soll er doch für seine unzähligen Charity-Organisationen werben. Soll er uns alles darüber erzählen – solange er nicht einen auf Bianca Jagger macht und vom Party Animal zum wichtigtuerischen Moralapostel wird.

Moralapostel? Wichtigtuer? Harry?! Keine Chance. *God save the Prince!* ☺

►► Dass Till Brönner einer der wenigen Jazzmusiker ist, deren Namen und Gesicht fast jeder kennt – das liegt, *to be fair*, nicht allein an seinem herausragenden Können. Sondern auch an seiner ewig lässigen Gentleman-Optik. Der Mann fotografiert sich einfach gut! Was viele nicht wissen: Er fotografiert auch *selbst* gut, sehr gut sogar. Seit ein paar Jahren zeigt Brönner seine Bilder auch immer mehr öffentlich, nun wird eine echte Zweitkarriere daraus. Jüngst heuerte ihn das Dessous-Label Lascana an: Für dessen „Sound of Passion“-Kampagne und ein exklusives Coffee-Table-Book hat der Jazz-Man das Model Hana Nitsche in Unterwäsche inszeniert. Sehr intim, aber auch – typisch Brönner – sehr cool und sehr charming. Hat's geknistert am Set? „Ich glaube, Peter Lindbergh hat mal gesagt: Tagsüber bin ich verliebt in meine Models und abends bin ich wieder verliebt in meine Frau. Und so war das auch ein bisschen. Egal, ob als Musiker oder Fotograf oder auch in jedem anderen



Job: Du musst Dich immer mental in einen Zustand versetzen, in dem Du das meiste aus dem Moment rausholen kannst.“ Sieht er noch weitere Parallelen zwischen „seinen“ Kunstformen? „Jazz und Fotografie sind seit den 50ern eng verbunden, seit den klassischen Jazzfotos von William Claxton. Er hat die Musiker damals als Erster wirklich inszeniert. Am meisten liebe ich die Bilder, auf denen Chet Baker mit seiner damaligen Frau am Fensterrahmen lehnt. Sehr sinnlich. Das sind Momente, aus denen spricht Musik.“

– Marcus Lucas

Für die neue Kampagne des Dessous-Labels Lascana inszenierte der Musiker das Model Hana Nitsche in zwölf sinnlichen Szenen – hier in der Berliner GQ Bar

LÄSSIG aus LEIDENSCHAFT

„Momente, aus denen Musik spricht“: Jazztrompeter **Till Brönner** beweist auch als Fotograf Stil und Klasse



FOTOS: JOACHIM BALDAUF, COURTESY OF LASCANA



+ NEUES ALBUM & TOURNEE

Auf „Nightfall“ interpretiert der Trompeter zusammen mit dem Bassisten Dieter Ilg Originale von Leonard Cohen, will.i.am oder, tatsächlich, Bach – im typisch minimalistischen Smooth-Jazz-Style. Auch das Coverfoto ist ein echter Brönner.

„Nightfall“, ab 26.1., auf Tour ab 30.1.

supertramp

GQ
—
STYLE BLOG
—
VON
SIMON LOHMEYER
supertramp.gq.de



Gentlemen

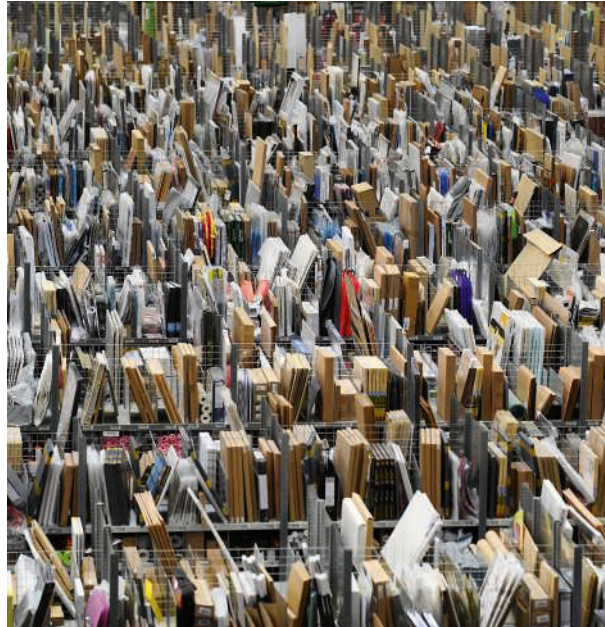
KOLUMNE — WOLFRAM WINTER

WINTERS WONDERLAND

ES WAR, GLAUBE ICH, 1990, als ich zum einzigen Mal in meinem Leben eine offizielle Rallye mitgefahren bin. „München – Marrakesch“ hieß die, und man fuhr tatsächlich in München los, setzte in Frankreich per Fähre über, und dann ging es richtig los. Durch Stein- und Sandwüsten, durch das Atlas-Gebirge, mit Übernachtungen einerseits in riesigen Zelten, wo der Orkan an Schnarchern jeden Schlaf verhinderte, und andererseits quasi als Belohnung Aufenthalte in traumhaften Hotels in den Königsstädten von Marokko. Dabei ging es weniger um Geschwindigkeit, sondern mehr um Geschicklichkeit. Gewonnen habe ich natürlich nicht, aber es machte großen Spaß, mit dem Off-Roader Purzelbäume im Wüstensand zu veranstalten und wie ein kleiner Junge den Hang runterzurollen, nur eben im Auto.



Der Ex-Sky-Kommunikationschef und Hochschul-Professor schreibt in GQ über Medien und die zunehmende Digitalisierung unseres Lebens




Vom digitalen Verschickungs- und Verpackungswahn

In diesen Tagen erinnere ich mich täglich daran, nur dass der Grund dafür weniger interessant ist: Eine ganze Armada von Kleintransportern macht die Straßen fast dicht, eine Rallye im wahren Sinne des Wortes, um da durchzukommen. Warum ich mich daran erinnere? Weil wir so vieles und noch mehr aus dem Netz bestellen, in der frommen Hoffnung, dass es auch wirklich bei uns zu Hause ankommt.

Ich weiß nicht, wie es Ihnen geht, aber bei mir hängt gefühlt jeden zweiten Tag ein Zettel an der Tür. Angeblich konnte man mich oder auch sonst niemanden antreffen, deshalb wurde das Paket irgendwo abgegeben. Wenn ich doch angetroffen werde, nehme ich immer öfter die Pakete meiner Nachbarn entgegen, offensichtlich ist so gut wie keiner zu Hause oder kann nicht angetroffen werden, obwohl er doch zu Hause ist. Jedenfalls habe ich neulich tatsächlich einen Fahrer noch erwischt, der den Zettel schon an die Tür klebte, obwohl ich vor ihm stand. Er erklärte mir dann durchaus mit Einsicht und Offenheit, dass die Anzahl der Pakete Y, die er in der Zeit X auszuliefern hat, nicht zu packen und es daher einfacher und schneller ist,

einen Zettel zu kleben, und dass es ihm auch egal ist, wie er während des Auslieferungsprozesses „parkt“ – ein echter Stressjob, der noch mehr Stress auslöst. Und unsere Mülltonnen quellen über, da aber auch gar kein Fahrer darauf warten mag, bis ich das Paket von seiner Kartonage befreit habe und er sie wieder mitnimmt. Im Gegenteil, das Tollste ist, dass dafür wieder ein anderer Fahrer kommen muss, wenn so ein Rückholservice überhaupt angeboten wird. Bei den Verpackungen fällt auf, dass sie mindestens dreimal so voluminös sind wie der verpackte Gegenstand. Und die Krönung jeder Internetrallye: etwas bestellen, das vier Wochen nach Liefertermin ankommt, in kaputtem Zustand.

Ich bin daher misstrauisch geworden, digital hin oder „bequem bestellen“ her. Stattdessen habe ich etwas nahezu Exotisches wiederentdeckt – den Fachhändler um die Ecke! Zumindest für Stadtmenschen gibt es die Gott sei Dank noch in Zu-Fuß-Nähe. Ich bin locker an den gestauten Autos vorbeigelaufen, und im Laden war sogar ein Mensch, der mir sagte, warum ich dies kaufen sollte und nicht das. Geliefert haben sie auch, *paradise-like* zu der Tages- und Uhrzeit, zu der ich es wollte. Also nicht irgendwann zwischen acht und zwölf Uhr, sondern am Samstag pünktlich um elf Uhr. Und die Verpackung haben sie auch gleich wieder mitgenommen! 

KLARER SCHRIFFT NACH VORN

Revolutionäre Technologien,
atemberaubend kluges
Design, neue Duftkreationen.
Die Zukunft ist heute



Schwarz-Weiß-Malerei? Nun ... Puristisch ist nur das Design, der Rest wird immer raffinierter

1 PUMA

Die Sneaker-Legende lebt! Der „Suede“ hat Puma groß gemacht, denn nach der Breakdance-Szene eroberte der vielseitige Streetwear-Klassiker die ganze Modewelt. Zu seinem 50. legt Puma nun ein „B-Boy Capsule Pack“ mit Track-Suits, Shirts, Accessoires und „Suede“-Modellen aus Veloursleder in Schwarz, Flame Scarlet und Forrest Green-Peacoat auf. Die breiten Schnürsenkel und die Zunge zieren vergoldete Clips. Und die hohe Gummisohle sorgt für perfekten Halt, nicht nur beim nächsten Dance-Battle. puma.com

2 TONI GARD

Selbstoptimierung kann so schön sein: Der neue Duft „A Better Man“ überrascht mit einem Schuss Gin Tonic und ist auch sonst wahrlich gentlemanlike. Italienische Bergamotte sorgt für vibrierende Frische, Zedernholz, Wacholder und Ingwer in der Herznote für charismatische Wärme, und Nuancen von Ambroxan, Vetiver und Patschuli verleihen der faszinierenden Komposition Substanz. Neben dem „Eau de Toilette Spray“ gibt es eine „After Shave Lotion“, ein „Shower Gel“ und ein „Deodorant Roll-On“. tonigard.com

3 PIQUADRO

Tech-Couture: Dass man wieder Rucksack trägt, und das am besten in der High-Fashion-Version, ist klar. Doch erst wenn elegantes Design, hochwertiges Leder und italienische Handwerkskunst sich so vollendet wie hier mit Funktionalität und technologischer Innovation vereinen, entstehen smarte Gepäckstücke wie der lederne Computer-Rucksack mit eigenem iPad-Fach und Trolley-Befestigungsgurt. Perfekt für Geschäftsreisende – wie all die noblen Taschen und Accessoires der findigen Tech-Design-Marke. piquadro.com

4 CITIZEN

Der Name ist Programm, da man allen Bürgern dieser Erde das Tragen einer Uhr erleichtern will. So erfand man schon 1976 eine analoge Quarzuhr, die Licht als Energiequelle nutzt. Eine echte Pioniertat, der nun mit der „Eco-Drive One“ die weltweit flachste Uhr dieser Art folgte: 1 mm dünnes Werk aus 85 Spezialkomponenten, 2,98-mm-Gehäuse und Lünette aus Cermet, einem ultraharten Metall-Keramik-Mix. Hier Modell „AR5000-68A“ mit Gehäuse und Armband aus Edelstahl und 300 Tagen Gangreserve. citizenwatch.eu

5 HUAWEI

Ziemlich clever: Das edle „HUAWEI Mate10 Pro“ ist ein Smartphone mit eingebauter künstlicher Intelligenz, das sieht, denkt und lernt. Dank Kirin 970, der weltweit ersten mobilen KI-Computing-Plattform, versteht es das Verhalten seines Besitzers in Echtzeit und reagiert darauf. Highlight: die smarte Leica-Dual-Kamera mit großer Blende. Das 6 Zoll große „FullView“-Display mit 18:9-Anzeigeverhältnis und superschlankem Rand liefert dank HDR10 brillante Farben. consumer.huawei.com/de



VIEW FULL SPEAKER LIST
AND SECURE YOUR PLACE
NOW AT CNILUXURY.COM

Guest speakers include:



Hilary Swank
Founder, Mission
Statement



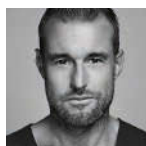
Maria Grazia Chiuri
Artistic Director,
Christian Dior



Claus-Dietrich Lahrs
CEO, Bottega Veneta



Alexandre Arnault
Co-CEO, Rimowa



Philipp Plein



Paula Amorim
Owner and Chairman,
Amorim Luxury Group



Hervé Pierre



Uché Pézard
CEO, Luxe Corp



Mark Shapiro
Co-President, WME IMG



Carlos Jereissati
CEO, Iguatemi



H.E. António Costa
Prime Minister of the
Portuguese Republic



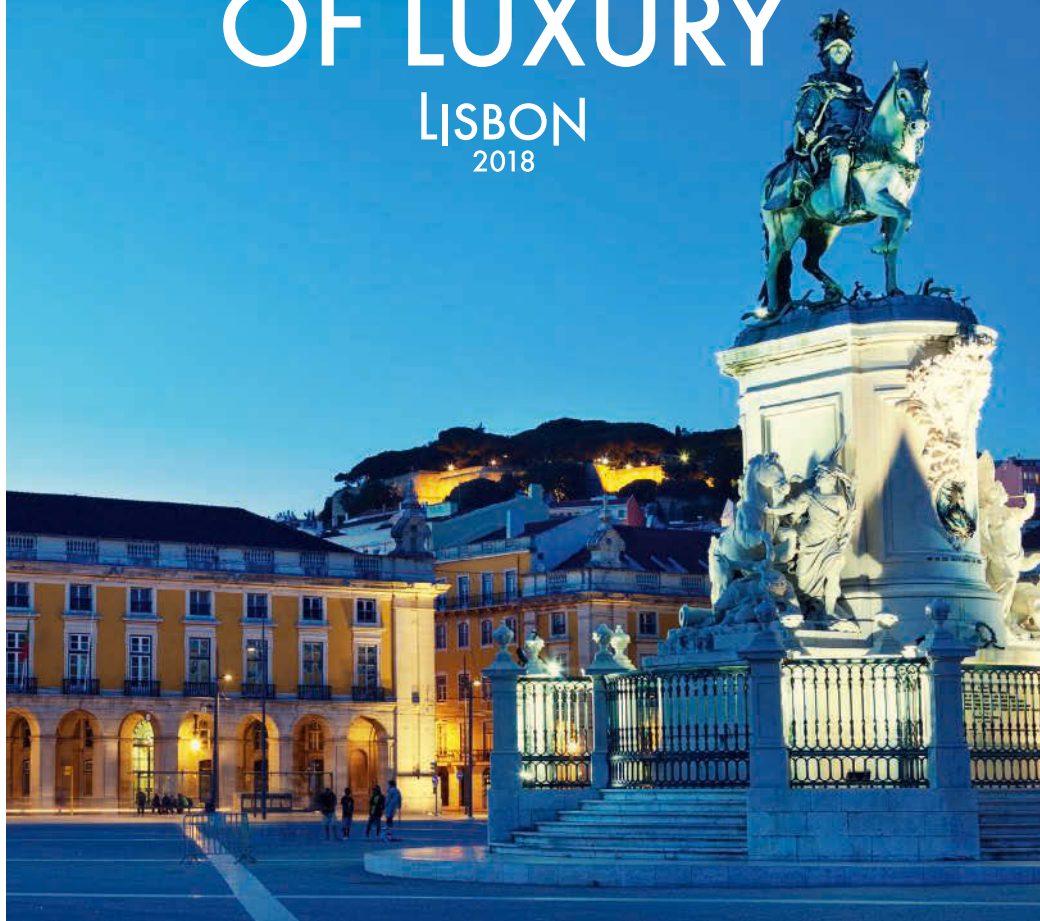
Marisa Berenson
President and Founder,
Marisa Berenson
Cosmetics



CONDÉ NAST
INTERNATIONAL | LUXURY CONFERENCE

THE LANGUAGE OF LUXURY

LISBON
2018



18-19 APRIL 2018, PÁTIO DA GALÉ, LISBON, PORTUGAL

THE PREMIER EVENT FOR THE INTERNATIONAL LUXURY
AND FASHION INDUSTRY.

Join Suzy Menkes, International Vogue Editor, and 500 of the
luxury world's leading creative and business figures in Lisbon.

TOPICS INCLUDE:

- Connecting with a new generation and new geography of luxury consumers
 - The true meaning of "luxury"
 - The visual language of luxury design
- The ongoing impact of technology
 - New approaches to sustainability



@CNILuxury
@SuzyMenkesVogue

HOST PARTNER

**PORTUGAL
FASHION**

DRINKS SPONSOR



**FURNOW
AND
FOREVER**

Intisary

MCARTHURGLEN
DESIGNER OUTLETS

Opium

EVENT SPONSORS

LUXURY

THOR EQUITIES

WHITE
COMMUNICATIONS

St e

Reportage

Der Kaschmir- König

Milliardär und Humanist:
Brunello Cucinelli erklärt
uns beim Besuch
in seiner umbrischen
Manufaktur seine Unter-
nehmensphilosophie

TEXT — CLARK PARKIN FOTOS — KIMBERLEY ROSS

FAST IST ALLES einen Hauch zu schön an diesem Dezembermorgen auf der kurzen Autofahrt. Der Himmel über Perugia ist klar, und die gleißende Sonne lässt den Raureif auf den Windschutzscheiben schmelzen, als in der Ferne auf einer kleinen Anhöhe zwischen Pinienbäumen und Zypressen Solomeo auftaucht, das *castello* aus dem 12. Jahrhundert ist in strahlendes Licht getaucht. „Bestes Kaschmirwetter, wie bestellt“, denkt man sich kurz und muss sich anstrengen, die kritische Distanz des Beobachters zu wahren und sich nicht schon von der wunderbaren Aussicht hinreißen zu lassen.

Es gilt, den Genius Loci von Solomeo zu ergründen, dem Dorf, in dem eine der bemerkenswertesten italienischen Erfolgsgeschichten der letzten 40 Jahre ihren Anfang nahm. 1978 gründete Brunello Cucinelli mit geliehenen 500 Euro und fünf Pullovermodellen im zarten Alter von 25 Jahren seine Firma, das heutige Modeimperium, dem Analysten zweistellige Zuwachsraten prognostizieren. Brunello Cucinelli SpA ist seit 2012 börsennotiert und hat seinen Wert seitdem mehr als verdreifacht. Bei aktueller Marktkapitalisierung gerechnet ist der Gründer und Mehrheitseigner Cucinelli Milliardär.

Die Marke Brunello Cucinelli steht heute nicht mehr nur für die hochwertigsten Kaschmirpullover der Welt, Cucinelli hat es geschafft, eine zeitlose Lifestyle-Welt zu formen, die das luxuriöse Understatement des Produkts in eine eigene Ästhetik übersetzt. Bei Cucinelli ist jedes Detail so exquisit wie sein bestes mongolisches Garn aus dem Kinnhaar der Ziege. Vom Baumwollcord der Hosen bis zum ungefütteten Kaschmirsakko aus federleichtem 120er-Stoff fühlt sich alles überirdisch weich und hochwertig an.

Die Entstehungsgeschichte der Marke ist oft erzählt, doch über den Ort selbst und die sehr eigentümlich entrückt wirkende, philanthropische Firmenphilosophie des Gründers ranken sich Geschichten, denen man gern einmal auf den Grund gehen möchte.

Arkadien im Zypressenhain:
Das *castello* von Solomeo ist die
Urzelle des globalen Unterneh-
mens und beherbergt heute
einen Shop und eine Schneider-
schule für den Nachwuchs







Oben rechts: Menschenrecht auf Tageslicht: In die Hallen rund um einen arkadischen Springbrunnen hat der Chef Fenster einziehen lassen

Oben links: Anderthalb Stunden Pause sind angeordnet, das lässt nach dem Mittagessen Zeit für Gespräche auf der Piazza vor dem Speisesaal

Links: Im Büro des Chefs hängen Ausrisse von Cucinelli-Veröffentlichungen aus der ganzen Welt

Rechte Seite: Begehrt: In der betriebseigenen Schule werden junge Schneider ausgebildet. 200 Bewerber gab es für sechs Plätze

Denn aus der Ferne hört sich die Firmenzentrale in Solomeo an wie eine Mischung aus sozialromantischem Arkadien und einem modernen Google-Campus, an dem die Mitarbeiter mit allerlei Extraleistungen verwöhnt werden: 20 Prozent über Tarif gezahlte Löhne, ein Theater zur geistigen Erquickung der Mitarbeiter, in dem Hollywoodgrößen wie Ralph Fiennes und John Malkovich auftreten, und in der auf anderthalb Stunden angesetzten Mittagspause in der Kantine wird den Mitarbeitern beste italienische *cucina della mama* mit selbst angebautem Olivenöl serviert. Wer nach Arbeitsende um Punkt 17:30 noch E-Mails verschickt, wird angeblich gefeuert, war zu lesen. Da würde man gern nachhaken.

Doch erst mal gibt es eine Führung durch den Betrieb, es sind lichtdurchflutete Hallen, in die durch große Atelierfenster die Sonne scheint. Cucinelli hat sie in das Gebäude einziehen lassen. Die Transparenz, die er seiner Fertigungsstätte für die Musterkollektionen damit verliehen hat, praktiziert er auch im übertragenden Sinn. Über 100 Börsenanalysten hat er vor dem IPO 2012 hier

durchgeführt und ihnen erklärt, dass Fabrikhallen ohne Fenster unmenschlich sind. Auch heute werden einige Mitglieder des Aufsichtsrats durch die Hallen geführt, darunter Matteo Marzotto, wie man sieht. Cucinelli ist mit ihnen noch etwas beschäftigt, doch dann kommt er mit großen Schritten auf uns zu. Er freut sich, sagt er, besonders über den Besuch aus Deutschland, dem Land, in das er zuerst erfolgreich exportierte und dessen Autos und Biere er so schätzt.

Keine zwei Minuten dauert das Gespräch mit ihm, und man ist schon bei den großen Menschheitsthemen angelangt. Auf die Eingangsfrage, was er eigentlich davon habe, seinen Mitarbeitern mehr als das übliche Branchengehalt zu zahlen, antwortet er mit Kants kategorischem Imperativ: „Handle so, dass du die Menschheit sowohl in deiner Person als auch in der Person eines jeden anderen jederzeit zugleich als Zweck, niemals bloß als Mittel brauchst.“

Vereinfacht könnte man sagen: Man soll Menschen nicht wie Dinge behandeln, sondern lieber so, wie man auch selbst behandelt werden möchte. Der Satz beschreibe seine persönliche Weltsicht, und nach der habe er auch seine Firma gestaltet. Eines der prägendsten Erlebnisse seiner Jugend sei gewesen, die Schikanierung und Erniedrigungen seines Vaters durch dessen Arbeitgeber mit ansehen zu müssen. Der Vater hatte in der Fabrik Arbeit suchen müssen, als die Landwirtschaft nicht mehr genug abwarf. „Ich habe mir damals geschworen, wenn ich einmal selbst Unternehmer bin, mache ich es anders.“

Er dulde nicht, dass Mitarbeiter sich beleidigen. Wer einen Kollegen herabwürdigt, muss gehen. Na ja, er selbst dürfe das, schränkt er ein, aber er verantworte sich vor dem Schöpfer. Und das mit den E-Mails? Das Gebot, die Angestellten nicht über den Feierabend hinaus zu behelligen, gelte. Er mag generell keine E-Mails, er hält sie für



Ich gebe meinen Angestellten Würde. Sie geben mir dafür Kreativität


moderne Zeitverschwendung. Er hält sein Handy hoch. Angekommene E-Mails: keine. „Das hier“, er hält das Handy noch einmal hoch, „hat alles verändert.“ Er meint die Nutzung des Internets. Firmen, die durch Ausbeutung ihren Profit steigern, kämen nicht mehr so einfach davon. Die Technik müsse dem Menschen dienen, nicht umgekehrt, meint der Philanthrop. Erst kürzlich habe er das in einer Konferenz in San Francisco den „Leonardo da Vincis der Neuzeit“, wie er die Tech-Gurus des Silicon Valley nennt, gesagt.

Von außen betrachtet mögen es teilweise nur Kleinigkeiten sein, mit denen Cucinelli den Grundton für seine Unternehmenskultur gesetzt hat, doch die allgemeine Unaufgeregtheit, mit der hier konzentriert gearbeitet wird, führt zu einer Friedfertigkeit, die man allorts und bis in die Kantine spüren kann. Sie hat weitreichende Auswirkungen auf das Produkt. Er gebe seinen Angestellten Würde, daraus entstehe Verantwortungsbewusstsein und so letztlich wieder Kreativität, von der die Firma profi-

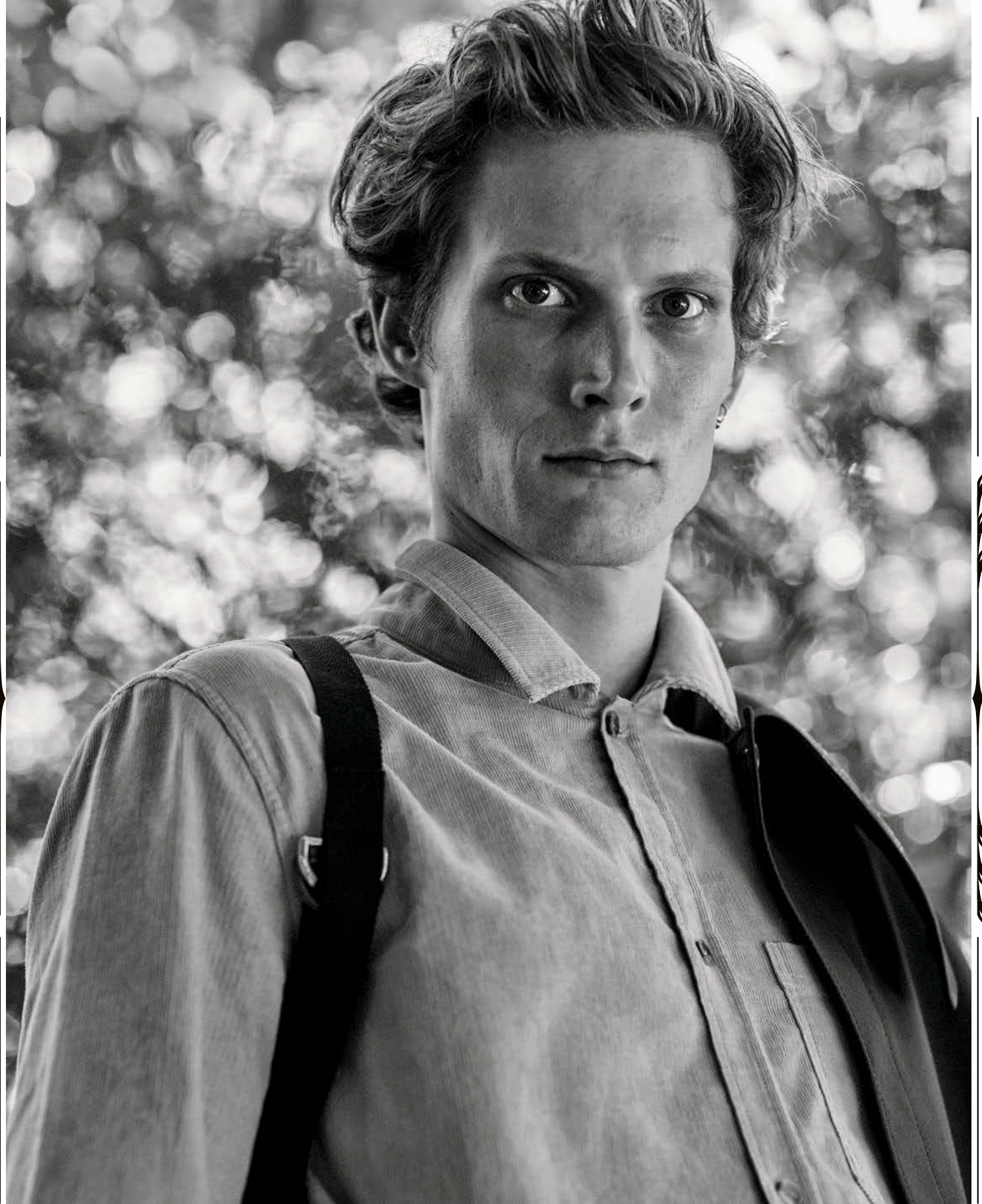
tiere. Er erwartet von jedem Mitarbeiter, dass er sich mit Ideen einbringt. Cucinelli zeigt die Innenseite seines Sakkos. „Die Idee für diese kleine Tasche hatte nicht ich, sondern der Schneider“, erklärt er eine kleine Zusatztasche. „Ich möchte nicht dafür verantwortlich sein, dass meine Mitarbeiter Psychopharmaka nehmen müssen, um mit dem Stress mitzuhalten.“

Sein Arbeitsethos leitet er auch von dem Ordensgründer Benedikt von Nursia ab, er-

zählt er auf die kirchengeschichtliche Dichte seiner Heimatregion angesprochen. Norcia, lateinisch Nursia, liegt ebenso wie Assisi in Umbrien. „Ora et labora“, bete und arbeite, habe er seit der Kindheit verinnerlicht und: „Versuche, strikt und süß zu sein, fordernder Lehrer, liebenswerter Vater“, zitiert er spontan eine andere Regel des Heiligen. Als man anmerkt, dass die Arbeitskultur in Solomeo mit den vorgeschriebenen Ruhezeiten ja auch eher an das Klosterleben als an das Silicon Valley erinnere, ist Cucinelli hocherfreut: „Genau, bei Google müssen sie auch nach 17:30 noch online sein!“

Die abschließende Frage nach dem Preisdruck im Geschäft erwidert er mit einer Gegenfrage: „Möchten Sie denn ein Luxusprodukt besitzen, bei dem Menschen zu Schaden gekommen sind?“ Das sitzt. Cucinellis Philosophie ist übrigens kein nachgereichtes Feigenblatt, wie man an einer Wand mit alten Artikeln erkennen kann. Einer von 1992 fängt mit einem Zitat als Überschrift an: „Bei mir gibt es keine Stechuhren.“ 





DIE NEUE
ROMANTIK

←
Cape
1995€
Lanvin

Hemd
85€
American
Vintage

→
Pullover
225€
Balibaris

Hose
395€
Coach 1941

*Fashion ist immer nur
so gut wie die Natürlich-
keit, mit der man sie
trägt. Das gilt auch für
diese unaufgeregten
TREND-LOOKS –
von naturfarbener Wolle
bis zu elegantem Samt
und strengem Schwarz*

Fotos
DANIEL RIERA



→
Anzug
3350 €
Hermès



←
Mantel
+
Hemd
Preise auf
Anfrage
beides Dolce &
Gabbana

Hose
405 €
Lemaire

Schuhe
890 €
Hermès

Socken
15 €
Falke



—>
Hut
1640 €
Ann
Demeulemeester

Cardigan
Preis auf Anfrage
Prada

Hose
695 €
Lanvin

→
Mantel
1740 €
+
Top
920 €
+
Hose
565 €
+
Stiefel
945 €
alles
Calvin Klein
205W39NYC





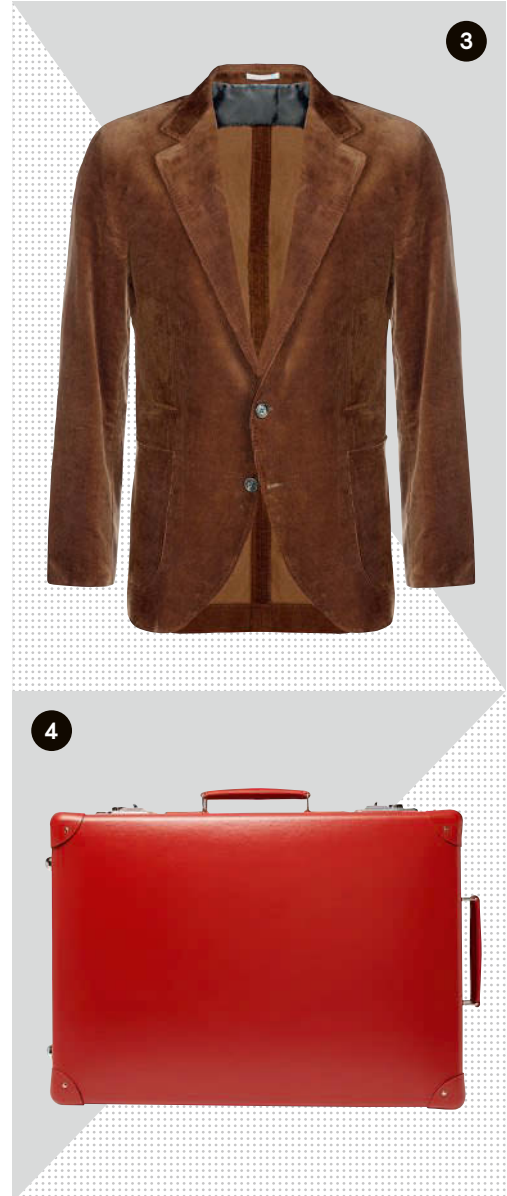
→
Pullover
270 €
Eric Bompard



→
Sakko
1305 €
+
Hose
720 €
beides
Dirk Bikkembergs

Look des Monats

Der Stoff, aus dem Erinnerungen sind. **Cord** ist zurück – und modisch heiß wie nie!



Prada

SO TRÄGT MAN DEN LOOK

Kombinieren

Ein Rollkragenpullover passt perfekt. Wichtig: Er sollte sich farblich von der Cordhose oder dem Cordanzug absetzen. Ausgefallener dürfen die Schuhe sein, z.B. raffinierte Tasselloafers.

Farbe

Am authentischsten wirkt der Cord-Look in warmen Karamell-Tönen. Für farbliche Akzente sorgen die Accessoires: Taschen und Gürtel in sattem Orangerot lassen die 70er aufleben.



1 Pullover, **Strellson**
über breuninger.com
100 €

2 Hose, **Brunello Cucinelli**
610 €

3 Sakko, **Brunello Cucinelli**
2 520 €

4 Koffer, **Globe-Trotter**
über mrporter.com
950 €

5 Schuhe, **Burberry**
575 €



DEN DIENSTAG ÜBERNEHMEN WIR

DIE NEUE SERIE AB 23.01. | DI | 20:15



KOLUMNE — TOBIAS FRERICKS

DER STILFLIEGER



Unser Fashion Director ist ständig unterwegs in Sachen Mode. Hier gibt er Tipps für ein Leben mit Stil. Diesmal: Warum Belt Bags die perfekten Taschen sind!

RUCKSÄCKE SIND ja schon lange zurück auf den Laufstegen. Jetzt hat endlich auch die Belt Bag ein Revival, die lange als Relikt der 80er galt (damals hieß sie noch „Bum Bag“). Prada, Gucci und Balenciaga zeigten bei ihren Spring/Summer-Shows Gürteltaschen in verschiedenen Größen und Farben, mit Prints und großen Logos. Ich habe schon immer eine Belt Bag. Meine ist von Patagonia, das ist mir lieber als die High-Fashion-Variante. Das Teil ist erstens ein gutes Stilmittel, um klas-

sische Looks zu brechen. Und zweitens ist es wahnsinnig praktisch. Die perfekte Tasche für Männer! Bei Spaziergängen mit meiner Hündin April verstaue ich darin Handy, Geldbeutel, Hundespielzeug und -Goodies. Klassische Handtaschen sind nichts für mich, ich habe gern alles griffbereit und die Hände frei. Ich trage meine Belt Bag nicht als Gürtel, da rutscht sie schnell ins Knie, sondern am liebsten quer über der Brust, über der Schulter oder auf dem Rücken. **cc**



Tasche
Balenciaga
Preis auf
Anfrage



+
**DREI
FAVORITEN**

2
Stephen Shore hat den American Way of Life in großartigen Bildern eingefangen – und die Modefotografie damit geprägt. Das MoMA in New York ehrt ihn mit einer großen Retrospektive (bis 28. Mai)

3
Der Fashion-Visionär Rick Owens zeigt bei einer Werkschau in Mailand mehr als 100 seiner aufregenden Entwürfe („Triennale di Milano“, bis 25. März)



1 Jahr lesen und Geschenk sichern!



**HIER GEHT'S
ZUM SHOP**



- 1 • GQ** ist Lebensstil für Männer mit Anspruch. Mit Intellekt, Charme und klarer Haltung führt **GQ** durch die männlichen Lebenswelten.
-
- 2 •** Jeden Monat die druckfrische Ausgabe im Briefkasten – **versandkostenfrei!**
-
- 3 • Exklusiv:** wöchentlicher Online-Newsletter der GQ-Redaktion!

20€ Amazon.de
Gutschein

Gönnen Sie sich mit diesem 20 € Amazon.de Gutschein einen schönen Einkauf oder machen Sie jemandem eine Freude.*
Ohne Zuzahlung

Jetzt Geschenk wählen und bestellen unter

[illegible]

Jacke
Hilfiger
Edition
450 €

Anzug
450 €
Hemd
90 €
Krawatte
50 €
alles
Tommy
Hilfiger
Tailored

BOMBERJACKE

Für Überflieger



MARCO RECHENBERG,
STELLVERTRETENDER
CHEFREDAKTEUR,
ERKLÄRT DEN LOOK

►► Vor genau 60 Jahren wurden die Kampfpiloten der U.S. Air Force mit einer neuartigen Nylonjacke ausgestattet. Damals ahnte wohl niemand, dass das Modell MA-1 auch die Modewelt erobern würde. War die Bomberjacke im zivilen Kontext früher subkulturelle Provokation, ist sie mittlerweile aus der Streetwear nicht mehr wegzudenken. Durch neue Schnitte und Materialien lässt sie sich, sozusagen entmilitarisiert, hervorragend auch zu formelleren Anlässen tragen. Über einem Slim-Fit-Anzug und farblich abgestimmt auf die Krawatte nimmt sie dem Business-Look die Strenge. Wichtig: Ist die Jacke aus glänzendem Satin, am besten eine matte Wollhose in einer dezenten Farbe und edle Leder-Accessoires dazu kombinieren. Stilistischer Volltreffer!

+

DER LOOK IM DETAIL



Tasche
Paul Smith
1250 €

Brillen (v. o.)
„SL 189 SLIM002“
Saint Laurent
355 €

„AR 7132“
Giorgio Armani
190 €



Krawatte
**Massimo
Dutti**
50 €



Hemd
Prada
450 €



Jacke
**Tiger of
Sweden**
630 €



Hose
**Tiger of
Sweden**
240 €



Schuhe
Geox
100 €



GQ STYLE

BIG IN BUSINESS

FOTOS: PAOLA KUDACKI

„TWIN PEAKS“-STAR KYLE MACLACHLAN
TRÄGT FÜR UNS COOLEN OFFICE-STYLE

ANZUG
980€
+
PULLOVER
270€
Emporio
Armani
MANTEL
3995€
+
STIEFEL
750€
Bally



SAKKO
1.530 €

+

HOSE
845 €

+

STIEFEL
1.015 €
CALVIN KLEIN
205W39NYC

UHR „HERITAGE
BLACK BAY CHRONO“
Tudor
1.700 €

ANZUG
Preis auf
Anfrage
+
PULLOVER
130€
BOSS

Uhr „Series 3“
Apple





„Als wir den Shoot mit Kyle vorbereiteten, dachte ich sofort an Zaha Hadids experimentelles Gebäude 520 West 28th Street in Manhattan. Bis zu ihrem Tod 2016 gehörte sie zu meinen absoluten Lieblingsarchitekten. Kyle liebte die Idee, die aktuelle Anzug-Fashion mit dieser aufregenden neuen Architektur zu verbinden. Und die Art, wie er die Looks trägt, ist genauso modern wie seine Umgebung.“

Jim Moore
CREATIVE DIRECTOR GQ

ANZUG
+
HEMD
+
KRAWATTE
alles Preis
auf Anfrage
Dolce &
Gabbana

STIEFEL
Paul
Evans
340€

TASCHE
Gucci
790€

ANZUG
Canali
1390€

HEMD
675€
+

TASCHE
2785€
Tom
Ford

STIEFEL
John
Varvatos
595€

BRILLE
Moscot
280€

iPhone X
Apple

Kamera
Leica Q

Das Rad – neu erfunden!



Das neue BMX-Bike von Dior Homme ist streng limitiert – lediglich 70 nummerierte Exemplare wurden von der französischen Manufaktur Bogarde gefertigt. Das typische Dior-Design – mit glänzendem Chrom und edlem Schwarz – ist ebenso spektakulär wie die Tricks, mit denen Sie auf Ihrem neuen Lieblings-Bike beeindrucken können.

BMX-Rad, **Dior Homme**, 2 500 €



ZEITLOS

Die „Aviator“ von Ray-Ban ist seit ihrer Einführung 1937 nie wirklich aus der Mode gekommen – hier sehen wir sie 1986 an Sean Penn, mit seiner damaligen Frau Madonna. Jetzt gibt es eine limitierte Neuauflage.

Sonnenbrille „Aviator 1937“, **Ray-Ban**, 172 €



3

EDELWEISS ▶

Pure Schönheit: Dieser handgefertigte Mantel von Maison Margiela und dem britischen Traditionsunternehmen Mackintosh ist inspiriert von den ikonischen weißen Kitteln, die alle Maison-Margiela-Mitarbeiter tragen.

Mantel, **Maison Margiela crafted by Mackintosh**, 2 190 €





LÄDT ZUM VERWEILEN EIN

In der Lounge der Lobby finden die Gäste Entspannung und können der hektischen Großstadt entfliehen

CHEERS GQ Supertramp Simon Lohmeyer genießt an der hoteleigenen Bar die Sophisticated Drinks



”

Das Regent überrascht mich jedes Mal, da es einem mehr gibt, als man selbst erwartet“



REGENT BERLIN DAS JUWEL IN DER MITTE BERLINS

MODERNE UND TRADITION VEREINEN SICH IM HOTEL, DAS GLEICHERMASSEN EIN ERHOLSAMES REFUGIUM WIE AUCH EIN GLAMOURÖSER VERANSTALTUNGSORT IST

Ein Rückzugsort voller Eleganz und Tradition sowie ein verstecktes Juwel inmitten der hippen Metropole ist das Luxushotel Regent Berlin in Berlins Mitte. Umgeben von Sehenswürdigkeiten, wie etwa der Museumsinsel, dem Regierungsviertel, dem Checkpoint Charlie und der Staatsoper steht das Gebäude seit 1996. Dank unmittelbarer Nähe zu den sehr beliebten Shopping-Meilen Friedrichstraße und Mall of Berlin lassen sich Freizeit und Kul-

tur leicht verbinden. Zeitlos klassische Eleganz dominiert in dem eleganten Fünf-Sterne-Superior-Haus. Die 195 Zimmer und Suiten erfüllen mit ihren wertvollen Antiquitäten, liebevollen Details und modernster Technik höchste Ansprüche. Noble Bäder aus Marmor, die mit separater Dusche und Badewanne ausgestattet sind, bieten Raum zum Relaxen. Die repräsentative Präsidentensuite liegt im obersten Stockwerk des Hauses und besticht durch einen atemberaubenden Blick auf den Gendar-

menmarkt. Den Ausgleich zu einem anstrengenden Tag verschafft der mit einer Sauna und einem Gym ausgestattete Regent Health Club, in dem man sich von den Herausforderungen des Alltags erholen und neue Kraft tanken kann. Ein umfassendes Massageangebot mit traditionellen und modernen Techniken rundet den Aufenthalt im Regent Health Club ab. Im Regent Berlin werden Teetrinker mit Expertise verwöhnt: Roland Pröh ist seit Jahren Tea Master Gold des Fünf-Sterne-Superior-Hotels Regent Berlin. Zum Afternoon-Tea begleiten Pianoklänge, während man es sich auf den bequemen Biedermeier-Sesseln und Ledersofas vor dem Kamin gemütlich macht. Pröhs Professionalität und Kompetenz erleichtern den Gästen das Abschalten vom hektischen Alltagsleben. Das Hotel ist durchweg ein „home away from home“. Die Mitarbeiter, die in erster Linie dazu beitragen, schenken dem Traditions Haus eine familiäre und wohlthuende Atmosphäre. Besonderer Wert wird im Regent Berlin auf den stets zuvorkommenden, vorausschauenden sowie persönlichen Service gelegt. Qualität und Authentizität, Begeisterung und Herzlichkeit werden hier großgeschrieben. Die Intimität des Hotels ist unter anderem auch ein Grund dafür, warum Schauspieler, Künstler und Prominente aus Wirtschaft und Politik das Haus am Gendarmenmarkt so schätzen. regenthotels.com/de/regent-berlin

Interview:
MARCO RECHENBERG

D

Die neue Sonderedition von Mido ist inspiriert vom Guggenheim-Museum in New York City – und das hat kein Kreativ- oder Managementteam entschieden, sondern über 100.000 leidenschaftliche Fans, die aus 60 berühmten Bauwerken Frank Lloyd Wrights berühmtes Bauwerk an der Upper East Side zur Design-Inspiration erkoren haben. Nun präsentierte das Schweizer Unternehmen, das in diesem Jahr 100 wird und dessen Namen sich vom spanischen „Yo mido“ (Ich messe) ableitet, das außergewöhnliche Modell. GQ traf Franz Linder, der seit 2002 als Präsident an der Spitze der Marke steht, im Guggenheim-Museum in New York City zum Gespräch.

GQ: Was hat Sie bewogen, über das Design Ihres neuesten Sondermodells öffentlich abstimmen zu lassen?

Franz Linder: Ich finde es wunderbar zu sehen, wie die Fans von Mido mit der Marke interagieren. Die Menschen haben sich beim Voting oft sehr persönlich und leidenschaftlich eingebracht. Für viele war das weit mehr als nur ein Klick im Internet. Ich habe zahlreiche ausführliche Begründungen für bestimmte Favoriten gelesen.

Die Uhr ist auf 500 Stück beschränkt, obwohl die Nachfrage sicher deutlich höher ist. Was ist der Hintergrund für die Limitierung?

Sie haben recht. Wir könnten an die Verkäufe sicher eine Null



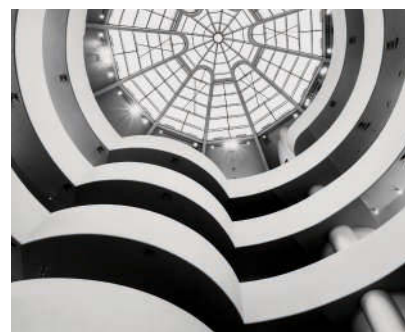
New York Times!

Inspiziert von der aufregendsten Stadt der Welt: Das neueste Sondermodell von Mido greift die einzigartige Architektur des Guggenheim-Museums auf

anhängen. Aber bei den Architektur-Uhren geht es uns nicht um Umsatz – dafür sind diese Stücke einfach zu aufwendig. Viel wichtiger ist es uns, mit ihnen etwas zurückzugeben. Etwas Einzigartiges zu schaffen für Menschen, die das Besondere lieben. Ich bin sicher: Wer sich jetzt eine „Inspired by Architecture“ kauft, wird spätestens in ein paar Jahren merken, dass er ein sehr gutes Geschäft gemacht hat. Aber ich hoffe, die Menschen benutzen die Uhr auch wirklich und sehen sie nicht nur als ein Investment an. Mich erinnert das sonst an ein Gemälde, das in einem Safe gelagert wird. Wozu? Man soll schöne Dinge doch genießen.

Sie haben Kunden auf der ganzen Welt. Wie gut kennen Sie deren Bedürfnisse?

Wir sind heute in über 70 Ländern vertreten und erleben dort tatsächlich ganz unterschiedliche Wahrnehmungen der Marke: In Europa etwa gelten wir als traditionell, in China als trendy. Uns geht es trotz dieser Unterschiede aber immer nur um eine einzige Botschaft: Wir bieten exzellenten Wert fürs Geld. Weil wir ein Teil der Swatch-Gruppe sind, haben wir Zugriff auf exzellente Technologie zu außergewöhnlich wettbewerbsfähigen Preisen.




INSPIRATION

Das Guggenheim-Museum

Das von Frank Lloyd Wright entworfene Gebäude an der Fifth Avenue wurde 1959 fertiggestellt. Eines seiner Hauptmerkmale ist die runde Form und die aus ihr entstehenden charakteristischen Linien auf der Fassade, die auch den Rand der „Inspired by Architecture“ von Mido zieren.

Hat sich diese Preispolitik in den letzten unruhigen Jahren in der Uhrenindustrie positiv ausgewirkt?

Die Uhrenindustrie hat in den letzten Jahren einige Krisen erlebt – und ich denke, das war sogar gut so. Denn die Dinge waren bei vielen Marken einfach ein Stück weit außer Kontrolle geraten. Nehmen wir die Preise: Einige Marken haben sie in unglaubliche Höhen geschraubt. Und in den letzten Jahren mussten einige von ihnen die Preise dann wieder senken. So etwas wirkt nicht gerade aufrichtig. Bei Mido dagegen könnten wir die Preise gar nicht senken, weil wir aus Prinzip knapp kalkulieren. Krisen haben uns nie erreicht. Mido geht es ausgezeichnet. 

“
**Bei diesen Uhren geht
es uns nicht um den
Umsatz – dafür sind sie
zu aufwendig**



„Inspired by
Architecture“
Mido
1590 €

Art Basel Miami: Zeit für Kunst!

Audemars Piguet stellte in South Beach eines der spektakulärsten Kunstwerke der Art Basel Miami vor. GQ sprach mit Olivier Audemars über das Projekt

S Seit 2014 unterstützt Audemars Piguet mit der „Art Commission“ außergewöhnliche Kunstprojekte: Nun präsentierte die Schweizer Manufaktur bei der Art Miami Basel mit „Slow-Moving Luminaries“ eine zweigeschossige, begehbare Installation am Strand von South Beach. Bei der Arbeit des in Los Angeles lebenden Künstlers Lars Jan geht es um den Klimawandel – ein Thema, das auch Olivier Audemars, Urenkel des Firmengründers und Miteigentümer, persönlich nahegeht.

GQ: Monsieur Audemars, was hat Sie bewogen, „Slow-Moving Luminaries“ für Ihre „Art Commission“ auszusuchen?

Olivier Audemars: Das Kunstwerk von Lars Jan hat mich sofort angesprochen – denn ich erlebe den Klimawandel in meiner Heimat ganz konkret: Im Risoud-Wald, der das Vallée du Joux umgibt, kommt eine besondere Art der Fichte vor, deren Holz so gleichmäßig strukturiert ist, dass es sich sehr gut zur Herstellung von Musikinstrumenten eignet. Nun wachsen die Bäume allerdings wegen der globalen Erwärmung schneller, die Jahresringe werden breiter, und das Holz taugt nicht mehr als Resonanzverstärker. Es braucht 350 bis 400 Jahre, bis ein Baum so

Interview:

MARCO RECHENBERG





Ein ganzes Gebäude als Kunstwerk: Eine Art Labyrinth im Erdgeschoss führt zwischen Hebebühnen hindurch, die hausähnliche Objekte auf- und abfahren lassen. Die Flaggensymbole signalisieren SOS



Oben: Lars Jan, 39, während der Arbeit an „Slow-Moving Luminaries“ in seinem Studio in L. A. Die Realisierung der Installation dauerte von der Idee zum fertigen Bau fast zwei Jahre



FOTOS: COURTESY OF AUDEMARS PIGUET

dick ist, dass man ihn für den Instrumentenbau nutzen kann – wir reden von einem Problem, das Generationen betrifft.

Wie kamen Sie 2013 auf die Idee, in die Kunstszene einzusteigen?

Es gibt ein Schlüsselerlebnis: Ich hatte vor ein paar Jahren ein Team britischer Fotografen gebeten, das Vallée du Joux für eine Firmenbroschüre abzulichten. Als ich die Ergebnisse sah, dachte ich, sie hätten versucht, mir alte Bilder aus Irland unterzujubeln. Ich erkannte meine Heimat auf den Fotos nicht wieder, ich sah nur Felsen, dunklen Wald und Nebel. Für mich bestand das Vallée du Joux bis dahin aus blauem Himmel, hübschen Bergen und dem glitzernden See. Die Fotografen hatten mir aber natürlich nichts untergejubelt – sie haben nur einen ganz neuen Blick auf die Landschaft geworfen und eine ganz eigene, schroffe Schönheit entdeckt. Das war für mich der Beginn eines *soul-searching*, einer Reise zu meinen Wurzeln. Künstler haben die Fähigkeit, etwas zu entdecken, das wir selbst nicht mehr sehen, weil es täglich vor unseren Augen ist. Ich habe dank der Fotos besser verstanden, warum Menschen einst in das eigentlich unwirtliche Vallée du Joux mit seinen ewig langen Wintern gezogen sind. Aber es gibt noch einen weiteren Aspekt, warum ich die Kooperation mit Künstlern schätze: Viele Uhrensammler sind unsicher, wenn es um moderne Kunst geht, denn sie mögen es ihrer Natur nach nicht, die Kontrolle aufzugeben. Deshalb wollen wir sie an die Hand nehmen und, so wie hier auf der Art Basel Miami, in eine neue Welt führen. Umgekehrt gilt: Kunstsammler haben oft keine Ahnung von der Uhrmacherei. Es macht mir Spaß, diese beiden Gruppen zu verknüpfen.

Stichwort Verknüpfung: Werden Sie irgendwann mit einem Künstler eine Uhr für Audemars Piguet entwerfen?

Das wäre eine naheliegende Art, an die Dinge heranzugehen – aber nicht unbedingt die beste. Viele Marken verfolgen derartige Projekte, was ich für einen großen Fehler halte. Kunst soll die Sicht auf Dinge ändern. Und das ist wichtiger, als bloß ein Gimmick für eine Uhr zu sein. Mag sein, dass das für Unternehmen funktioniert, die Massensuslux produzieren. Die Welt verändert sich schnell, und jeder muss sich fit für die Zukunft machen. Wir stellen allerdings emotionale und extrem wertvolle Objekte her – deshalb halte ich es für unabdingbar, Zusammenhänge auf einer tieferen Ebene zu erfassen.



Oben: Die Vernissage-Party vor der Installation. Links: Auf der oberen Etage von „Slow-Moving Luminaries“ symbolisieren scheinbar im Wasser versinkende Gebäude den Klimawandel

Audemars Piguet ist extrem erfolgreich, in den letzten Jahren erlebte die Marke einen echten Boom. Was ist Ihre Erklärung?

Einer der wichtigsten Gründe ist, dass wir ein Familienunternehmen sind. Unsere Eltern haben uns beigebracht, dass wir keine Eigentümer sind, sondern dass die Firma den Menschen gehört, die für sie arbeiten. Das hat uns geprägt: Es geht uns nicht um Quartalszahlen – wir denken zeitlich in Generationen. Außerdem gibt es so etwas wie ein Familiengedächtnis, das Entscheidungen beeinflusst. Mein Großvater hat mir einst erzählt, wie das Unternehmen kurz vor der Großen Depression fast eingegangen ist, als unser US-Distributor Konkurs anmeldete. Wir hatten zu dem Zeitpunkt nur noch drei Uhrmacher.

Sind Sie deshalb vorsichtiger als andere?

Als der chinesische Markt durch die Deckung und viele Marken in den Markt hineingesprungen sind, haben wir gesagt: Ohne uns! Audemars Piguet betreibt ein recht zurückhaltendes Geschäft in China. Wir konzentrieren uns nach wie vor auf Märkte, die traditionell viel schwieriger sind: USA und Europa. Man soll bekanntlich nicht alle Eier in ein Nest legen. Als der Markt in China dann in den letzten Monaten abstürzte, tangierte uns das entsprechend wenig. Nun strömen wieder alle zurück in die USA, während wir in China ein wenig aktiver werden. Solche Entscheidungen könnte ein öffentlich gelistetes Unternehmen niemals so frei treffen, wie wir es tun.

Das gilt vermutlich auch für Ihre Entscheidung, die Jahresproduktion auf 40.000 Stück zu limitieren.




Ein Jubiläum der besonderen Art

► 1993 präsentierte Audemars Piguet eine bis heute optisch wie technisch einzigartige Uhr: die „Royal Oak Offshore“, eine robuste Sportvariante der berühmten „Royal Oak“ aus dem Jahr 1974. Zum 25-jährigen Jubiläum gibt es nun drei Sondermodelle, eine Reedition der ersten Serie sowie zwei aufsehenerregende Varianten mit einem Tourbillon, das sich durch das skelettierte Zifferblatt betrachten lässt. Edelstahl. Preis auf Anfrage.

Olivier Audemars
mit Marco Rechenberg
von GQ

Ganz genau. Man kann nicht die Produktion endlos steigern und gleichzeitig Zeit finden, seine Hausaufgaben zu machen. Am Ende stünde Industrialisierung, und die lehnen wir ab. Wir bestehen darauf, dass unsere Uhren von Menschen erschaffen werden. Es heißt, die Zeit respektiert nichts, das ohne sie erschaffen wurde. Deswegen haben wir die Produktion bei 40.000 Stück eingefroren und gleichzeitig die Anzahl der Verkaufspunkte drastisch reduziert.

Denken Sie, Wachstum wird in der Branche überschätzt?

Absolut. Es ist immer die gleiche Geschichte: Erst wächst ein Uhrenunternehmen wie verrückt, dann crasht es, dann kommen die Finanzmenschen, streichen hier und dort Kosten, und plötzlich ist das Know-how eines Unternehmens für alle Zeit verloren. Wenn es dann wieder bergauf geht, ist die Marke ihres Kerns beraubt. Dieses Problem stellt eine besondere Herausforderung für die Schweizer Uhrenindustrie dar, weil viele Marken in den Händen großer Gruppen liegen, deren Eigentümer fern der Manufakturen leben. Diese Menschen denken an Wachstumsraten. Wenn ich an Audemars Piguet denke, denke ich an Menschen. 



+ PARTY- KOSMOS SOUTH BEACH

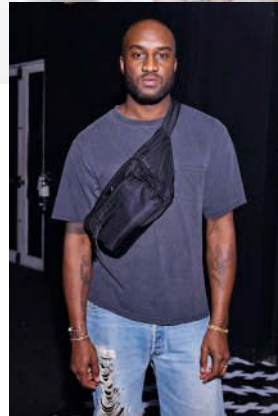
Art Basel Miami – das heißt nicht nur Kunst, sondern auch Feiern auf Weltniveau



► Eine Party wie ein Kunstwerk: Miuccia Prada mit dem Künstler Carsten Höller, der für das Mailänder Modehaus das Event „Prada Double Club“ entwickelte



Drei Nächte lang wurde bei Prada auf zwei Dance-floors – einer im Club (oben), einer im Garten – gefeiert. Unter den Gästen: Virgil Abloh (u. li.), Rita Ora, Ricky Martin und Adriana Lima



Morgan Brown, Gerard Butler, Camila Alves und Matthew McConaughey (von links)

► Philipp Plein feiert im Pop-up-Store im „Fontainebleau“ mit bestem Freund und Kollaborateur Alec Monopoly eine neue Capsule Collection



► Strike a pose: Paris Hilton und Model Joan Smalls im „Eden Roc“ (unten), Moschino-Designer Jeremy Scott mit Model Slick Woods



▼ Jaden Smith rockt die Bühne beim „Dial-Up x Beats by Dr. Dre“-Event mit einem Song aus seinem Debütalbum „Syre“





22. Feb.
Berlin

Crossmedia Content & Marketing (DE)

Social-Media-Reichweite steigern durch richtige Inhalte

26. Feb.
Berlin

Digital Sales (DE)

Tools und Methoden für den erfolgreichen Online Sales Funnel

12. Mrz.
Berlin

Visual Thinking (EN)

Illustrating Concepts and Ideas

21. Mrz.
Berlin

Future of Retail (DE)

Experten geben praxisnahe Einblicke in neueste digitale Trends

22. Mrz.
München

Keep up with AI (DE)

Künstliche Intelligenz sinnvoll im Unternehmen einführen

20. Apr.
Berlin

The Art of Storytelling (DE)

Geschichten als Marketing Tool: digitale Produkt- und Markeninszenierung

BE A FORCE OF CHANGE

WIRED ist der Kompass für den Digitalen Wandel. Mit unseren offenen Campus Workshops laden wir Einzelpersonen ein, unsere Experten und Themen praxisnah kennenzulernen. WIRED Campus richtet sich auch an Teams und Unternehmen, die sich auf die Digitale Transformation einstellen wollen. Mit dem Digital Leadership Program vermitteln wir entsprechendes Praxiswissen und zeigen auf, wie sich die Digitalisierung auf Produkte, Business Modelle, Kommunikation und Branding, sowie auf unsere täglichen Arbeits- und Organisationsprozesse auswirkt.

WIRED Campus für Unternehmen

DIGITAL LEADERSHIP PROGRAM

- Digital Activation
- Experience Tours
- Digital Tech Deep Dive
- Digital Biz Deep Dive

DIGITAL MINDSET & SKILLS

- Design Thinking
- Agile Working
- UX/UI Design
- Ideation & Rapid Prototyping

DIGITAL TRENDS & TECHNOLOGIES

- Inspirational Lectures
- Digital Experience / Strategy Days
- Industry 4.0 & Robotics
- AI & Machine Learning

DIGITAL POSITIONING & IDENTITY

- Content Hubs
- WIRED X Conferences
- Employer Branding
- Hackathon Events
- Industry Think Tanks

WEITERE INFORMATIONEN FINDEN SIE HIER:

www.wired.de/campus // Kontaktieren Sie uns : campus@wired.de

Care · Life · Tech

COACH

02

18

Das Jahr ist noch jung – ein guter Zeitpunkt, um sich mental und körperlich für die Zukunft fit zu machen. Am besten in einem dieser Alpen-Spas

Bademantel
Frette

Wellness-Resorts

EIN BISSCHEN SPA MUSS SEIN!

FOTO: ARTHUR BELEBEAU, STYLING: ERIC NICHOLSON

TEXT — CONSTANTIN HERRMANN & RICARDO VIZCAINO

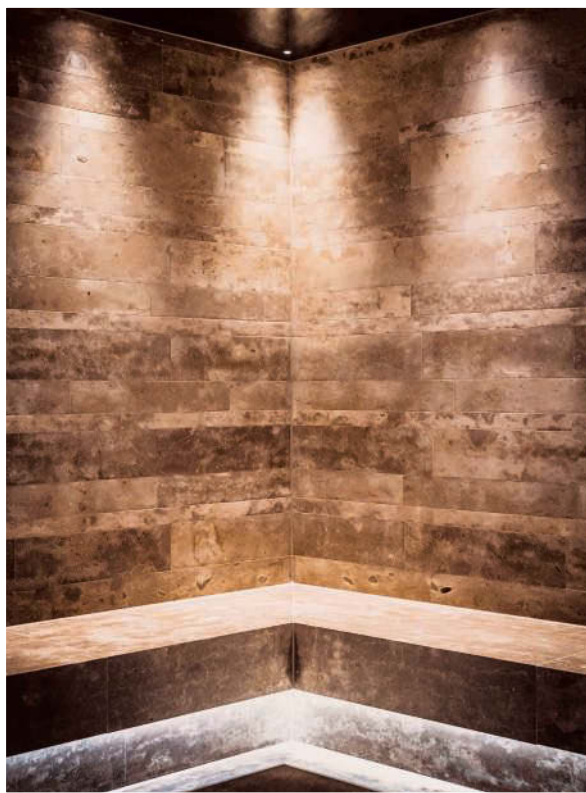
DIE SICH WANDELNDE WELT um uns herum – sie will scheinbar ständig mehr von uns. Die Folgen: mentale Überforderung, Stress, Schlafdefizit und Burnout-Gefahr. Zu Beginn des neuen Jahres erhöhen viele noch den Druck auf sich selbst, wollen auch das Entspannen zum Leistungsnachweis machen und belegen allerlei Kurse. Dabei hilft nur eins: raus aus dem Alltag. Moderne Wellness-Resorts helfen uns dabei, die körperlichen und geistigen Ressourcen zu erneuern. Das schafft kein Abenteuer-Urlaub, kein Städtetrip mit Sightseeing und kein schneller Yogakurs. Das geht nur mit einem temporären, aber kompletten Ausstieg. Zum Beispiel in die Stille der Alpen. Vier Resorts, die Ihr Leben verändern können. Wir waren da. Und wollten nicht mehr weg...



HOTEL BACHMAIR WEISSACH

– *Detox de luxe* –

East meets west im Süden: eine wunderbare Konstellation. In den bayerischen Alpen findet man das mondäne „Mizu Onsen“, Deutschlands bestes Asia-Spa





1

Romantik zu zweit
GQ SPA GUIDE

Da Wellness immer auch etwas mit Genuss zu tun hat, empfehlen wir den exotischen Wellness-Tempel am Tegernsee für eine romantische Detox-Auszeit zu zweit

►► Asien am Tegernsee: Das Grandhotel „Bachmair Weissach“ eröffnete erst vor einem halben Jahr und gehört doch schon zur Spa-Elite Deutschlands. Im japanisch inspirierten „Mizu Onsen Spa“ wird die atmosphärische Stille zu einer Musik der Seele. Baderituale, es geht vom eiskalten Wasser in die Hitzekammern, schieben die gestresste Seele sanft in fernöstliche Harmonie. Wer will, kann Gesichtshaut-Screening, Jetpeel, Massagen mit warmen Steinen und Shiatsu-Anwendungen dazubuchen. Hier dreht sich alles um die Lebensenergie, japanisch „Ki“, nicht einfach um Körper. Auf Deutsch sagt man wohl: ganzheitlicher Ansatz. Hotelchef Korbinian Köhler wollte hier „einen Ort der Heilung und Selbsterfahrung“ schaffen. Wir finden: Mission erfüllt! GQ-Tipp: Donnerstagnachmittags gibt es Sushi-Kurse im fantastischen Japan-Restaurant. bachmair-weissach.com



LANSERHOF

– Der Hightech-Tempel –

2

Manager-
Paket

GQ SPA GUIDE

►► Wir wollen jetzt nicht von Burnout sprechen. Denn das ist nur der Endpunkt einer negativen Entwicklung. Also: Vorsorgen, damit es gar nicht erst dazu kommt! Im Medical Spa „Lanserhof“ in den Tiroler Bergen, dem Lieblings-Hideaway unseres Beauty Directors, dreht sich alles um ganzheitliche Gesundheit. Die Abgelegenheit des Ortes ist natürlich Teil des Konzepts, ja, seine Voraussetzung. Die absolute Stille des Bergidylls sorgt automatisch bei Lavendeltee und Heilfasten auch für Ruhe in der Seele. Der innere Tacho fährt

auf null zurück. Dann beginnt die medizinische Arbeit: Dissonanzen im Energiefeld werden per bioenergetischer Diagnostik geortet, Schlafstörungen im Schlaflabor mit 24-Stunden-Blutdruckmessung decodiert. Coaches lehren Selbstmanagement, das auch nach dem Aufenthalt weiterhilft. Wer sich belastet fühlt von Stress, inneren Krisen und Umwelteinflüssen, der checkt bitte hier ein. GQ-Tipps: Eine weitere „Lanserhof“-Dependance gibt es am Tegernsee, eine dritte auf Sylt folgt ab 2019. lanserhof.com

STANGLWIRT

– Wellness mit VIPs und Kids –

3

Landhaus-
Charme
GQ SPA GUIDE



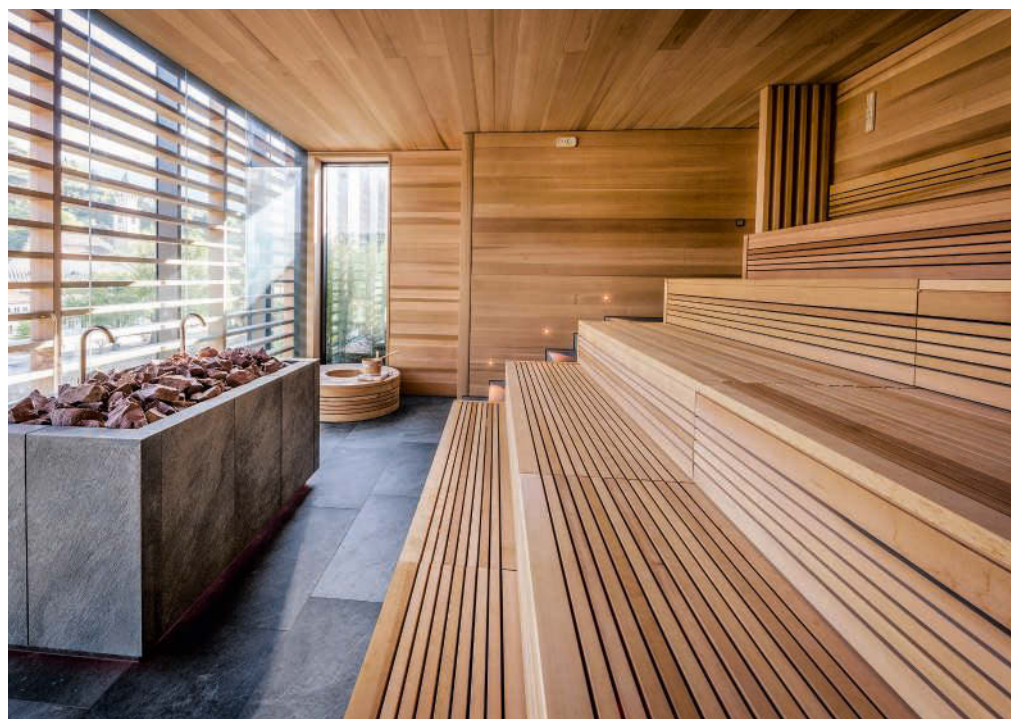
►► Hier ist Familienfreundlichkeit und Rustikalität Konzept: österreichische Zirbel-Nostalgie als Gegenentwurf zu moderner Hotel-Architektur. 20 Minuten vor Kitzbühel zieht der „Stanglwirt“ die internationale Promi-Klientel an. Die Anlage erstreckt sich über die Fläche eines nicht mehr ganz so kleinen Alpendorfs – inklusive Kegelbahn, Restaurant im Kuhstall und Reithalle. Die fast 3000 Quadratmeter große Wellness-Welt teilt sich in zwei Teile: den Familienbereich mit Wasserrutsche, Dampfgrotte und mehreren Pools. Daneben liegt der angenehm ruhige Erwachsenenenteil mit Solebecken, Naturbadesee, Wasserfallgrotte und mehreren Saunen. Man darf sich eben nur nicht wundern, wenn man plötzlich neben einem Klitschko sitzt. GQ-Tipp für Familienväter: Das Kinderprogramm zu Ostern ist fantastisch. Mit Eiersuche und legendärem riesigen Streichelzoo mitten in der Hotellobby. Kinder lieben es. Wir auch. stanglwirt.com

4

Aktiv-
Urlaub

GQ SPA GUIDE

►► Jährlich über 300 Sonnentage sorgen dafür, dass es am „Südbalkon der Alpen“ bereits im Februar bis zu zehn Grad warm wird. So kommen gleichzeitig Mountainbiker, Bergsteiger und Skifahrer auf ihre Kosten. Das im April 2017 eröffnete „Sky Spa“ des Hotels „Therme Meran“ sorgt für den entspannten Ausgleich: Hier gibt es Hightech-Treatments speziell für Männerhaut, gegen notorische Augenringe oder Thermalwasser-Inhalation. GQ-Tipp: Unbedingt das polynesisches Körperritual buchen, es ist inspiriert von der Lomi-Lomi-Heilmassage. Genial! hoteltermemerano.it



HOTEL THERME MERAN

– Südtirols spektakulärstes Spa –

DER DREI-STERNE- MANN

GQ trifft den Münchner Küchenchef **Jan Hartwig**, der es gerade in Rekordzeit zur Höchstwertung des „Guide Michelin“ schaffte

Es ist eine Auszeichnung, mit der sich nur die Allerbesten schmücken dürfen: die heiß begehrten drei Michelin-Sterne. In Deutschland gibt es le-

diglich elf Restaurants, die diese Höchstwertung des „Guide Michelin“ erreicht haben. Das „Atelier“ im „Bayerischen Hof“ in München gehört nun dazu. Verantwortlich für diesen Erfolg ist Jan Hartwig. Nach Stationen bei Christian Jürgens, Klaus Erfort und Sven Elverfeld – allesamt selbst mit drei Sternen ausgestattet – bekam der 35-jährige Niedersachsen in München die Möglichkeit, als Küchenchef seine eigene kulinarische Handschrift zu entwickeln.

GQ: Wie haben Sie erfahren, dass Sie mit dem dritten Michelin-Stern ausgezeichnet werden? Und vor allem: Wie haben Sie das gefeiert?

Jan Hartwig: Das war am Abend vor der Michelin-Gala in Berlin. Ich hatte an dem Tag frei und saß mit einem Freund im Münchner Restaurant „Landersdorfer & Innerhofer“. Es war schon nach zehn, und ich habe mit so einem späten Anruf nicht mehr gerechnet. Meine Chefin (*Innegrith Volkhardt, Geschäftsführerin des „Bayerischen Hofes“, Anm. d. Red.*) war dran und hat es mir erzählt. Wir haben dann eine gute Flasche Rotwein aufgemacht. Aber trotzdem haben wir uns mit dem Feiern so gut es ging zurück-



gehalten. Man ist ja bis zur Verkündung zur Verschwiegenheit verpflichtet.

Sie haben sich gleich in Ihrer ersten Position als Chefkoch hier im „Atelier“ in der Rekordzeit von nur dreieinhalb Jahren Ihre drei Sterne erkocht. Wie anstrengend waren diese letzten dreieinhalb Jahre für Sie?

Wenn ich sage, es war gar nicht anstrengend, dann stimmt das ebenso wenig, wie wenn ich sage, es war sehr anstrengend. Denn die Wahrheit ist: Es darf sich keinen Moment lang anstrengend anfühlen, weil sonst die Kreativität und das Profil auf der Strecke bleiben. Es ist beim Kochen genauso wie etwa beim Sport: Es darf nie verkrampt wirken. Man würde das sofort auf der Gabel merken, und man würde es sofort schmecken. Andererseits ist es natürlich eine brutale Anstrengung, die einem dieser Beruf abverlangt – wenn man ihn ernst nimmt. Sogar wenn man

kein Sternekoch ist. Diese persönliche Hingabe, der Verzicht und die Disziplin, die körperliche Anstrengung... Ich habe aber zum Glück sehr früh gemerkt, dass mir der Beruf auch sehr viel gibt und Momente der kompletten Erfüllung schenkt. Kochen ist so elementar schöpferisch und kreativ. Ich esse natürlich selbst sehr gerne. Ein guter Teller ist wie ein gemaltes Bild. Ein vergängliches zwar, aber eben diese Vergänglichkeit reizt mich. Denn man kann einen schönen Teller zwar fotografieren, aber das Erlebnis, dieser eine Moment, wenn man vor genau diesem Teller sitzt und ihn als Geschmack erlebt: Das ist einzigartig.


Worin mussten Sie noch besser werden, um es vom zweiten zum dritten Stern zu schaffen?

Ralf Flinkenflügel, der Chef vom „Guide Michelin Deutschland“, hat mir beim zweiten Stern gesagt: „Machen Sie weiter so, Sie sind auf einem guten Weg.“ Er meinte, ich solle jetzt bloß nicht versuchen, alles anders zu machen. Das Gleiche gilt auch jetzt. Was nicht bedeutet, dass man sich nicht weiterentwickelt. Die Entwicklung von Gerichten ist ein ständiger Prozess, der nie aufhört. Ich versuche zum Beispiel, wenn ein neues Gericht entstanden ist, immer noch einmal zu schauen, ob ich etwas weglassen kann.


23 Jahre, nachdem Jahrhundertkoch Eckart Witzigmann sein Münchner Drei-Sterne-Restaurant „Aubergine“ schließen musste, geht diese Auszeichnung erstmals wieder nach München. Sind Sie sich der historischen Dimension dieser Auszeichnung bewusst?

Ich selbst bin ja zugezogener Münchner, deshalb kann ich nur versuchen, das nachzuvollziehen. Die Tatsache ist für mich aber eine gigantische Ehre, weil Eckart Witzigmann eine Lichtgestalt ist. Ich verehere ihn sehr. Ich hatte seinen Namen schon in meiner Kindheit oft gehört. Mein Vater, der auch Koch ist, hat sich in seiner Ausbildungszeit einmal in seinen VW Polo gesetzt und ist an einem Abend von Helmstedt in Niedersachsen bis nach München und wieder zurück gefahren – nur um bei Eckart Witzigmann zu essen. Er hat noch die Speisekarte von damals und natürlich alle „Tantris“-Kochbücher.

Kommt Ihr Vater heute auch hin und wieder zu Ihnen ins Restaurant?

Ja, meistens am 29. September. An dem Tag haben wir nämlich beide Geburtstag! 

Interview:
CLARK PARKIN



Jan Hartwig im Gast-
raum des „Atelier“.
Das Interieur stammt
vom belgischen
Kunsthändler Axel
Vervoordt

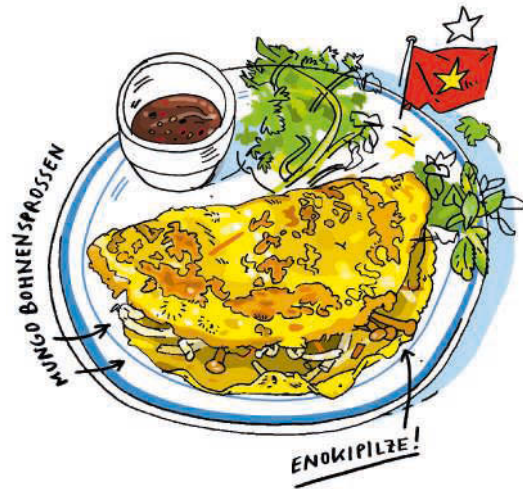
“
**Ein guter Teller ist wie
ein gemaltes Bild. Ein
vergängliches zwar, aber
genau das reizt mich**

KOLUMNE — PETER PRASCHL

DER KÜCHENCHEF

DA IST DIESES Mädchen, das ich mehr liebe als mich selbst. Ich habe ihr zum Geburtstag eine Karaoke-Maschine geschenkt, und seitdem schmettert sie, wenn sie von der Schule nach Hause gekommen ist, ihren Ranzen verstaubt und ihre kleine Schwester geknuddelt hat, in ihrem Zimmer die Partyknaller auf ihrer Karaoke-CD nach. „Ich lieb dich, ich lieb dich nicht“, singt sie oder „Männer weinen heimlich“, und wenn ich ihr dabei zusehen darf, schneidet es mir das Herz durch, weil mein Glück so wehtut.

Als der Winter gekommen war und die Nachmittage schon um fünf Uhr dunkel wurden, wäre sie fast über den Haufen gefahren worden. Sie war mit ihrer Mutter, der Frau, die ich mehr liebe als mich selbst, noch losgegangen, um Eis zu besorgen. Sie machen das manchmal an den Abenden, liegen aneinandergekuschelt auf dem Sofa, vertilgen „Karamel Sutra“ und haben es schön. Als sie vom Späti auf die Straße traten, schoss



Vietnamesische Reismehl-Pfannkuchen gegen die Angst

ein Fahrradfahrer auf sie zu, auf dem Gehsteig bis unmittelbar vor den Eingang, ohne Licht, in einem wahnsinnigen Tempo. Hätte ihre Mutter sie nicht weggezogen, hätte er sie erwischt. Eine halbe, eine Viertel-, Zehntelsekunde später wäre sie tot gewesen oder gelähmt oder ein Pflegefall für den Rest ihres Lebens oder mit Knochenbrüchen für ein paar Wochen in der Kinderklinik.

Der Mann, der nach einem Blick über die Schulter weiterraste, als wäre nichts geschehen, war gerade dabei, jemandem, der bis zu jenem Abend auch ich hätte sein können, sein Dinner in einem Fahrradkurierwürfelrucksack zu bringen. Eine halbe, eine Viertel-, Zehntelsekunde – und sie wäre vielleicht tot gewesen. Wir beide hätten danach auch nicht mehr gelebt, zwei Hüllen, von Traurigkeit zerfressen, nur noch darauf wartend, endlich sterben zu dürfen, ohne die Gnade, uns selbst umbringen zu können, weil da noch ein zweites Mädchen ist.

Also mailte ihre Mutter dem Lieferservice. Schilderte, was geschehen war. Und bat, dass der Fahrer bei uns auftauche, um sich beim Kind zu entschuldigen.

Eine Mitarbeiterin mailte zurück und versicherte: „All unsere Kurier erhalten, bevor sie für uns fahren, eine umfangreiche Einweisung. Diese beinhaltet freilich auch eine Belehrung über die StVO und die Einhaltung ebendieser sowie das Benutzen von entsprechender, für den Stadtverkehr ausgelegter Beleuchtung.“ Sie versprach, die Mail „an unsere Kollegen aus der zuständigen Abteilung weiterzuleiten“, und bat, „auf eine Reaktion von unseren Kollegen zu warten“.

Es geschah: nichts.

Also fragten wir nach einer Woche, was denn nun wäre. Ein anderer Mitarbeiter meldete sich und erklärte noch einmal, es gäbe eine

Belehrung über die StVO und warb um Verständnis: „Auch wenn das Verhalten nicht akzeptabel ist, so glaube ich nicht, dass dem Kurier völlig egal ist, wie er fährt, sondern dass er tief in der Lieferung war und daher nicht direkt wahrgenommen hat, welche Gefahr möglicherweise von ihm ausgeht.“

Das also sind die Antworten eines Unternehmens, an das man sich wendet, weil einer seiner Fahrer es für akzeptabel hält, im Dunkeln ohne Licht auf Gehsteigen zu rasen. Die eine sagt, sie werde sich kümmern und drückt auf den „Weiterleiten“-Button. Der andere gibt zu bedenken, der Fahrer wäre mit seiner Arbeit zu beschäftigt gewesen, um zu verstehen, was er tut. Beide versichern, dass die Fahrer, die sie beschäftigen, über die StVO aufgeklärt werden – dummerweise findet Google viele Artikel darüber, wie oft Ähnliches passiert. Und keiner aus diesem Unternehmen hat die Zeit, den Mut, den Anstand vorbeizukommen, um einem Kind zu sagen, wie leid es ihm tut. Keiner, kein Einziger ruft an, um sich zu erkundigen, wie es geht. Man könnte einiges tun, wenn man ein Kind fast gerammt hat. Sie schreiben erbärmliche Mails.

Natürlich werde ich mein Essen nie wieder da bestellen. Dafür gibt es auch gar keinen Grund: Hier ein Rezept für Bánh xèo, vietnamesische Reismehl-Pfannkuchen, das wahnsinnig einfach geht. Außerdem schmecken die Bánh xèo viel besser, wenn sie nicht in einem Fahrradkurierwürfelrucksack durch die Stadt gefahren wurden.



Peter Praschl ist immer am Herd des Geschehens. Hier teilt er seine Gedanken über die Welt und wie sie uns schmeckt

Bánh xèo für 2 Personen

ZUTATEN

TEIG

- × 200 g Reismehl
- × 1/2 TL Kurkuma
- × 400 ml Kokosmilch

SOSSE

- × Saft einer Limette
- × 1 EL süße Sojasoße
- × 1 EL Sesamöl
- × 1 Zehe Knoblauch, gehackt
- × 2 EL brauner Zucker

FÜLLUNG

- × 2 Karotten
- × 4 Frühlingszwiebeln
- × 100 g Enokipilze
- × 100 g Mungobohnensprossen
- × 1/2 Bund Koriander
- × 1/2 Bund Minze


ZUBEREITUNG

1 Reismehl mit Kurkuma und ein wenig Salz vermengen, mit dem Schneebeesen rührend die Kokosmilch hinzugeben und alles zu einem dünnen, glatten Teig vermengen, 15 bis 30 Minuten ruhen lassen.

2 Die Limette auspressen, mit den übrigen Zutaten und bei Bedarf etwas Wasser zu einer Dipsoße verrühren.

3 Karotten schälen und raspeln, Frühlingszwiebeln und Pilze in Scheiben schneiden, die Kräuter hacken.

4 In eine Pfanne auf mittlerer Hitze mit einer Schöpfkelle jeweils ein Viertel des Crepeteigs gießen und verteilen. Sobald die Unterseite goldbraun ist, wenden. Pfannkuchen herausnehmen, warm halten, mit dem Rest des Teigs ebenso verfahren.

5 Zum Servieren mit dem Gemüse und den Kräutern belegen, mit Sesamöl besprenkeln, zuklappen, zusammen mit der Dipsoße servieren. 

Schön scharf

Design

Gemüsemesser
Bob Kramer, Variante
mit schwarzem
Griff, über zwilling-shop.com, 139 €

Fleischmesser
Miyabi über
zwilling-shop.com
399 €

Fleischmesser
Shun Dual-Core über
williams-sonoma.com
245 €

Kochmesser
Bob Kramer,
Variante mit
schwarzem Griff,
über zwilling-shop.com, 209 €

TIPP:
Eine Magnetleiste aus Holz ist ein optisches Highlight in jeder Küche.

►► Sagen wir mal, wie es ist: Messer sind die wahren Könige der Küche. Und die sollte man in ihrer rohen, archaischen Schönheit auch präsentieren, statt sie in der Schublade zu verstecken. Am besten an einer Magnetleiste. Die ist auch praktisch, da beim Kochen immer alle benötigten Messer zur Hand sind und das Verletzungsrisiko minimiert wird. Und welche Messerarten benötigen Sie als Hobbykoch? Unbedingt ein Kochmesser (*oben*, zum groben Schneiden, Hacken, Wiegen), ein Gemüsemesser (*2. v.o.*, zum Schälen und feinen Schneiden) sowie Tranchiermesser (*unten*, für Fleisch). *Cut!*

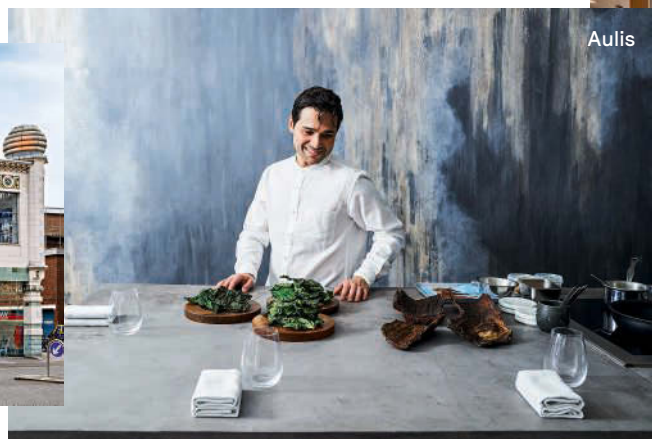
KOLUMNE — CLARK PARKIN



Londrino



Bibendum



Aulis



Luca

JETSET-FOODIE

Die besten neuen Restaurants in London

DEN UNTERSCHIED zwischen London und New York hat mir mein Freund Harry einmal so erklärt: New York sei die Hauptstadt der USA, London dagegen die der Welt. Ich finde, er hat recht – auch wenn faktisch beides nicht stimmt, und auch wenn er etwas voreingenommen ist: Ihm gehört nämlich mein Lieblingsspot in London, das „Chiltern Firehouse“. Das Wohnzimmer der Welt also. Doch London lockt auch mit den aufregendsten Restaurant-eröffnungen der Welt. Mit




Unser Autor berichtet hier monatlich über die interessantesten Restaurant-Entdeckungen

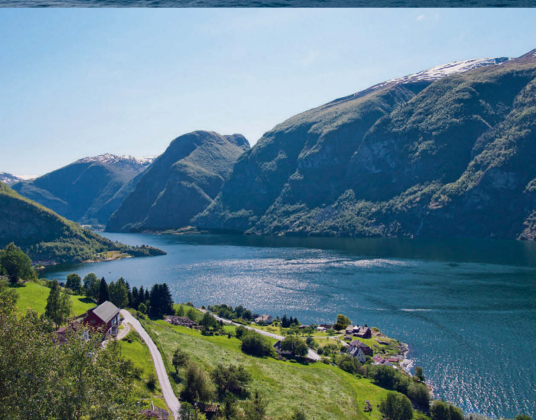
ihnen kann man spielend mindestens eine halbe Stunde Small Talk überbrücken. „Waren Sie vielleicht schon im wieder total angesagten ‚Bibendum‘, seit hier Claude Bosi, der Ex-Chef vom ‚Hibiscus‘, auf Anhieb zwei Sterne erkocht hat? Das Stör-Mousse mit gelierter Enten-Consommé und Osietra-Kaviar kann ich sehr empfehlen.“ Und so weiter.

Eine der meistbesprochenen Neueröffnungen der vergangenen zwölf Monate ist das „Luca“ (*luca.restaurant*) vom erfolgreichen Betreibertrio des „Clove Club“. Das Food-Konzept nennt sich „Britalian“, es wird mit britischen Produkten vorwiegend italienisch gekocht. Statt Mittelmeerfisch wandern Jakobsmuscheln von den Orkney-Inseln in die Pfanne. Das Restaurant fällt auch durch seinen Vibe auf, die drei ineinander übergehenden Bereiche sind mit kleineren und größeren Tischen so angelegt, dass man sich hier zu zweit beim Date genauso wohlfühlt wie in der großen Gruppe zum Feiern. Gerade frisch eröffnet hat das „Londrino“ (*londrino.co.uk*) von Leandro Carreira, der nach dem „Mugaritz“ in San Sebastián unter anderem im „Viajante“ und später im „Lyle’s“ gekocht hat. Im „Londrino“ verbindet er nun die Küche seiner portugiesischen Heimat mit einer modernen Produktküche, es gibt Makrele mit Wirsing und geräucherter Algenbutter oder als Pièce de Résistance das portugiesische Maronesa-Bergrind für zwei Personen.

Einer meiner Lieblingsköche ist Simon Rogan aus dem Lake District. Bisher hatte er seine Londoner Dependence mit dem „Fera“ im „Claridge’s“. Nun hat er in Soho das „Aulis“ (*aulis.london*) eröffnet – eine Versuchsküche mit Chef’s Table für acht Gäste. Tagsüber entwickelt der Zwei-Sterne-Koch Gerichte für ein weiteres Restaurant: das „Roganic“, das noch dieses Jahr in Marylebone eröffnen soll.

Den größten Schatten wirft jedoch eine Neueröffnung voraus, die für die erste Hälfte 2018 angekündigt ist: das „Brat“. Dessen begnadeten jungen Küchenchef Tomos Parry habe ich als Chef im „Kitty Fisher’s“ in köstlicher Erinnerung – einem Kellerrestaurant in Shepherd Market in Mayfair, das über Nacht zur Pilgerstätte für Foodies mit mehrmonatiger Warteliste wurde. Geradezu unmöglich wurde eine Reservierung dann, nachdem Brad Pitt und Bradley Cooper dort einmal einkehrten. Im „Brat“ (in der Redchurch Street gleich um die Ecke vom „Shoreditch House“ im Osten Londons) wird Parry bevorzugt walisisches Meeresgetier über offenem Feuer zubereiten. Brad wird sicher auch wieder im „Brat“ verkehren, der Name des Restaurants soll aber nicht auf den Hollywoodstar anspielen, sondern bedeutet Steinbutt auf Walisisch.

Ich habe mir jedenfalls schon einen Google Alert fürs „Brat“ eingerichtet. Denn sobald das Reservierungssystem online geht, wird das Restaurant im Handumdrehen ausgebucht sein. 



FRÜHBUCHER SPAREN MIT GETRÄNKEPAKET

bis zu € 420 p.P. bei Buchung bis 31.01.2018

Verpassen Sie nicht unser exklusives Angebot für Frühbucher: Entscheiden Sie sich jetzt für eine MSC Kreuzfahrt zum Frühbucherpreis oder wählen Sie das Frühbucherpaket inklusive Tischgetränke zum Vorzugspreis und sparen damit bis zu € 420 p.P.* Kommen Sie an Bord und lassen Sie sich jeden Tag aufs Neue von uns überraschen. Schließlich ist das nicht irgendeine Kreuzfahrt. Es ist eine MSC Kreuzfahrt.



MSC
KREUZFAHRTEN

NOT JUST ANY CRUISE

**Beratung und Buchung in Ihrem Reisebüro, unter
089/203 048 167 oder MSC-KREUZFAHRTEN.DE**

* Frühbucherpreis inklusive Tischgetränke anwendbar bei Neubuchung bis 31.01.2018, vorbehaltlich Verfügbarkeit, begrenztes Kontingent. Veranstalter: MSC Cruises S.A., Avenue Eugène-Pittard 40, 1206 Genf (Schweiz).



TOMMY'S MARGARITA

- × 50ml Reposado Tequila
- × 30ml Limettensaft
- × 20ml Agavendicksaft

Alle Zutaten in einem Shaker kräftig schütteln und anschließend in einem Tumbler auf Eis servieren. Optional den Glasrand mit etwas groben Meersalz und einem Limetten-Achtel garnieren.



¡Viva Tequila!

EINE LEGENDE IST PLÖTZLICH WIEDER
TREND: GQ SUPERTRAMP SIMON LOHMEYER
STELLT DREI GROSSARTIGE NEUE
LONGDRINKS MIT DEM MEXIKANISCHEN
SPIRITUOSEN-KLASSIKER VOR



OLD FASHIONED

- × 60ml Añejo Tequila
- × 1 Barlöffel Agavendicksaft
- × 1 Spritzer Cocktailbitters

Auf Eis in einem Rührglas rühren und in einem Tumbler auf einem großen Eiskwürfel mit Orangenzeste servieren.

►► Ich bin gerade mit dem Drink-Experten Marcel Baumann (*li.*) durch die Berliner Nacht gezogen und er hat mir – schließlich ist er Ambassador für Patrón – von Tequila vorgeschwärmt. Oder sagen wir: Er hat mir einfach ein paar Tequila-Longdrinks bestellt, die sprachen für sich! Als Kick-off in einer Bar gab's eine Gin Tonic-Variante, nur eben mit Tequila, zum Essen beim Mexikaner dann Margaritas und zum Schluss noch den Old Fashioned – natürlich ebenfalls mit Tequila remixed. ¡Dios mio, was für eine Nacht!



PATRÓNIC

- × 50ml Patrón Silver Tequila
- × 125ml Tonic Water

Beide Zutaten in ein Longdrinkglas auf viel Eis geben und mit einer Orangenzeste oder einem Limetten-Viertel garnieren.

KOLUMNE — REINHARD HAAS

GQ BUCKET LIST

WAS HABEN Boris Becker und John Travolta, Pamela Anderson und Janet Jackson gemeinsam? Sie alle sind Mitglieder im „Mile High Club“. Eine Vereinigung ohne Clubhaus und Mitgliedsausweis, ohne Jahresbeitrag und Präsident (dafür aber mit einer Website). Für den Beitritt in diesen Club müssen die Bewerber nur eine einzige Prüfung bestehen: Sie müssen im Flugzeug, in einer Höhe von mindestens einer nautischen Meile (1852 Meter) einmal Sex gehabt haben.

Als ich vor ein paar Jahren mit meiner damaligen Freundin von Hamburg nach New York flog, gönnten wir uns zwei Plätze in der Businessclass. Die Tatsache, dass es sich um eine arabische Fluglinie handelte, erhöhte nur die Vorfreude auf acht Stunden Wohlfühlatmosphäre mit ausladenden Sitzen, erlesenem Catering und bezaubernden Stewardessen. Im Flugzeug saß hinter uns eine dralle Amerikanerin mit ihrem halbwüchsigen,



TEIL 9

Sex über den Wolken haben

pickeligen Sohn und links am Fenster ein asiatischer Geschäftsmann. Ansonsten war die Businessclass leer. (Kein Wunder, dass die Airline ihre Direktflüge HAM-NYC mittlerweile eingestellt hat.) Nach dem Start gönnten wir uns zunächst zwei, drei Gläschen Champagner, bestellten zum Hauptgang einen frischen Sauvignon blanc und nahmen zum Dessert zwei doppelte Cognacs. So leicht angetüttert schläft es sich im Flieger besser, dachte ich mir und schaltete das Kinoprogramm ein. Die Frau an meiner Seite bestand auf den Klassiker „9½ Wochen“. Nachdem uns die freundliche Flugbegleiterin noch zwei Gin Tonic serviert hatte, löschte sie das Kabinenlicht. Die Lady hinter uns schlief längst, der Junior hatte Kopfhörer auf und daddelte auf seinem Gameboy, von der linken Kabinenseite dröhnte sonores Schnarchen herüber.

„Was hältst du von einer kleinen Aufnahmeprüfung in den ‚Mile High Club?‘“, säuselte mir meine Freundin ins Ohr und hatte schon im nächsten Moment eine Decke über uns ausgebreitet. „Bist du wahnsinnig?“, entgegnete ich. „Das ist eine arabische Fluglinie.

WIE MAN'S MACHT:

Am leichtesten geht's natürlich im Privatjet oder einer First-Class-Suite. Die Economyclass garantiert zwar körperliche Annäherung, aber leider wenig sinnliche Atmosphäre. Gilt auch für Toiletten, die zudem meist für blaue Flecken sorgen. Empfehlenswerter: die Businessclass! Essenzielles Accessoire: die Decke. Bester Zeitpunkt: ca. eine Stunde nach dem Dinner – wenn um Sie herum alle schlafen oder Filme schauen ...

Bei denen zu Hause werden einem schon für einfachen Diebstahl die Hände abgehackt...!“ Doch sie ließ sich nicht beirren und fummelte unter der Decke an meinem Gürtel. Kim Basinger, Mickey Rourke und nicht zuletzt Rémy Martin hatten ihre aphrodisierende Wirkung nicht verfehlt. Und Schauplätze der exotischen Art waren ohnehin Lieblings-Libido-Booster: Parkanlagen, Beichtstühle, Umkleidekabinen. Während ich noch darüber nachdachte, wie solche Taten in Riad bewertet werden würden, hatte sie sich und ihren Sitz schon in Liegeposition gebracht. Ich kniete im Fußraum vor ihr und versuchte, mich auf das Wesentliche zu konzentrieren. Das Flugzeug holperte durch einige Turbulenzen – ich mit. Rechtzeitig zur Filmszene mit den Erdbeeren und den Eiswürfeln musste ich meine Hauptdarstellerin mit dem Kissen knebeln. Meine Performance erlahmte abrupt in dem Moment, als ein neugieriges Pickelgesicht über der Lehne auftauchte.

Später habe ich auf *milehighclub.com* nachgelesen, ob irgendwo von „vollständigem Vollzug“ die Rede ist. Außer jeder Menge stolzer Prahlereien von Piloten, Passagieren und Prominenten fand ich nichts. Also halte ich es erst einmal mit der Weisheit des legendären Komikers Groucho Marx: „Einem Club, der mich aufnimmt, würde ich gar nicht beitreten wollen!“ **GQ**



Reinhard Haas
war einst Chefredakteur
der GQ, heute ist er
Autor und Berater

D

Die Jumeira Bay in Dubai, eine neue Sehnsuchtsadresse für High-End-Traveller. Die berühmte Juwelen- und Uhrenmarke Bulgari hat hier eine eigene Insel erschaffen, in Form eines Seepferdchens – und ein spektakuläres Hotel-Resort draufgesattelt, inklusive Yachthafen für 50 Boote. 101 Zimmer und Suiten mit *bespoke service*, 19 Hotelvillen mit Privat-Pool, dazu die Upgrade-Option auf die Bulgari-Villa mit Fitnesslounge und Platz für einen mitreisenden Sternekoch samt Dinner-Gesellschaft. Seltener Marmor, kostbare Hölzer, aufwändigste Stoffe. Sechs Jahre hat das italienische Architektenteam Antonio Citterio und Patricia Viel am „Bulgari Resort Dubai“ gefeilt. Eine komplexe Herausforderung, erzählen sie: „Wann erbaut man schon mal eine eigene Insel?“. 10000 Menschen haben daran gearbeitet.

Zur exklusiven Opening Night reisen Bella Hadid, Oscar-Gewinnerin Alicia Vikander und Bulgari-CEO Jean-Christophe Babin an. Seine Power-Begrüßung beim GQ-Gespräch: „Für mich ist es – und ich reise wirklich viel – einfach das schönste Hotel, das ich je gesehen habe. Es ist maßgeschneidert, es ist einmalig, es ist jenseits aller Träume. Es ist ein Juwel der Architektur ebenso wie ein Juwel der Natur.“

GQ: Was ist die beste Brand-Experience, die ein Kunde machen kann, der hier im „Bulgari Resort“ eincheckt?

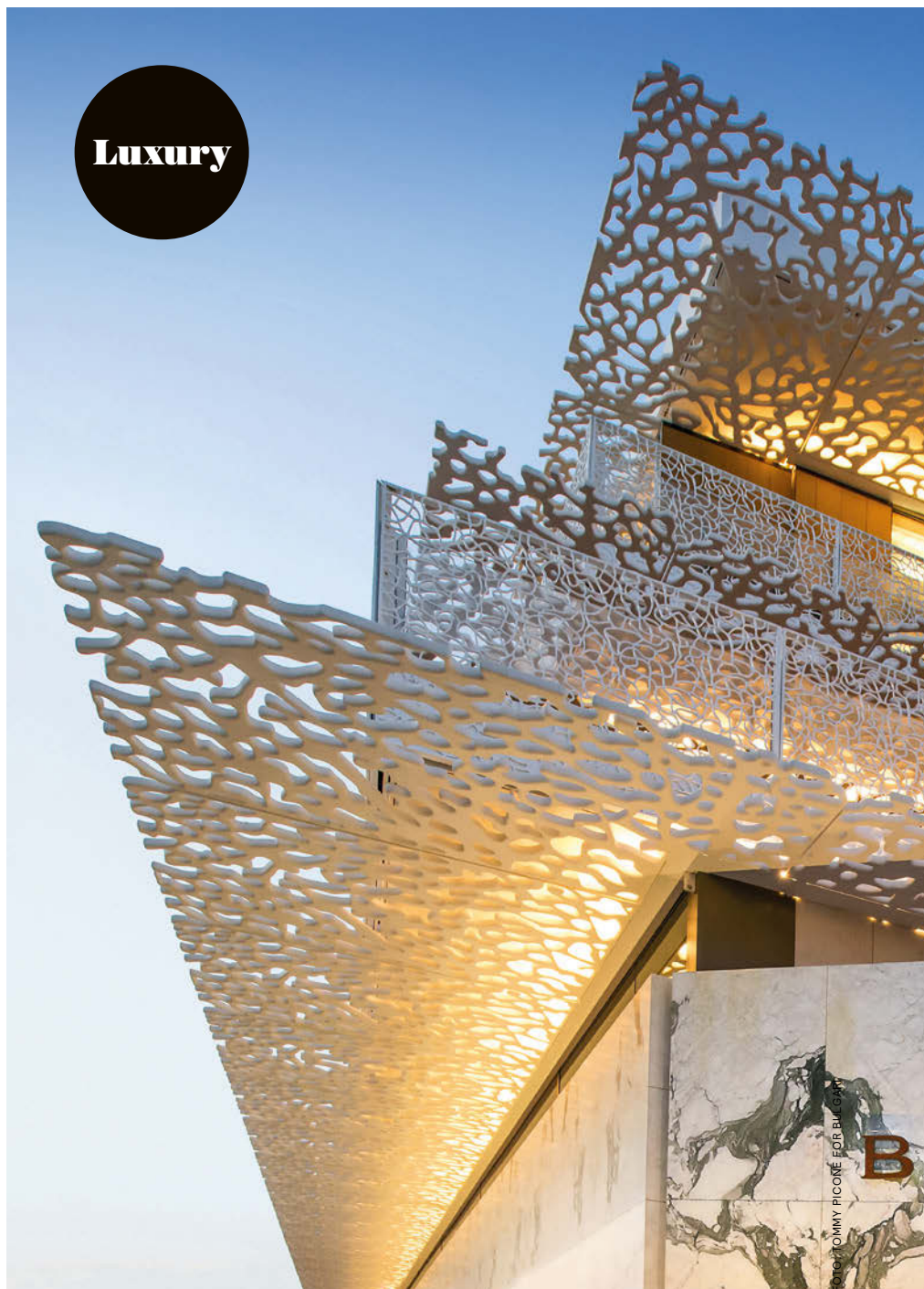
Babin: Wenn ich mir unsere ersten Gäste hier anschau, dann sehe ich Augen wie bei einem Kind. Und genau darum geht es uns: Wir wollen, dass die Menschen wieder wie in ihrer Kindheit denken und fühlen und spüren, dass die Umgebung irgendwie schön ist. Wenn dieses Resort hier das Kind, das in uns schlummert, wieder zum Vorschein bringt, dann ist das vermutlich der beste Beitrag zur Marke Bulgari, den wir uns wünschen können.

Es ist das mittlerweile fünfte Bulgari-Hotel...

Ja, das fünfte in unserer Kollektion, es ist das kompletteste und facettenreichste – wie ein wertvoller Diamant. Das bestechende Charakteristikum ist, dass Sie hier sowohl eine der beeindruckendsten Skylines der

„EIN JUWEL DER NATUR UND ARCHITEKTUR“

Interview: TOM JUNKERSDORF



Bulgari hat in Dubai eine Insel mit einem spektakulären Hotel-Resort erschaffen. Bei der Eröffnung sprach Bulgari-CEO **Jean-Christophe Babin** mit GQ über High-End-Hotellerie, Strategien im Luxus-Segment und das Streben nach ultimativer Eleganz

Das „Bulgari Resort Dubai“ mit seiner High-End-Architektur. Es ist das mittlerweile fünfte Hotel der Luxusmarke nach Mailand, London, Bali und Beijing



Welt betrachten können als auch gleichzeitig den Ozean. Ein Luxus, den nur wenige Hotels bieten können. Normalerweise haben Sie entweder Downtown oder Strand – aber eben kaum beides gleichzeitig. Dazu haben wir noch den Yachthafen – für Bulgari die erste Marina überhaupt.

Warum haben Sie sich für Dubai entschieden?

Was mich an diesem Projekt sofort faszinierte, war die Möglichkeit, für dieses Hotel eine von Menschenhand gebaute Insel zu schaffen. Es kam mir vor, als würde ein Traum in Erfüllung gehen. Diese Insel ist der Beginn der Träume für Menschen. Wir beginnen automatisch zu träumen, wenn wir an eine Insel denken. Und dann auch noch eine Insel mitten in Dubai, ein strategisch wichtiger Platz.

Aber Dubai bedeutet auch eine enorme Herausforderung. Hier wird gefühlt jeden Monat ein neues 5-Sterne-Hotel eröffnet.

Nun, aber Bulgari bietet als weltberühmtes Schmuckunternehmen doch ganz klar etwas anderes und etwas Besseres. Die Marken, gegen die wir antreten, sind professionelle Hotelmarken. Wir strecken unsere Fühler aus der Schmuckwelt heraus zu kostbarem Design, zu Architektur und Service, um ein Konzept voranzutreiben, das einzigartig ist. Beginnend mit einer einzigartigen Location. Wir sind auf der einzigen Insel, die speziell für ein Hotel erschaffen worden ist. Hier ist alles sehr Bulgari.

Wie wichtig ist das Hotelbusiness für Bulgari?

Aus finanzieller Sicht sind Hotels profitabel, auch wenn sie nicht den größten Beitrag leisten, denn das macht – Gott sei Dank – der Jewellery-Bereich bei uns. Gleichzeitig tragen die Hotels jedoch sehr viel dazu bei, weil sie unsere gesamten Aktivitäten wie ein Spiegel abbilden: modernes Design, Architektur, Wellness, kostbare Materialien, handwerkliches Können und ausgesprochene Gastfreundlichkeit. Im Hotel dreht es sich um all das – aber auf einer ganz anderen Skala. In unseren Boutiquen versuchen wir, das Beste zu verkaufen, es ist etwas Konkretes, etwas Greifbares, das wir als zeitlosen Wert dessen verstehen, was wir entworfen und geschaffen haben, es ist kostbar und schön. Im Hotelbusiness geht es einen Schritt weiter in dem Sinne, dass an dem Morgen, an dem Sie auschecken, Ihr Geld weg ist. Das heißt: Sie verlassen uns mit Ihrem Herzen und Ihren Erinnerungen. Und der Preis war mehr oder weniger derselbe, denn hier kostet ein Aufenthalt in einer schönen Suite leicht 10000 oder

15000 Euro, womit Sie bei Bulgari bereits ein beachtliches Schmuckstück erwerben können. Dieses Schmuckstück haben Sie aber in vielen, vielen Jahren noch. Hier ist es nach der Übernachtung vorbei. Sie werden also ein ähnlich gutes Gefühl für immer behalten wollen. Und das zwingt uns, höchstes Niveau und Spitzenleistung zu erreichen. Wovon wir wiederum in unseren Boutiquen lernen können. Es ist für unsere Unternehmenskultur ausgesprochen wichtig, es zwingt uns dazu, es Tag zu Tag besser zu machen, denn Service ist nie perfekt. Es gibt keine Limits, und die Konkurrenz ist groß. Wir dürfen uns niemals auf unseren Lorbeeren ausruhen.

Wie viele Hotels planen Sie noch, wie viele passen in den Bulgari-Kosmos?

In der Luxushotel-Branche ist es ähnlich wie in der High-Jewellery-Branche, was bedeutet, dass es sehr exklusiv ist, es nur wenige davon geben kann und dafür aber ganz außergewöhnliche, zeitlose. So wie wir eine schöne Halskette mit drei bis 15 Edelsteinen besetzen würden, so werden wir vermutlich die maximale Anzahl von 15 Hotels nicht überschreiten. Was wollen wir denn? Am Ende wollen wir an außergewöhnlichen Orten vertreten sein. Wir wollen an Locations sein, die ihr Herz – auch wenn Sie ein ausgesprochen beschäftigter Geschäftsmann sind – schon vor Vorfreude einfach höherschlagen lassen. Das heißt, dass vielleicht zehn bis 15 Locations auf der Welt emotional wirklich begehrenswert sind. Es geht um den immerwährenden Unterschied. Etwas, das nicht reproduzierbar ist, so wie hier die von uns geschaffene Insel nicht reproduzierbar ist. Alles Weitere wäre nur ein Déjà-vu. Wir suchen praktisch immer nach dem Heiligen Gral.

Warum haben Sie sich entschieden, im Oktober den Bulgari-Flagshipstore in der Fifth Avenue in New York wiederzueröffnen – in einer Zeit, in der sich Retail so dramatisch ändert?

Es ist eine Art Signature-Store. Als Bulgari sind wir Römer, und unsere ganze DNA, unsere ganze Schaffenskraft als Juweliere und Uhrmacher ist zutiefst von der Kultur, der Kunst und der Architektur Roms geprägt. Und deshalb ist es wunderbar für uns, ein Stück Rom in diese trendsetzenden Städte zu bringen. Durch die Wiedereröffnung des Flagshipstores in der Fifth Avenue wird dem Bulgari-Feeling etwas Prächtiges verliehen. Diese Rom-Dimension bezaubert Menschen seit Tausenden von Jahren. Rom war schon immer eine der führenden und wichtigsten

Städte hinsichtlich der Kunst und Architektur: Ich denke, dass darin auch der Schlüssel unserer Kreativität liegt. Wer in unseren Store kommt und die römischen Zeichen sieht, die unser Architekt Peter Marino in ein sehr modernes Design eingefügt hat, der wird die Juwelierskunst von Bulgari besser verstehen und einschätzen und fühlen. Die Produkte per se sind großartig und kreativ und einzigartig. Nichtsdestotrotz versteht man „Serpenti“ zum Beispiel mit etwas Kenntnis ägyptischer und römischer Architektur besser, dann spürt man, dass man im Begriff ist, ein Symbol zu erwerben, das be-

reits vor 3000 Jahren eines der ersten, wenn nicht sogar das erste Schmuckstück gewesen ist. Die „Serpenti“-Schlange, die als Idee vor Tausenden von Jahren geboren worden ist, existiert seit Menschengedenken als bestehendes Symbol, ist absolut verankert im Bewusstsein. Plötzlich betrachtet man sein „Serpenti“-Armband oder die Halskette mit ganz anderen Augen, mit einer kulturellen Dimension, die nicht etwas ist, was einem üblicherweise beim Schmuckkauf in den Sinn kommt.

Sie haben kürzlich erwähnt, dass der New-York-Store der teuerste Store ever ist.

„ Unser Design muss über Generationen hinweg Bestand haben



Bulgari-CEO Jean-Christophe Babin bei der Opening Night mit Bella Hadid, Markenbotschafterin von Bulgari. Unter den Gästen auch Oscar-Gewinnerin Alicia Vikander (oben) sowie die Models Jon Kortajarena und Jasmine Sanders (links)



Wissen Sie, Andy Warhol hat bei einem Besuch im Bulgari-Flagshipstore in den 70er-Jahren mal gesagt, es sei das atemberaubendste Museum für zeitgenössische Kunst. Wir geben in New York nun nicht vor, ein Museum für zeitgenössische Kunst zu sein, aber wir geben einen Einblick in das Beste aus italienischem Design, Architektur und Möbeln des 20. Jahrhunderts. Wir haben das Gefühl, dass es auch Teil der Brand-Experience sein muss. Wir sind stolz darauf,

Römer zu sein – und alles, was wir machen, muss dieses Italien-Gefühl vermitteln. Wir wollen, dass unsere Kunden unsere ersten Botschafter sind, dass sie zusammen mit unseren Mitarbeitern begeistert und leidenschaftlich Bulgari sind.

Was ist aus Ihrer Sicht das Geheimnis hinter Bulgaris fortwährendem Erfolg?

Nun, zuallererst denken wir nie in solchen Kategorien, wir sprechen intern nie von Erfolg. Wir versuchen, leidenschaftlich und

zugleich niemals zufrieden zu sein, immer besser zu werden. Wir sind also geradezu besessen von fortschreitender Verbesserung, beginnend mit den Edelsteinen, über das Design, die Interior – wir versuchen, alles weiterzuentwickeln und die Kreativität hochzuhalten. Also wäre die Antwort auf Ihre Frage nach dem Erfolg von Bulgari wahrscheinlich diese leidenschaftliche Besessenheit, es Tag für Tag einfach noch ein Stückchen besser zu machen. Und wir sehen uns selbst nie als führend an – was ich sehr gut finde –, wir haben vielmehr eine Außenseitermentalität. Und auch in Marktsegmenten, in denen wir führend sind, ist mir der Gedanke, dass wir Außenseiter sind, am liebsten, denn als solcher arbeitet man natürlich immer härter, um noch besser zu werden.

Trotz einer beeindruckenden Historie von 133 Jahren sehen Sie sich als Außenseiter?

Ja, denn wissen Sie, wenn man ein Unternehmen führt, das 133 Jahre lang besteht, dann hat man eine Mission, die bestehende Geschichte fortzuführen, aber auch neue Kapitel zu schreiben für die nächsten Jahrzehnte. Wir haben eine Verpflichtung gegenüber der Generation, die das starke Unternehmen aufgebaut hat – gleichzeitig müssen wir Fundamente legen, die die Marke auch in den kommenden Dekaden leuchten lassen. Es ist eine Mission, in der die Langfristigkeit eine große Bedeutung hat.

Wie können Sie eine 133 Jahre alte Marke dauerhaft „hot“ halten?

Nun, zuallererst wahrscheinlich nicht unter modischen Aspekten. Wir wollen *hot* sein, aber nicht modisch, denn die Mode unterliegt Zyklen – das wissen wir nur zu gut, denn durch unsere Lederwaren und Accessoires sind wir involviert in die Saisonalität von Kollektionen. Bei Jewellerys versuchen wir sehr wohl, *hot* zu sein, indem wir eine starke Anziehungskraft, ein großes Verlangen erzeugen, ohne ständig alles zu verändern. Wir erzeugen ein Gefühl von Zeitlosigkeit, indem wir antike und universelle Symbole verwenden. Alles, was wir entwerfen, anfertigen und entwickeln, ist auf Beständigkeit und Langlebigkeit ausgerichtet, nicht nur aufgrund der Qualität, sondern auch weil es uns wichtig ist, dass das Design über Generationen hinweg Bestand haben kann. Wenn Sie „Serpenti“ als Beispiel nehmen oder unsere Männeruhr „Octo“ – die geometrische Form existiert seit Menschengedenken. Es sind Symbole, die sich von der Architektur über die Juwelierskunst bis in andere Bereiche bewährt haben und die Jahrhunderte leicht überstehen.

Bei der Baselworld stellen Sie einen Uhrenweltrekord nach dem anderen auf. Das dünnste Tourbillon-Laufwerk ever, die dünnste Minuten-Repetition und zuletzt die dünnste Automatikuhr der Welt.

Es geht um die ultimative Eleganz.

Wie meinen Sie das?

Wir haben uns gefragt: Was ist der primäre Vorteil, den wir für die Damen verkörpern? Definitiv ultimative Eleganz, denn mit schönem Schmuck ist man automatisch eleganter. Aber was kann bei einem Mann zur Eleganz beitragen? Die Antwort ist ganz deutlich: Es ist eine Uhr mit einem starken Design, die aber gleichzeitig sehr schmal sein muss, damit man seinen Charakter beibehalten kann. Deshalb haben wir hinsichtlich der Dünne alles gegeben, denn für einen Mann ist das ultimative Eleganz. Es ist gleichzeitig modern, hat ein starkes Design, geht keinerlei Kompromisse ein. Ich denke, mit der „Octo“ ist es uns gelungen, das für die Männer auf den Markt zu bringen, was wir zuvor in den 133 Jahren für die Damen gemacht haben: also etwas wirklich Einzigartiges und Elegantes.

Braucht die Uhrenindustrie mehr Innovationen?

Ich halte Innovationen für sinnvoll, wenn sie von Substanz sind. Wenn die Innovation nur darin besteht, eine Uhr aus den 70er-Jahren zu überarbeiten, dann ist das sicherlich schön – aber ich bin mir nicht sicher, ob das wirklich ein Stützpfeiler für ein Uhrenhaus

bedeutet. Es ist, als würden Sie Ihr Schlafzimmer in einem weißeren Weiß streichen. Wenn Sie Ihrer Marke wirkliche Meilensteine hinzufügen wollen, brauchen Sie echte Innovationen, etwas Unverwechselbares...

Wie beurteilen Sie die gegenwärtige Situation in der Uhrenindustrie? Viele klagen...

Das Umfeld ist sehr gut, um sich selbst zu übertreffen, denn die Nachfrage wird wählerischer, ein bisschen fordernder, da muss man natürlich noch mehr Kreativität hineinlegen. Innovationen können dabei angenehm überraschen. Ein wunderbares Umfeld, um die Uhrmacherei einen Schritt weiter zu führen.

Wie stellen Sie sich den Schmuckmarkt für Männer in 50 Jahren vor?

Nun, ganz sicher werden Männer Stück für Stück dem Schmuck frönen. Ich bin mir aber nicht sicher, ob es dringend notwendig ist, spezielle Herrenkollektionen zu entwerfen. Es scheint viel sinnvoller zu sein, die Herren selbst herausfinden zu lassen, ob sie in einem bestehenden Sortiment etwas für sich Geeignetes finden. Aus diesem Grunde glaube ich eher an Unisex-Schmuck und nicht an Schmuckdesign für zwei unterschiedliche Geschlechter. Schauen Sie mal auf die Uhrenbranche: Da gibt es viele Modelle, die sich bei Damen und Herren mit dem gleichen Design gleichermaßen gut verkaufen. Wenn man sich die Geschichte der Uhrmacherei anschaut, dann waren eigentlich alles Herrenuhren, die dann mit primär kleineren Größen zu den Damen wanderten. Es gibt nur wenige Uhren, die ursprünglich aus der Version einer Damenuhr geboren wurden. Fünf vielleicht, das war es. Für eine große Marke wie Bulgari wird es beim Schmuck jetzt wahrscheinlich genau andersherum sein: dass nämlich Damenschmuck – zumindest bei Design-Keypieces – an Männer verkauft wird. Ich habe gesehen, dass einige Herren bereits den Bulgari-Ring tragen, wir haben ihn sogar in einer Karbonversion. Das könnte ein weiteres großes Geschäftsfeld eröffnen, das ganz klar diesen Marken zugutekommt, die heute nur Klassiker an Damen verkaufen. Denn natürlich werden sich Männer nicht über Nacht ändern. Sie werden vom Juwelier eher klassisch angehauchte Designs verlangen – und Gott sei Dank hat Bulgari die. (lacht)

Zum Abschluss noch eine Management-Frage: Wie funktioniert Ihre Work-Life-Balance? Sie leiten ein globales Unternehmen und finden trotzdem noch Zeit, Sport zu treiben, Ski zu fahren, surfen zu gehen, zu klettern, Kartrennen zu fahren...?



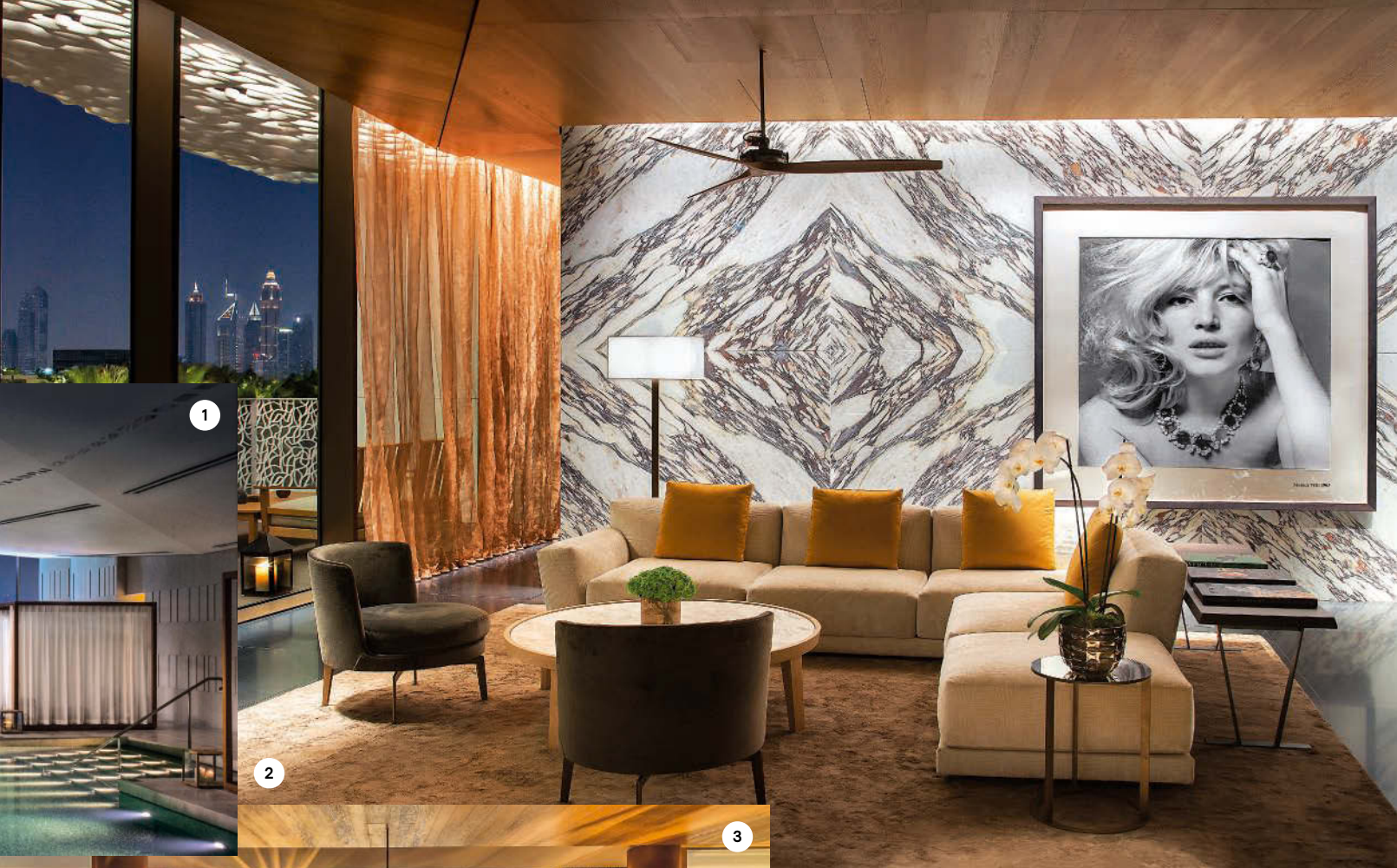
Also, die wichtigste Entscheidung meines Lebens war, viele Kinder in die Welt zu setzen. (lacht)

Sie haben fünf Kinder.

Ja, und wenn Sie die Altersspanne meiner Kinder von 28 bis zwölf Jahren ansehen, dann wissen Sie, dass ich in den letzten 30 Jahren nie und nimmer Zeit hatte, eine Pause einzulegen von Aktivitäten, die man vielleicht sonst als Erwachsener üblicherweise an den Nagel hängen würde. Ich meine, ganz klassisch: Man kommt von einer Asienreise zurück, wie ich letztes Wochenende Freitagnacht aus China zurückgekehrt bin – und natürlich war ich müde! Aber Samstagmorgen wachte ich mit den Kindern auf, und natürlich wollte der Zwölfjährige Kartfahren gehen! Was sagt man dann? Ja oder nein? Klar ist man müde... Ich war wirklich todmüde! Aber dann fragt er: „Komm, gehen wir?!“ Und dann kamen noch zwei weitere mit, also waren wir schon zu viert, um Kart zu fahren, und wenn man dann erst mal auf dem Gokart-Ring ist, dann will man natürlich auch gewinnen! Ist doch klar! Was ich übrigens nicht schaffte. Aber was ich sagen will, ist: Kinder helfen einem ganz klar auf dramatische Weise, diese Extrameilen zu bewältigen, die einen einfach fitter und jünger halten. Auch im Kopf. ☺

Bulgari-CEO Jean-Christophe Babin im Gespräch mit GQ-Chefredakteur Tom Junkersdorf auf der Terrasse des Hotel-Restaurants





1 Der 25-Meter-Indoor-Pool mit Blick auf das Meer und Liege-Lounges 2 Die Lobby 3 Die exklusive Bulgari-Villa (die Highest-End-Adresse im Resort) 4 Die Bar im „Il Ristorante“ von Star-koch Niko Romito (eines von sechs Restaurants im Resort) 5 Der Hotelstrand vor der spektakulären Skyline von Dubai





Care Award
2018

**POWERED
BY LANSERHOF**

WÄHLEN SIE IHREN LIEBLINGSDUFT

**UND GEWINNEN SIE EINEN
GENTLEMAN-POWER-DAY IN HAMBURG**

Jedes Jahr prämiiert GQ die besten Kosmetikprodukte des Jahres, die von unserer Care-Jury ausgewählt und für genial befunden werden. **Und von unseren Lesern!** Denn wir wollen wissen, welcher Duft Ihnen 2018 am besten gefällt.

**Unter allen
Teilnehmern verlost
GQ fünf
Gentleman-Pakete:**

1. PREIS

Ein Gentleman-Power-Day
im Lanserhof Hamburg
LANS Medicum

2. - 5. PREIS

Ein Care-Paket mit Pflege
und Duft, individuell
für Sie zusammengestellt

**EINFACH AUF
GQ.DE/CAREAWARD18
KLICKEN UND ABSTIMMEN**



MEDICAL SPA Inmitten der Hamburger City bietet das Lanserhof-Tageszentrum die Möglichkeit, modernste Sportmedizin und Diagnostik im Einklang mit traditionellen Naturheilverfahren zu erleben. Ein interdisziplinäres Team von Fachärzten, Sportwissenschaftlern, Physiotherapeuten, Osteopathen und Ernährungswissenschaftlern beantwortet alle Fragen rund um die Gesundheit. Unter allen Teilnehmern des GQ Care Award Publikumspreises verlosen

GQ und Lanserhof – zum zweiten Mal in Folge übrigens offizieller Partner und Jurymitglied des GQ Care Awards – ein Gentleman-Power-Paket inklusive Übernachtung in einem Gartenhofzimmer inkl. Frühstück für 2 Personen im Grand Elysée Hamburg Hotel: Ermitteln Sie Ihren aktuellen Trainingsstand, lassen Sie sich bei der Erstellung eines individuellen Trainingsplans unterstützen und schützen Sie sich mit professioneller Hilfe vor Fehlbelastungen. Oder um es kurz zu sagen: Entdecken Sie sich – neu!

Wie sollte ein Gentleman riechen? ►►



Lassen Sie uns Europawahl spielen: Verraten Sie uns, welcher Duft-Typ Sie begeistert. Der vornehme Italiener, der selbstbewusste Spanier oder eher der charmante Franzose?

ACQUA DI PARMA

1. Colonia Ebano

Ein kongenialer neuer „Spin“ für die klassischen Colonia-Noten: Dunkles, elegantes Ebenholz und cashmere-weiche Aromen aus Harz und Honig schenken der typischen Bergamotte-Frische eine ungekannte Würze und Tiefe.

MONTBLANC

2. Legend Night

Ein sinnlicher Ausflug: Komm, wir steigen in das knarrende Holzboot, machen die Leinen los und rudern auf den See hinaus. Der Abendwind weht Aromen von Lavendel, Apfel und Kardamom über das dunkle Wasser.

PACO RABANNE

3. Pure XS Pour Homme

Wie der Name es sagt: Pure XS. Exzess. Wir reden hier von Sex. Eine fantastische Provokation, abgefüllt im Flakon: Thymian, Zimt und animalischer Moschus riechen nach heißem Verlangen und nackter Haut.

RITUALS

4. Oasis Verte

„Edgy“ nennen es Parfümeure, wenn sie einen Duft kreieren, der keinem Mainstream-Trend folgt, sondern eigene Wege geht. So wie hier, mit einer ultramaskulinen, kühlen Holzigkeit aus Vetiver, Patschuli und Eiche.

JOOP!

5. WOW!

Der moderne Mann will in keine Schublade passen, nie eindimensional wirken. Quasi Lederjacke UND Smoking. So muss auch sein Duft alle Facetten spiegeln: spritzig-frisch, dezent süß und tannenbalsamwürzig.

ABSTIMMEN & GEWINNEN!

**GO.DE/
CAREAWARD18**



Green Power! Die beste Natur-Kosmetik

Empfindliche Haut verträgt ökologische Kosmetik oft besser. Denn Cremes aus möglichst naturbelassenen Wirkstoffen – wie Mineralien und Heilpflanzen – verzichten auf viele Zutaten, die sensible Teint überfordern können. Hier unsere derzeitigen grünen Favoriten:

1 Glättend

Anti-Aging made in Düsseldorf: festigt reife Haut mit Oliven-Extrakt, Parakresse straft: → „Hydroxytyrosol Serum“, **Oliveda**, 70€

2 Erfrischend

Trockene, ausgezehnte Haut? Dann wirken Rosenwasser und Schwarzkümmel-Öl als Durstlöscher: → „Hydroserum“, **Ringana**, 47€

3 Entknitternd

Channing Tatum ist schon Fan: erfrischendes Serum mit botanischer Hyaluronsäure. → „Strawberry Serum“, **Éminence**, 40€, über das Spa-Hotel klosterbraeu.com

4 Tiefenreinigend

Für Gesicht und Körper, mit Bambus-Extrakt und beruhigender Aloe vera: → „Men's All Cleanser“, **Whamisa**, 40€

5 Erleichternd

Genial für Vielflieger: Das Pulver verwandelt sich in Wasser zu Shampoo, Rasierschaum und Duschpflege. → „Pulverwunder Shampoo“, **plaine**, 30 Sachets, 18€

6 Beruhigend

Südtirols hipster Export, klärt mit Rosmarin und Aloe: → „Daily Energizing Cream“, **Team Dr Joseph**, 58€

KOLUMNE

CONSTANTIN HERRMANN

DER GEPFLEGTE MANN

Wie man sich bettet, so liegt man.
(Also ich: in Platin!)

NICHTS GENAUES weiß man nicht. Auf diesem Spruch basieren ganze Erlöszweige der Pharma- und Beautyindustrie. Sie schlucken kleine Zuckerkügelchen und glauben an deren Wirkung? Ist wahrscheinlich Quatsch, aber wenn's Ihnen hilft? Dem Homöopathen-Gewerbe hilft's auf jeden Fall: Die machen Millionenumsätze! Mediziner vermuten bei den Gläubigen die Wirkung des „Placebo-Effekts“. Das ist eben kein Synonym für „wirkunglos“, sondern für das Mysterium der menschlichen Psyche. Glauben kann Berge versetzen – und Umsätze steigern, nicht nur der Homöopathen.

Ich schlafe seit ein paar Wochen im „Venex“, einem japanischen Pyjama mit Platin-Mineral-Mix im Gewebe (regenerationforyou.eu). Dieser soll spezielle Nervenzellen in der Haut aktivieren, die Muskulatur entspannen und die Durchblutung verbessern. So soll der Träger schneller und tiefer in den Schlaf der Gerechten fallen. Und Stress

abbauen. Und sich nach dem Sport auch noch optimaler regenerieren. Ob es wirkt? Studien sagen, es seien „Tendenzen“ zu verbesserter Schlafqualität feststellbar. Das könnte auch der Placebo-Effekt sein. Ganz subjektiv schlafe ich aber neuerdings tief und fest. Die bequeme, fast hautenge Funktionswäsche sieht zwar aus wie das Pellwurstkostüm eines Balletttänzers. Aber egal: Ob Imagination oder Innovation – ich möchte nie wieder ohne ins Bett. Auch wenn der Preis, rund 300 Euro, mir schon wieder den Schlaf raubt.



Unser Beauty Director testet alles, was schöner und fitter machen soll
INSTAGRAM: constantinto

„White by Night“
Perlweiss, 7€



▷ GEHEIM-TIPP:

1 Zahnweiß-Serum mit Pinsel-Applikator, ganz ohne Schiene oder Aufwand 2 Hellt Zähne über Nacht auf 3 Füllt gleichzeitige Mikrorisse im Schmelz und remineralisiert ihn

1
Wonach riecht's?

Nach Zypresse, Thymian,
Weihrauch und Moos.
Der Duft im Raum **zwischen**
zwei Waldbäumen. Ihre
Äste berühren sich – fast.
Ein lyrisches Bild.

2
**Welches Tier
wäre der Duft?**

Im Schintoismus
dreht sich alles um
die Göttlichkeit in
der Natur. Wenn
du ein Baum wärst,
was wäre deine
große Vision im
Leben? Wenn mein
Duft ein Tier wäre,
dann ein **Insekt**,
das glücklich über
Moos rennt. Suche
deine Spiritualität!

5
Wem steht's?

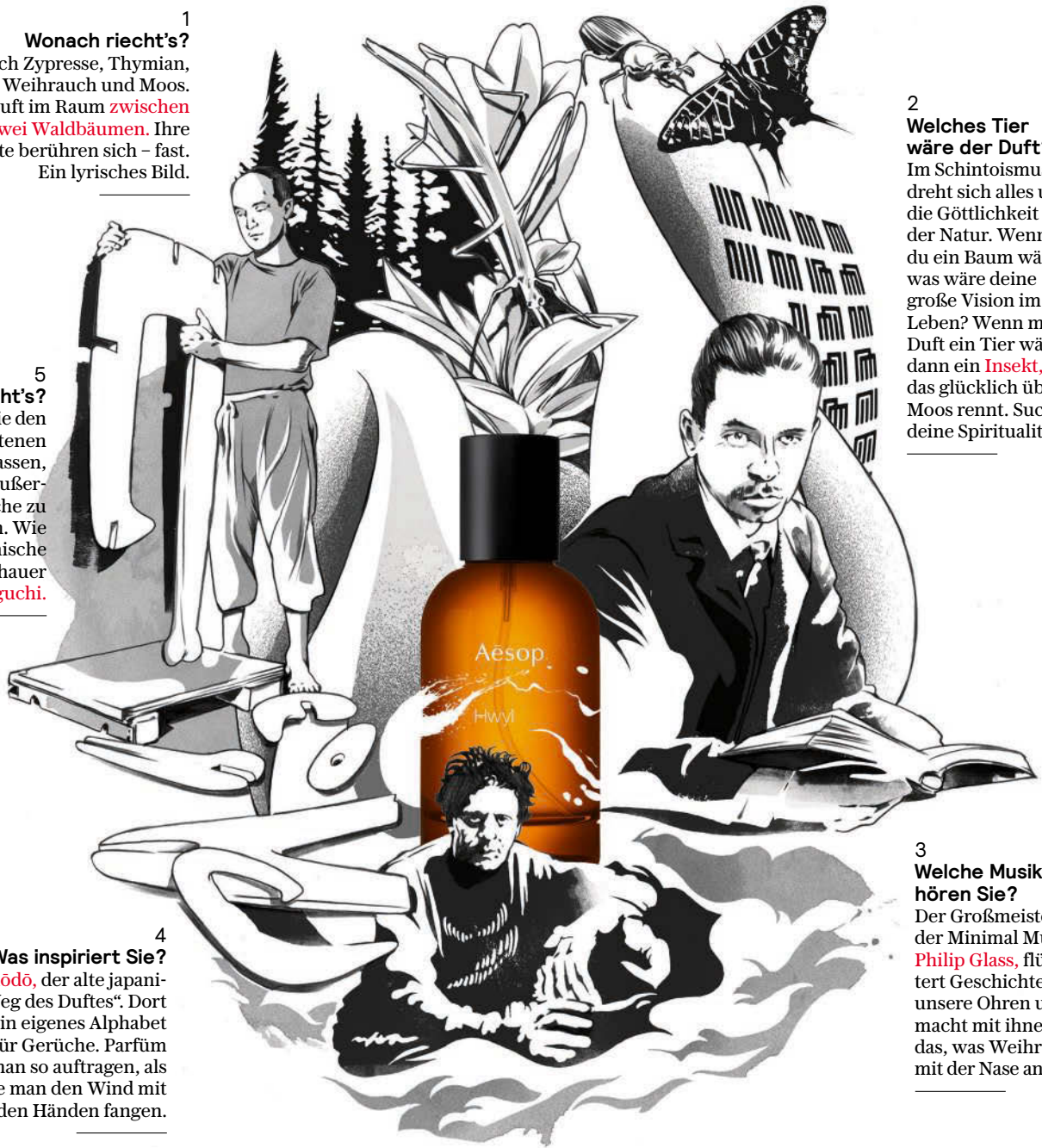
Männern, die den
ausgetretenen
Pfad verlassen,
um das Außer-
gewöhnliche zu
suchen. Wie
der japanische
Bildhauer
Isamu Noguchi.

4
Was inspiriert Sie?

Das **Kōdō**, der alte japani-
sche „Weg des Duftes“. Dort
gab es ein eigenes Alphabet
nur für Gerüche. Parfüm
muss man so auftragen, als
würde man den Wind mit
den Händen fangen.

3
**Welche Musik
hören Sie?**

Der Großmeister
der Minimal Music,
Philip Glass, flüs-
tert Geschichten in
unsere Ohren und
macht mit ihnen
das, was Weihrauch
mit der Nase anstellt.



LAUTMALEREI

Onomatopoesie überträgt Geräusche in Sprache. Denken Sie an Comic-Wörter wie *Boom! Peng! Zisch!*. Auch das walisische Wort *hwyl* (ausgesprochen „hu-iel“), nach dem Parfümeur **Barnabé Fillion** den neuen Aesop-Duft benannt hat, ist eine solche Lautmalerei: Sie beschreibt den Moment, in dem das Bootsgel plötzlich vom Wind erfasst wird, steht also für euphorische Erregung. Ahoi!

→
„Hwyl“,
Aesop,
100 €

TEIL 5

DAS HILFT WIRKLICH GEGEN AUGENRINGE

Zu kurze Nacht gehabt? **GQ Gentleman**
Florian Molzahn hat da ein paar Tipps für Sie!



„Sérum
Défatigant
Yeux“
Clarins Men

Uhr
Thomas
Sabo

„Klar, als Athletik-Trainer sage ich: Gesunder Lebensstil und Bewegung sind die besten Waffen gegen Augenringe“, erklärt Florian. „Was aber kaum jemand weiß: Schlafen mit leicht erhöhtem Oberkörper hilft auch schon!“



①

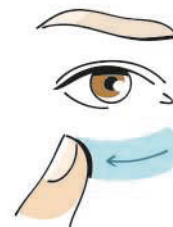


COOL BLEIBEN

Hilfe aus dem Kühlschrank

Wenn das eigene Spiegelbild aussieht wie etwas, mit dem der Hund zu lange gespielt hat, braucht man zwei Dinge, die dann hoffentlich im Kühlschrank liegen: ein Augenserum und einen Löffel – den man für ein paar Sekunden zum Abschwellen konvex auf die Augenhöhle legt.

②



DIE RICHTUNG ÄNDERN

Eine schnelle Lymphdrainage

Die Augenpflege nicht wild verteilen, sondern mit etwas Druck vom Innenwinkel nach außen streichen. Nicht am Lid zerren, nur über die eingecremte Haut gleiten – so wird angestaute Flüssigkeit abtransportiert.

③



RICHTIG ESSEN

Miso-Suppe

Der Geheimtrick vieler männlicher Supermodels: Miso löffeln. Denn die japanische Suppe spendet viel Kalium und Magnesium, beides soll dunkle Augenschatten verhindern.



Facebook:
GQGENTLEMAN



Instagram:
GQ_GENTLEMAN

Blog:

GQ.DE/GENTLEMAN-BLOG



Jetzt 3 Ausgaben testen und Geschenk auswählen!



Ihre **VORTEILE** als **GQ-LESER**

1 • GQ ist Lebensstil für Männer mit Anspruch. Mit Intellekt, Charme und klarer Haltung führt **GQ** durch die männlichen Lebenswelten.

2 • Jeden Monat die druckfrische Ausgabe im Briefkasten – **versandkostenfrei!**

3 • Exklusiv: wöchentlicher Online-Newsletter der GQ-Redaktion!

4 • Für nur 10,80 € - **35% sparen**

HIER GEHT'S ZUM SHOP



Für Sie zur Wahl!

▲ Laguiole Taschenmesser

Die 12 cm lange Klinge und der Korkenzieher sind aus rostfreiem Edelstahl. Griff aus exotischem Eschenholz. Eine geschmiedete Vollmetallkrone. Das Laguiole Taschenmesser wird im Nylonetui geliefert.

Modebibel GQ Style Herbst/Winter 2017 ▶

300 Seiten Männer Style mit einem Mix aus Mode-, Design- und Kulturthemen, aufwendig inszenierten Modestrecken, Trends der Saison, fundierten Styling-Tipps uvm.



Jetzt 3x Lesen und **GESCHENK** wählen!



WWW.GQ-MAGAZIN.DE/MINIABO



0781 – 639 4507

TEST-DRIVE

STYLE UNTERWEGS

Ein Wagen für jede Gelegenheit: Wir haben drei Autos mit Wow-Faktor – von **Kleinwagen bis Ultra-Luxusklasse** – in drei Society-Hotspots getestet

Text: ALEXANDER STILCKEN

Alle Mann an Bord:
Teakholzplatten in
Yachtoptik schmücken
Fuß- und Kofferraum,
der Innenraum ist in
Rauchweiß und Criollo-
braun gehalten

01 BMW in Saint-Tropez



+ FACTS

M 760 Li XDRIVE
INDIVIDUAL

Topspeed
250 km/h

0-100 km/h
3,7 s

PS
610

Verbrauch
12,8 Liter

Wow-Faktor
Einzigartig!

Preis
auf Anfrage

► Wenn die Helikopter im Minutentakt landen – die Gefahr, auf dem Weg ins Feriendomizil in den Stau zu geraten, ist sonst einfach zu groß, *n'est-ce pas?* – und wenn sich im alten Yachthafen die großen Luxusboote drängeln, während die noch größeren in der Bucht davor ankern, dann ist wieder: Showtime in Saint-Tropez! An diesem Ort aus der exklusiven Masse hervorstechen ist schwierig, aber mit dem M 760 Li *inspired by Nautor's Swan* (Ja, so heißt der!) gelingt auch das. Der Wagen ist ein Einzelstück – und somit perfekt, um sich darin zum „Club 55“ chauffieren zu lassen. Entstanden in Kooperation mit dem legendären Segelyachtbauer ist die in Damastrot-Metallic lackierte Limousine eine Art Straßenyacht mit edelster Ausstattung. Das zeigt, wozu die Spezialisten von BMW Individual in der Lage sind. Vor 25 Jahren war Karl Lagerfeld der erste Kunde; er wollte nur ein Faxgerät in seinem Wagen, seitdem setzt man tagtäglich ganz andere Wünsche um. 120 Sonderfarben gehören zum Repertoire, Intarsien aus Perlmutter, mit Lachshaut bezogene Armaturenbretter... Wirklich alles ist möglich. Solange der TÜV Ja sagt.



Am Steuer des 718 Boxster GTS vergisst man schnell Zeit und Speedlimits. Mit anderen Worten: Autofahren als Urlaub

02 PORSCHE in Marbella

►► Die Kinder sind schon aus dem Haus. Oder: Es gibt gar keine Kinder. Oder aber: Die Kinder brauchen doch auch ein Fortbewegungsmittel! Es gibt eine Menge Gründe, sich den neuen 718 Boxster GTS in die Garage zu stellen. Als Fünftauto im Dritt-wohnsitz Marbella oder aber als Alltagsauto daheim. Der Boxster ist als reinrassiger Zweisitzer unter Porsche-Enthusiasten ja so etwas wie das Nesthäkchen: nicht ganz so glamourös und emblematisch wie sein berühmter größer 911-Bruder – dennoch sehr geliebt und in Sachen Fahrspaß ein Mythos für sich. Auch deshalb passt er perfekt an die Costa del Sol, die inzwischen



im Vergleich mit einigen anderen Jetset-Destinationen vergleichsweise ruhig daherkommt – aber sagen Sie das bloß keinem eingefleischten Marbella-Fan! Der wird fauchen wie der Motor des Boxsters und zu Recht feststellen: Trends kommen und gehen, aber Marbella bleibt. Und die wirklich feine Gesellschaft braucht keine Paparazzi, ja, nicht einmal ein dauerreserviertes Sunbed im „Nikki Beach“, sondern nur sich selbst – und ein richtig gutes Fun-Car, um von Villa zu Villa zu gelangen.

+ FACTS

718 BOXSTER GTS

Topspeed
290 km/h

0–100 km/h
4,1 s

PS
365

Verbrauch
8,2 Liter

Wow-Faktor
Rasant!

Preis
ab 78160€



Auf Ibiza im Ibiza:
Der Wagen ist zuverlässiger Begleiter. Und macht einfach Spaß



03 SEAT auf Ibiza

►► Der Seat Ibiza hat bei seiner Einführung vor fast 34 Jahren schon den absolut richtigen Namen bekommen. Er ist einfach ein perfektes Auto für Kurzstrecken – nicht nur in Städten, sondern eben auch auf den sandigen Pisten zwischen Stränden, Hotels und Beach-clubs. Und mal abgesehen davon, dass auf der namensgebenden einstigen Hippie- und heutigen Party-Insel – allen yachtturlaubenden

+ FACTS

SEAT IBIZA 1.0 ECO TSI

Topspeed
195 km/h

0–100 km/h
9,3 s

PS
115

Verbrauch
4,7 Liter

Wow-Faktor
Charming

Preis
ab 18090€

Oligarchen zum Trotz – immer noch eine besonders unprätentiöse Stimmung herrscht: Der Ibiza macht richtig Spaß.

Mit der neuen 115-PS-Variante flitzt es sich hervorragend von der Cala Talamanca bis zum Markt nach San Carlos, das expressive Außendesign gefällt genauso wie die komfortable Bedienung und hochwertige Verarbeitung im Innenraum. In den Kofferraum passen deutlich mehr als nur zwei Weekender, beim Parken vor dem „Jockey Club“ verlässt man das Auto mit dem Gefühl: Mehr Auto braucht man oft gar nicht.

WAS IST BITCOIN?

Bitcoin ist eine digitale Währung. Jede Münze (Coin) und Transaktion wird in der sogenannten Blockchain, einer verschlüsselten und dezentral organisierten Datenbank, gespeichert. Wie bei allen Währungen bestimmt sich der Wert von Bitcoin im Verhältnis zu anderen Währungen – z. B. Dollar oder Euro. Mit wachsendem Interesse für das Potenzial von Kryptowährungen ist der Wert stetig und zuletzt rasant gestiegen.

WIE KAUFTE ICH BITCOIN?

Statt eines ganzen Bitcoins, der zurzeit ca. 13 789 Euro kostet, kann man auch einen beliebig kleinen Teil davon kaufen. Die nutzerfreundlichste Methode ist die kostenlose App „Coinbase“. Sie transferiert die lokale Währung mithilfe Ihrer Kredit- oder Girokarte in Ihre Coinbase-Geldbörse. Sie können damit – gegen eine kleine Gebühr – Bitcoin kaufen oder verkaufen. Auf die gleiche Weise kann man in zwei aufstrebende Altcoin investieren: Ethereum und Litecoin.

ALTCOIN?

Neben Bitcoin existieren Hunderte anderer Kryptowährungen, sogenannte Altcoin. Einige davon haben echtes Potenzial, darunter Monero, Ripple und Dash. Ethereum ist durch die Unterstützung von Microsoft und JP Morgan Chase zur wichtigsten Altcoin aufgestiegen.

GIBT ES RISIKEN?

Man sollte derzeit nur so viel in Kryptowährungen stecken, wie man auch verlieren kann – jedes Investment ist hochriskant. Die Werte sind im Vergleich zum klassischen Aktienmarkt extrem volatil, Kursschwankungen von bis zu zehn Prozent innerhalb eines Tages sind keine Seltenheit. Außerdem kann eine Kryptowährung auch Opfer eines erfolgreichen Hackerangriffs oder von Staaten verboten werden.

Dez. 2017 ◀
Am 17.12.2017 durchbricht der Bitcoin kurzfristig die historische 20 000 \$-Marke (ca. 17 000 €)



Kurs am 21.12.2017

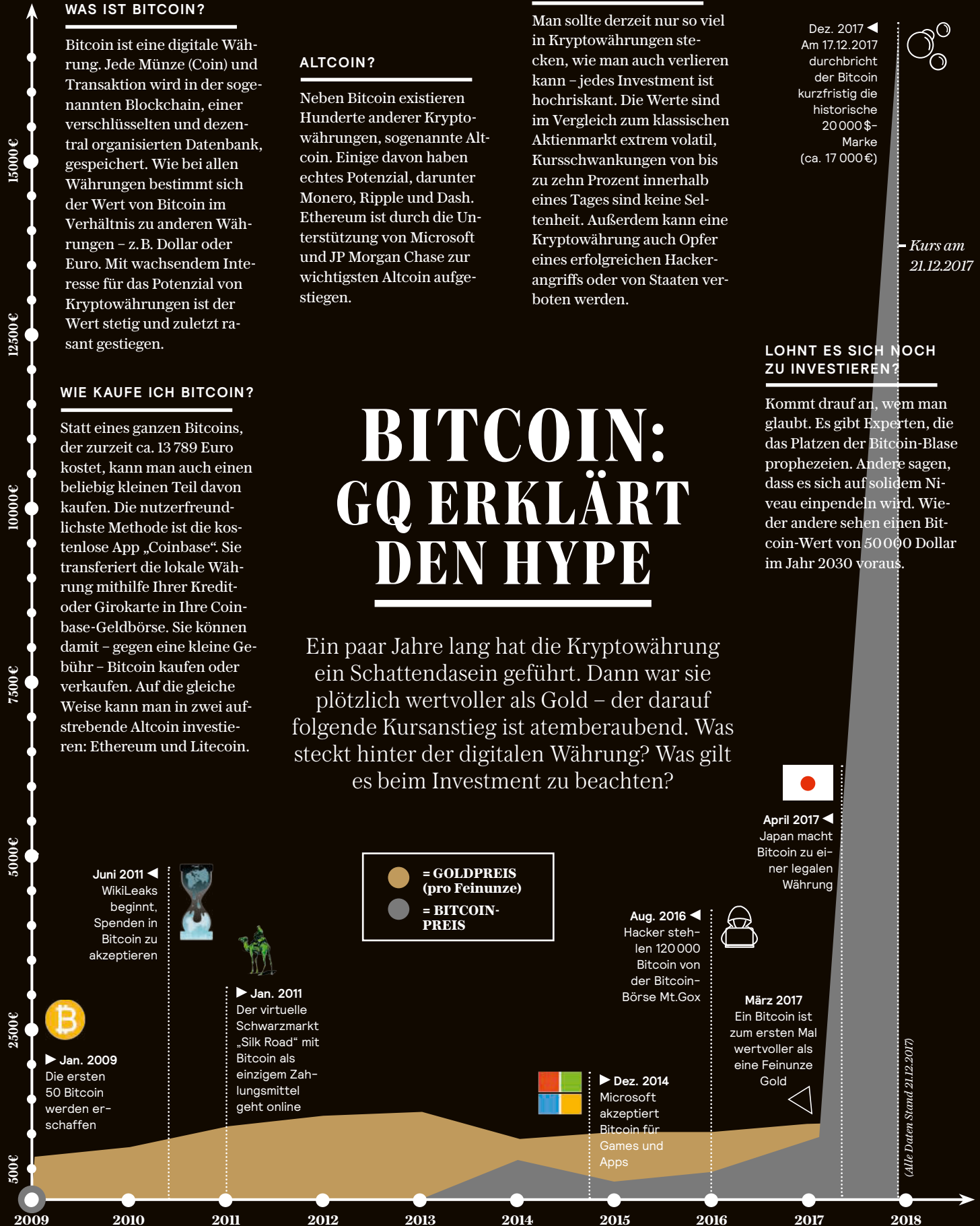
LOHNT ES SICH NOCH ZU INVESTIEREN?

Kommt drauf an, wem man glaubt. Es gibt Experten, die das Platzen der Bitcoin-Blase prophezeien. Andere sagen, dass es sich auf solidem Niveau einpendeln wird. Wieder andere sehen einen Bitcoin-Wert von 50 000 Dollar im Jahr 2030 voraus.

BITCOIN: GQ ERKLÄRT DEN HYPE

Ein paar Jahre lang hat die Kryptowährung ein Schattendasein geführt. Dann war sie plötzlich wertvoller als Gold – der darauf folgende Kursanstieg ist atemberaubend. Was steckt hinter der digitalen Währung? Was gilt es beim Investment zu beachten?

FOTOS: COURTESY OF BITCOIN, WIKILEAKS, MICROSOFT



HOLLYWOODS

Diese großartigen Newcomer

haben uns zuletzt
schwer begeistert.
Bevor nun Ruhm
und Oscars folgen,
glänzen sie im
GQ-Fashionshoot

FOTOS
BILLY KIDD



Mantel
UNIQLO

Pullover
ASOS

Jeans
H&M

Kette
MIANSAI

NEUE HELDEN

►
Jacke und Uhr
H&M

Pullover
GAP

T-Shirt
SELECTED HOMME

Jeans
GUESS

Jack Lowden & Barry Keoghan

ALTER: 27 und 25

DURCHBRUCH: Als Royal-Air-Force-Pilot (Lowden) und als Strickjacke tragender Matrose (Keoghan) in Christopher Nolans Weltkriegs-Epos „Dunkirk“.

WAS WÜRD KEOGHAN SELBST IM KRIEG TRAGEN? „Ich würde gar nichts tragen und mich grün anmalen.“

WÜRD LOWDEN AUCH NACKT IN DEN KRIEG ZIEHEN? „Klar. Aus Solidarität mit Barry, damit es für ihn nicht so peinlich ist.“

WARUM STELLTE DER REGISSEUR DEM MEGA-POPSTAR HARRY STYLES DIESE ZWEI NOBODYS ZUR SEITE? „Barrys gespielte Naivität war perfekt, und Jacks selbstbewusstes Charisma spornte alle zu Höchstleistungen an.“ (Christopher Nolan)

NÄCHSTE FILME: Jack Lowden wird zusammen mit The Rock in der Wrestling-Komödie „Fighting with My Family“ und ab November in „Mary Queen of Scots“ an der Seite von Margot Robbie (und vermutlich in Pluderhosen) zu sehen sein. Barry Keoghan können Sie derzeit in „The Killing of a Sacred Deer“ im Kino dabei zu sehen, wie er Colin Farrell und Nicole Kidman das Leben zur Hölle macht.



Sofia Boutella

ALTER: 35

DURCHBRUCH: Als unerfahrene Spionin in „Atomic Blonde“. Als Titelfigur in „Die Mumie“. In dem ansonsten eher leichenstarren Blockbuster war sie interessanterweise noch das lebhafteste Element.

WARUM IST SIE SO TOUGH?

Sofia wuchs in Algerien in der Zeit des Bürgerkriegs in den frühen 90ern auf: „Hin und wieder explodierten Bomben. Wasser gab es einmal die Woche. Butter, Brot und Süßigkeiten gab es überhaupt nicht.“

DIE ERSTEN JOBS? Bevor sie ganz auf die Schauspielerei setzte, war sie ProfiTänzerin – unter anderem für Nike-Spots und bei Tourneen von Michael Jackson oder Madonna.

WIE REAGIERT MADONNA,

WENN MAN SEINE KÜNDIGUNG EINREICHT? „Sie sagte: ‚Hast du einen Job? Einen Film?‘ – ‚Nein ich habe noch nichts.‘ – ‚Was passiert, wenn du in den nächsten acht Monaten nichts findest?‘ – ‚Keine Ahnung, ich muss das machen.‘ Es dauerte dann zwei Jahre, bis ich die Rolle in ‚Kingsmen‘ bekam.“

DEMNÄCHST: Es geht in die Zukunft – mit der Verfilmung des dystopischen Romanklassikers „Fahrenheit 451“ und mit dem futuristischen Thriller „Hotel Artemis“ (mit Jeff Goldblum und Jodie Foster).

Jacke
GUESS

Schmuck
JILLIAN DEMPSEY

Stiefel
ALDO

Halsband
+
Handschuhe
beides Vintage

►
Mantel
ZARA

Pullover
H&M

Uhr
SHINOLA

Bill Skarsgård

ALTER: 27

AHM ... SKARSGÅRD?

Ja, er ist der nächste Superstar aus der schwedischen Schauspieler-Dynastie! (Bruder: Alexander. Vater: Stellan.)

DURCHBRUCH: Als Horror-Clown im gigantischen Kino-Hit „Es“.

WIE WAR DAS, ALS ER FÜR DIE ROLLE ALS CLOWN VORSPRACH? „Mit Clowns-Make-up den Hollywood Boulevard entlangfahren – eine bessere Metapher für das Leben eines Schauspielers in Los Angeles gibt es nicht.“

EINE FRAGE, DIE ER NICHT MEHR HÖREN KANN? „Wie lange hat das eigentlich mit dem Make-up gedauert?“

WIE LANGE HAT DAS EIGENTLICH ...? „...zwei-einhalb Stunden täglich.“
WOVOR ER ANGST HAT: „Der Dezember in Stockholm ist eine vierwöchige Finsternis. Die Nacht verschluckt den Tag. Da kommt man ins Grübeln, was in der Dunkelheit so alles lauern könnte.“

DEMNÄCHST: Bill spielt in der neuen Serie „Castle Rock“ von J.J. Abrams. Sie basiert auf Storys und Romanen von Stephen King.



► Pullover
**ARMANI
EXCHANGE**

Daniel Kaluuya

ALTER: 28

DURCHBRUCH: Im Horrorfilm „Get Out“ spielte er die Hauptfigur, einen jungen Mann, den seine Freundin ihrer hyperliberalen weißen Familie vorstellt. Was in einen schwarz-weißen Albtraum ausartet.

WIE KAM DER REGISSEUR AUF DANIEL? „Es war extrem wichtig, dass es sich so anfühlt, als wäre der Protagonist jederzeit die schlaueste Person im Zimmer. Ansonsten würde er das Publikum schnell nerven.“ (Jordan Peele)

HATTE KALUUYA JEMALS ZWEIFEL AN EINEM LUSTIGEN HORRORFILM ÜBER RASSISMUS? „Irgendwie sind Rassenbeziehungen immer noch ein Tabu. Ich dachte einfach, ‚Get Out‘ wird wenigstens etwas bewirken.“

DEMNÄCHST: An der Seite von Lupita Nyong’o in Ryan Cooglers Marvel-Film „Black Panther“ und neben Colin Farrell und Liam Neeson im Thriller „Widows“ von Regisseur Steve McQueen.

LÄUFT! „Innerhalb von einer Woche habe ich jeweils einen Anruf von Ryan Coogler und Steve McQueen bekommen. Das war eine verdammt coole Woche!“

Timothée Chalamet

ALTER: 21

DURCHBRUCH:

Als Verführer von Armie Hammer in „Call Me by Your Name“ (ab 1.3.). Als allerschlimmste Person, an die man seine Unschuld verlieren kann, in „Lady Bird“ (ab 19.4.).

DAS WIRD BLEIBEN:

Die Pfirsich-Szene.

WELCHE PFIRSICH-SZENE?

Die aus „Call Me by Your Name“, in der Chalamet das Obst, nun ja... mit Zuneigung überschüttet.

OKAY. Im Ernst. „Es fühlt sich nicht wie ein Marketing-Gimmick an“, sagt Chalamet über die Mann-trifft-Obst-Szene. „Das Ganze hat wirklich Bedeutung für die Handlung. Und so was schaut man sich doch mit Interesse an – wenn man nicht schon Erfahrungen damit hat.“

DIE REGISSEURIN VON

„LADY BIRD“ **SCHWÄRMT:**

„Er ist wie eine Mischung aus dem jungen Christian Bale und dem jungen Daniel Day-Lewis. Dazu ein Hauch vom jungen Leonardo DiCaprio. Außerdem spricht er fließend Französisch und hat den IQ eines Hochbegabten.“ (Greta Gerwig)

DEMNÄCHST: Als Selena Gomez küssende Hauptfigur im Woody-Allen-Film „A Rainy Day in New York“. Als Steve Carells Sohn im Drogen-Drama „Beautiful Boy“.

Cardigan
TOMMY HILFIGER

T-Shirt
HANES

Hose
ASOS

Sneakers
GREATS

Jonathan Groff

ALTER: 32

DURCHBRUCH: Als FBI-Agent auf Serienkiller-Jagd in der fantastischen Netflix-Serie „Mindhunter“ von David Fincher.

WIE IST DIE ZUSAMMENARBEIT MIT FINCHER? „David macht viele düstere Sachen – Männer, die darüber sprechen, Frauen den Kopf abzuschneiden, und so weiter. Allerdings hat er auch diesen schwarzen Humor, der das Ganze erträglich macht.“

UND WAS SAGT DER REGISSEUR ZU ALL DER LUSTIGEN SERIENMÖRDEREI? „Wenn die Gespräche über Zerstückelungen zu heftig werden, dann albern wir rum. Meine Schauspieler saßen schon mal im Auto mit hochroten Köpfen und weinten vor Lachen. Ich sage dann den Leuten: ‚Macht Pause, bis ihr euch alle wieder beruhigt habt.‘“

WÄRE ER SELBST EIN SERIENKILLER – WIE WÜRD MAN IHN NENNEN? „Der Mennoniten-Mörder.“ (Sein Vater war in der Kirche.) „Scheinbar rein, aber durch und durch diabolisch.“

DEMNÄCHST: Mehr „Mindhunter“! Staffel 2 kommt wohl im Herbst.

▶
Jacke
SELECTED HOMME

T-Shirt
GAP

Jeans
FOREVER 21 MEN

Kette
MIANSAI

Jacke
GAP

Hemd
BEN SHERMAN

Krawatte
THE TIE BAR

Hose
UNIQLO

Hut
ZARA

Uhr
TIMEX

Ring
TOPMAN

Lakeith Stanfield

ALTER: 26


DURCHBRUCH: Als Kiffer in der hochgelobten Serie „Atlanta“ von Donald Glover. Als Entführungsoffer in der Horrorkomödie „Get Out“. Als Chandler in Jay-Zs „Moonlight“-Video.

WIE KAM ES ZU LETZTEREM?

„Wenn dich Jay-Z fragt, ob du in einem ‚Friends‘-Remake mitmachen willst, dann sagst du Ja. Punkt.“
ABER ... CHANDLER? „Ich kannte ‚Friends‘ vorher nicht wirklich. Als ich mir die Serie an-

schaute, dachte ich gleich, dass sie mich bestimmt fragen werden, ob ich Chandler spiele. Weil er der Spinner in der Clique ist.“
WELCHE CELEBRITYS RUFEN SONST NOCH SO AN? Spike Jonze meldete sich per Facetime, um

eine Zusammenarbeit für die Kunstperformance „Changers: A Dance Story“ anzufragen, nachdem er ein virales Video von Lakeiths Dance-Moves bei den Golden Globes gesehen hatte.
SO BESCHREIBT IHN DONALD GLOVER:

„Er hat keine Angst davor, andere in Verlegenheit zu bringen. Er ist unberechenbar.“
DEMNÄCHST: Als Telefonverkäufer, dessen Karriere abhebt, als er eine „weiße“ Stimme benutzt, in „Sorry to Bother You“. 

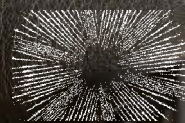
Ako Abdulrahman in seinem kugelsicheren BMW E32 750i im Nordirak. Kämpfe und Waffen haben den kurdischen Peschmerga-Soldaten schon immer angezogen. Und da, wo er lebt, ist immer Kampf



| GQ REPORTAGE

MAD MAX IM IRAK

FOTOS:
CENGİZ
YAR



TEXT:
JEFFREY E.
STERN

WIE SICH EIN MANN MIT
EINEM ALTEN GEPANZERTEN BMW
ALLEIN GEGEN DEN IS STELLTE –
UND AN EINEM TAG 70 MENSCHEN
DAS LEBEN RETTETE



Am Abend vor dem Überraschungsangriff des Islamischen Staates war alles ruhig in der Stadt Kirkuk im Norden des Irak. In einem Vorort stellte ein junger kurdischer Peschmerga-Soldat namens Ako Abdulrahman seinen gepanzerten BMW vor seinem Haus ab. Die Front befand sich im rund 200 Kilometer entfernten Mossul, wo die durch die USA unterstützte Anti-IS-Allianz gerade ihre bislang größte Operation gegen die Terrorgruppe gestartet hatte. In Kirkuk dagegen war vom IS kaum etwas zu spüren.

Doch am Freitag, den 21. Oktober 2016, durchbrachen noch vor Morgengrauen mehr als 100 IS-Kämpfer eine Lücke in der Verteidigung und bewegten sich unbemerkt auf das Stadtzentrum zu. Ako hatte keine Ahnung, dass bald die Augen der ganzen Stadt auf ihm und seinem Wagen ruhen würden, einem BMW E32 750i.

BMW führte seine Hochsicherheitslinie in der Oberklasse vor knapp 40 Jahren ein. Eine der Fertigungsstraßen in den BMW-Werken in Dingolfing wurde umgebaut und mit den Spezialmaschinen ausgerüstet, die benötigt wurden, um kugelsichere Verkleidung und ultrastarke Metalle mit hohem Schmelzpunkt in die Form der BMW-Standardmodelle zu pressen. Die Autos sollten aussehen wie jeder andere BMW auch. Zu einer Zeit, als die RAF die Reichen und Mächtigen terrorisierte, waren solche Fahrzeuge die perfekten Transportmittel für Führungskräfte, die Sicherheit und Diskretion wünschten.

Ako Abdulrahman verfolgte ganz andere Ziele, als er seinen BMW gebraucht kaufte. Nichts von dem, was er tut, ist sicher oder diskret. Bietet er jemandem eine seiner französischen Zigaretten an, überfällt er sein Gegenüber förmlich. Er hört gerne kurdischen Rap, und zwar laut. Nachdem er den Wagen erworben hatte, klebte er als Erstes eine Folie mit Camouflage-Muster mitten auf die Motorhaube. Das Auto sollte auffallen. Es sollte martialisch aussehen.

Ako kam 1984 zur Welt, und zu seinen ersten Erinnerungen zählt, wie er hörte, dass Saddam Hussein Giftgas in einem kurdischen Dorf einsetzte – 5000 Menschen wurden getötet. Er bekam als Kind mit, wie die Kurden von den sunnitischen Arabern, den schiitischen Milizen, der irakischen Armee schikaniert wurden. Er hasste Al-Qaida. Als sich aus Teilen von Al-Qaida der IS herausbildete, hasste er den IS. Rache ist für Ako ein Antrieb, eine Mission. Immer schon haben ihn Kämpfe und Waffen angezogen, und in dem Teil der Welt, in dem er lebt, gibt es fast immer irgendeinen Kampf. Mit 15 schloss er sich der Peschmerga an (kurdisch für: „Die dem Tod ins Auge Sehenden“). An der Front war er ein verwegener Kämpfer, er ging ohne Deckung auf die Straße, durchtrennte Bombendrähte ohne Schutzanzug, nicht ein-

mal eine Splitterschutzweste legte er an. Kurz nachdem das US-Militär 2003 in den Nordirak eingezogen war, wurde Ako von den Besatzern ausgebildet. Laut eigener Aussage tötete er 2007 zum ersten Mal einen Menschen, inzwischen dürften es 100 sein, vielleicht auch mehr.

In den frühen Morgenstunden klingelt bei Ako zu Hause das Telefon. Abbas ist dran, ein Freund und Mitkämpfer bei der Peschmerga. In der Innenstadt seien Schüsse zu hören gewesen. Ako schießt das Adrenalin ins Blut. Er verstaut zwei Sturmgewehre – eine Kalaschnikow und ein G3 – und ein Maschinengewehr in seinem BMW. Dann zündet er sich eine Gitanes an und brettet los. Im Auto läuft eine seiner Rap-CDs, er dreht die Lautstärke hoch. Auf dem Weg ins Zentrum legt er einen Stopp ein, um Abbas einzusammeln. Die Sonne geht gerade auf. Die Straßen sind leer. Langsam fährt Ako durch ein Industriegebiet. Er spürt instinktiv, dass er sich hier in IS-Territorium bewegt. Dieser vorbeihuschende Schatten dort drüben auf dem Dach, ist das ein Scharfschütze in seinem Versteck? Dann entdeckt er sie: zehn Menschen, vielleicht sogar mehr, die am Straßenrand liegen. Einige tot, andere verwundet. Abbas springt aus dem BMW und zerzt einen Mann mittleren Alters in den Wagen. Die geöffnete Tür benutzt er als Flankenschutz. Ako setzt den Mann aufrecht hin, tastet nach seinem Puls: nichts.

Er will den Toten nicht zurücklassen. Der IS nutzt Leichen zu Propagandazwecken, verstümmelt, feiert, filmt sie. Ako rast los Richtung Norden, zur größten Unfallklinik der Stadt. Nachdem er die Leiche abgeladen hat, kehrt er zurück, um weitere Tote und Verwundete zu holen. Den ganzen Morgen fährt er zwischen Stadt und Krankenhaus hin und her. Schon bald werden Sonderwünsche an ihn herangetragen: Die Leute im Krankenhaus erkennen ihn wieder und fragen, ob er bitte nach diesem Freund oder jenem Verwandten sehen könne. Inzwischen wird in ganz Kirkuk gekämpft.

Nach acht Fahrten brauchen Ako und Abbas eine Pause. Sie sitzen im BMW, essen Äpfel und rauchen. Aber die Leute wollen sie einfach nicht in Ruhe lassen. In der ganzen Stadt gibt es Opfer, die Hilfe brauchen. Ako erklärt den Leuten, die an sein Fenster klopfen, er sei zu müde. Sie könnten gern sein Auto nehmen. Niemand nimmt sein Angebot an. Die Leute wollen das Auto nur mit ihm als Fahrer.

Wenige Stunden später herrscht in Kirkuk Chaos. Überall bringt der IS Menschen um. In einem Kraftwerk nahe den Ölfeldern haben sich drei Selbstmordattentäter in die Luft gesprengt und dabei 15 Arbeiter mit in den Tod gerissen. Im Herzen der Stadt sind die Angreifer in Wohn- und Hochhäuser eingedrungen, nahe den strategisch wichtigsten Orten der Stadt. Über die Lautsprecher einer Moschee wird verkündet, dass Kirkuk nun Teil des Islamischen Staates sei.

Akos Telefon klingelt. „Wo bist du?“, fragt ein Freund.

„Zu Hause, ich schlafe“, erwidert er. Ein Versuch, witzig zu sein.

„Mach dich bitte mal nützlich mit deinem Wagen!“

„Hat denn sonst keiner ein gepanzertes Auto?“

„Wir sind auf der Brücke bei der alten Polizeidirektion. Ich gebe dir alles, was du willst. Aber komm vorbei und hilf diesen Leuten!“

Akos Telefon klingelt. „Mach dich bitte mal nützlich mit deinem Wagen“, sagt ein Freund. Ako zündet sich eine Zigarette an. Dann fährt er los. Kurz darauf schlägt die erste Kugel ein. Am Ende hat sein Auto 123 Dellen



Retter in der Not: Dieser vom IS vertriebenen Familie hat Ako geholfen, ein neues Zuhause zu finden



Frontbeobachtung: Ako und ein hochrangiger Peshmerga-Offizier im Süden von Kirkuk

Abbas nimmt sich noch einen Apfel, Ako zündet sich eine Zigarette an. Dann beschließen sie, sich ein Bild von der Situation vor Ort zu verschaffen. In einem Hotel in der Nähe der Polizeidirektion haben sich IS-Kämpfer verschanzt. Die allgemeine Lage stellt sich im Moment so dar: Gerade bahnen sich Sicherheitskräfte den Weg nach Kirkuk hinein, aber noch können sie nicht viel ausrichten. Es sind die Bürger, die jetzt Widerstand leisten. Die Stadt ist voller Freiwilliger, die bereit sind zu kämpfen. Einige von ihnen wollen das Hotel stürmen. Aber wer sich dem Gebäude nähert, muss einen langen, ungeschützten Straßenabschnitt zurücklegen – ohne die geringste Ahnung, wo im Hotel die IS-Kämpfer lauern.

Da kommt Ako eine Idee: Er könnte langsam die Straße entlangfahren, und sobald der Feind schießt, verrät er, wo er sich befindet. Im Schnecken tempo geht es los. Eine Kugel schlägt ein. Abbas schreit: „Die Wichser lassen mich nicht mal in Ruhe essen!“ Darauf Ako: „Ich schwöre zu Gott, wenn das hier kein gepanzertes Auto wäre, würde dein Gehirn jetzt auf dem Apfel da kleben.“ Es fallen weitere Schüsse, aus größerer Nähe. Eine Kugel erwischt das Auto an der Beifahrertür. Das bedeutet, dass die Schützen nicht nur vor ihnen im Hotel, sondern auch links in einem Busbahnhof in Stellung gegangen sind.

Ako reißt den Wagen nach rechts und braust einmal um den Block herum, bis zu der Stelle, wo er losgefahren ist. Er warnt die Freiwilligen vor dem Schützen im Busbahnhof. Zwei Kämpfer wollen gerade Richtung Hotel aufbrechen. Ako versucht, sie zu überreden, wenigstens ein Stück bei ihm mitzufahren. Die beiden sind vollgepumpt mit Adrenalin. „Was ist schon der IS?“, schreit der eine. Wenige Sekunden später wird sein Kopf nach hinten gerissen, der Hals des anderen Mannes platzt auf. Ein Scharfschütze hat sie mit einer einzigen Kugel erledigt.

Die Stunden verstreichen, und die Zeit arbeitet für die Freiwilligen. Sie haben zwar heftige Verluste zu verzeichnen, kommen aber immer näher an das Hotel heran. Ako hilft, so wie er morgens



Ako vor seinem Haus am Stadtrand von Kirkuk:

Hier begann am 21. Oktober 2016 morgens sein Ein-Mann-Feldzug gegen den IS. Abends redete die ganze Stadt über ihn – und TV-Sender aus aller Welt berichteten




schon geholfen hat: Er sammelt die Gefallenen und Verwundeten ein. Stündlich werden es mehr. Bald spricht die ganze Stadt über ihn. Die Geschichte von dem Mann im kugelzerbeulten Wagen macht die Runde, das kurdische Fernsehen schaltet sich live ein, später werden auch internationale Sender berichten.

Am späten Nachmittag hat sich das Blatt gegen den IS gewendet. Eine nur aus weiblichen Kämpfern bestehende kommunistische Guerillaeinheit der PKK ist aus den Bergen herabgekommen, um die Freiwilligen zu unterstützen. Endlich schaffen es auch Antiterrorereinheiten in die Stadt, und den Sicherheitskräften gelingt es, strategisch wichtige Stellungen zurückzuerobern.

Als die Freiwilligen ins Hotel vordringen, stoßen sie auf Verletzte, die schon seit Stunden unter schweren Schmerzen leiden. Ein Mann hat ein Loch in der Brust, Ako schleppt ihn in seinen Wagen. Er rast zum Krankenhaus, doch als er ankommt, ist der Mann auf dem Rücksitz gestorben. Um fünf Uhr nachmittags versinkt die Sonne hinter dem Horizont. Kirkuk scheint wie in graublaues Licht getaucht. In dieser Stadt wird es niemals vollkommen dunkel, weil die Erdgasfackeln auf den Ölfeldern ununterbrochen brennen. Der Kampf wird insgesamt drei Tage dauern, aber schon jetzt ist klar: Der IS wird bezwungen werden.

Wie viele Menschen er gerettet und wie viele Leichen er geborgen hat – Ako verliert irgendwann den Überblick. Abends kommt ein Mann auf ihn zu und sagt: „Ich habe für dich mitgezählt. Du hast 140 Fahrten gemacht.“ Ako fragt, ob das ein Witz sein soll, das könne ja unmöglich stimmen. Später werden die lokalen Medien berichten, dass der Mann im BMW 70 Leben gerettet hat. Ako kann das nicht glauben. Er weiß nur, dass sein Auto jetzt 123 Dellen hat, das hat er nachgezählt. Und er weiß, dass er einen ganzen Tag lang Sunniten, Schiiten, Kurden, Türken und Christen herumgefahren hat. Also auch Menschen, die zu Gruppen gehören, die er gehasst, bekämpft, auf die er geschossen hat.

Ako ist im Moment nicht zu erreichen. Er stellt sich auf neue Kämpfe ein. Es kann ja jederzeit sein, dass wieder ein Freund anruft und sagt: „Mach dich bitte mal nützlich mit deinem Wagen!“ 

Fotos
Andrew Dosunmu

Interview
Will Welch

A\$AP ROCKY

High Fashion & Hip-Hop: Niemand
verkörpert diese Symbiose so ideal wie *Rakim*
Mayers aka A\$AP Rocky. GQ traf den Musiker zum
exklusiven Interview und Mode-Shoot



▼
Mantel
Gucci

Pullover
Kenzo

Hose
Acne Studios

Stiefel
Jimmy Choo

➤ ***A\$AP Rocky* im ganz anderen GQ-Interview: Die Fragen kamen diesmal nicht nur von uns – auch die Schauspieler *Mahershala Ali* und *Shameik Moore* sowie die Designer *Kris Van Assche* und *Raf Simons* gaben uns mit, was sie immer schon mal von dem 29-jährigen Rapper wissen wollten.**

GQ: Lieber A\$AP, die erste Frage kommt von Mahershala Ali: „Du wurdest nach Rakim, einem der größten MCs aller Zeiten benannt. Nach welchem berühmten MC würdest du dein Kind benennen?“

A\$AP Rocky: Wow, das ist eine gute Frage. Da muss ich nachdenken.

Sie weichen gleich der ersten Frage aus? Ja, aber nur weil sie so gut ist.

Okay, wir kommen später darauf zurück. Dior-Designer Kris Van Assche möchte von Ihnen wissen: „Wie kann man sich eine typische Freitag- oder Samstagnacht in deiner Teenager-Zeit vorstellen?“

Schlägereien in Clubs. Einmal im New Yorker Club „Santos“ ist ein Typ voll ausgerastet, nur weil einer von uns mit seiner Freundin gesprochen hat. Der muss auf Drogen gewesen sein. Draußen hat er uns noch mit Eiswürfeln beworfen und ist in ein Taxi gesprungen. Wir haben ihn aber noch erwischt und rausgezerrt. Dann haben wir ihn verprügelt und dabei „A\$AP“ geschrien. So haben uns die Leute damals gekannt. Nächste Frage.

Was hat die höchste Priorität in Ihrem Leben?

Zurzeit ist es die Musik. Letztes Jahr waren es der geschäftliche Teil und die Weiterentwicklung unserer Künstler. Jetzt geht es für mich nur noch darum, meine eigene Musik zu machen.

Was antworten Sie den Menschen, die sagen: „Der ist mehr Fashion als Musik“?

Ich kann nachvollziehen, warum das manche denken. Ich wollte mir Zeit nehmen und den Leuten zeigen, dass ich ein Unternehmer bin, den sie ernst nehmen müssen. Ich kann nichts dafür, dass ich dabei auch noch gut aussehe. Wenn man sich anschaut, was ich dieses Jahr alles gemacht habe – was ich anfasse, wird zum Erfolg. Ich mache aber nicht alles, ich bin speziell. Früher habe ich nicht viel mit anderen Künstlern zusammengearbeitet. Aber dieses Jahr zeige ich es allen. Hört auf, mich zu verarschen, hört auf,

mich zu ignorieren. Ich bin der Gott in dem Business.

Okay. Als wir uns das letzte Mal getroffen haben – in London –, da haben Sie sich im Studio eingesperrt und an Ihrem neuen Album gearbeitet. Was war Ihre Inspiration für das Album?

Es ging darum, einen neuen Sound auszuprobieren. Viele haben Angst davor, etwas Neues zu wagen, und bleiben bei dem, was gerade angesagt ist. Das ist einfach. Ich experimentiere lieber, damit mein Publikum mit mir wächst. Oder ich ein neues Publikum finde. Ich rappe nicht einfach, sondern mache Musik. Das braucht seine Zeit. Diese Beats, das bin ich.

Sie sind ununterbrochen auf Reisen, immer in Bewegung. Haben Sie noch so etwas wie eine Mitte? Liegen Sie manchmal wach und denken: „Wer bin ich?“

Verdammt, nein. Manchmal wache ich vielleicht irgendwo auf und denke mir: „Wo zur Hölle bin ich?“ Aber nicht: „Wer bin ich?“

Sie haben mit Dior und Gucci zusammengearbeitet. Mit Raf Simons scheint Sie eine persönliche Freundschaft zu verbinden. Wie würden Sie diese Beziehung beschreiben?

Manchmal ist es nur Business und manchmal Freundschaft. Raf hat mich 2012 und 2013 nach Antwerpen eingeflogen. Dort konnte ich mein Gras rauchen und einfach mit ihm abhängen. Ich wollte mir von ihm und Michèle Lamy, der Ehefrau und Muse von Rick Owens, Rat holen. Michèle ist wie eine gute Fee für mich.

Über was sprechen Sie mit Michèle?

Wir reden über Kunst. Und Mode. Wegen ihr habe ich die Diamanten im Mund. Sie hat ihre seit 1985. Sie treibt mich an und hilft mir dabei, mich als Künstler weiterzuentwickeln. Sie ermutigt mich, Dinge außerhalb der Musik auszuprobieren – in Richtung zeitgenössischer Kunst. Sie hat mir viel über Kunst beigebracht. Mit Raf diskutiere ich über seine Kollektionen und die Raver-Szene, die seine Arbeit geprägt hat.

Geht es auch mal um ganz Privates?

Ja, Michèle versucht dauernd, mich mit ihren Model-Freundinnen zu verkuppeln. Sie sagt immer: „Die musst du treffen, die ist ein nettes Mädchen.“ Manchmal treffe ich die dann wirklich. Einige sind total verrückt und andere wirklich lieb.

Hier ist eine Frage von Raf Simons an Sie: „Lieber Rakim, was würdest du tun, wenn deine aktuelle Karriere nicht mehr möglich wäre? Gibt es einen anderen Traum?“

Wenn ich nicht Rapper wäre, dann wahrscheinlich Innenarchitekt oder Florist. Ich habe da fast schon eine Obsession. Ich liebe Blumen. Und ich finde, dass eine schöne Einrichtung wichtig ist. Oder ich wäre vielleicht auch Regisseur. Ich wollte aber mein Leben lang immer nur Rapper werden.

Eine Frage von Shameik Moore: „Hast du einen Tipp, wie man mit seinem persönlichen Style kreativer werden kann?“

Lauf keinen Trends nach. Gut, wenn ich etwas trage, wird es zum Trend. Aber jeder ist anders, jeder hat eine andere Figur und so weiter. Bleib bei dem, was dir am besten passt und mit dem du dich wohlfühlst, auch wenn es gerade nicht hip ist.

Ganz andere Frage: Wie sieht Gott aus?

Jeder hat einen anderen Gott. Ich weiß nicht, ob Gott männlich oder weiblich ist. Ich bete zu diesem Irgendjemand. Religion geht tief. Ich respektiere jeden Glauben, denke aber auch, dass alle Religionen Fehler und Widersprüche haben. Ich bin eher spirituell. Ich versuche, mir aus allen Religionen das Beste herauszunehmen und damit ein besserer Mensch zu werden.

Sie hatten bereits öfter mit dem Verlust zu tun. In der Familie. Und 2015 ist Ihr Freund und Kollege A\$AP Yams verstorben. Konnten Sie trauern, oder haben Sie einfach weitergearbeitet?

Ich habe einfach weitergemacht. Ich glaube, ich wäre kaputtgegangen, wenn ich getrauert hätte.

Wie kam es zu der Narbe in Ihrem Gesicht?

Mit 15 hatte ich eine Prügelei mit ein paar Typen in der Bronx. Einer der Kerle wollte meine Jacke klauen und hat mir mit einem Revolver ins Gesicht geschlagen. Die Jacke hat er aber nicht bekommen. Die war ein Geschenk von meiner Schwester, und ich dachte gar nicht daran, die einfach herzugeben.

Gut, dann sind wir wieder am Anfang und der Frage von Mahershala Ali. Nach welchem Rapper würden Sie Ihr Kind benennen?

Vermutlich Pharrell. 

▼
Mantel
Burberry


Pullover
JW Anderson

Hose
Jil Sander



▼
Jacke
+
Tanktop
Berluti
Hose
Emporio Armani
Sneakers
Vans
Socken
Pantherella
Schmuck
privat





„Lauf niemals Trends nach! Klar, wenn ich etwas trage, dann wird es zum Trend“

▼
Mantel
Lanvin

Hemd
Acne Studios
Blå Konst

Schmuck
privat

▼
Mantel
Issey Miyake Men

Hemd
Emporio Armani

Hose
Off-White

Schmuck
privat





▼
Jacke
+
Pullover
+
Hose
Marni
Gürtel
Dolce & Gabbana
Sneakers
Balenciaga
Schmuck
privat



Einem **Freund** empfehlen und



▲ 40€ Amazon.de Gutschein

Gönnen Sie sich mit diesem 40€ Amazon.de Gutschein einen schönen Einkauf oder machen Sie jemandem eine Freude.*

Ohne Zuzahlung



▲ Champagner Taittinger Brut Réserve

Der hohe Anteil an Chardonnay-Trauben ist weltweit einzigartig bei den großen Non-Vintage Champagne Cuvées und verleiht dem Brut Réserve seine Eleganz und Finesse. Ausgeglichen und aromatisch – in jedem Jahr! 40% Chardonnay, 60% Pinot Noir und Pinot Meunier. Inhalt: 0,75 l.

Ohne Zuzahlung

Warum **GQ** lesen eine gute Idee ist.

1 • GQ ist Lebensstil für Männer mit Anspruch. Mit **Intellekt**, **Charme** und klarer **Haltung** führt GQ durch die männlichen Lebenswelten.

2 • Jeden Monat die **druckfrische Ausgabe** im Briefkasten – **versandkostenfrei!**

3 • Exklusiv: wöchentlicher Online-Newsletter der GQ-Redaktion!

Prämie sichern!



Nur solange der Vorrat reicht

Apple Watch Series 2, 42 mm

- OLED Retina Display der 2. Generation mit Force Touch (2x heller)
- Integriertes GPS, Dual-Core Prozessor • WLAN (802.11b/g/n 2,4 GHz), Bluetooth 4.0
- Wasserdicht bis 50 Meter • Bis zu 18 Stunden Batterielaufzeit • Ion-X Glas
- Gehäuse aus eloxiertem Aluminium in Space Grau • Sportarmband in schwarz

1-Jahres-Abonnement: Zuzahlung nur 332,50 €



Ihre **VORTEILE** als GQ-WERBER

- 1 • Exklusive Prämie zur Wahl!
- 2 • Machen Sie jemandem mit der Welt von GQ eine Freude!
- 3 • Sie müssen kein Abonnent sein, um einen neuen Leser zu werben!

HIER GEHT'S
ZUM SHOP

Jetzt **GQ-Leser** empfehlen unter:



WWW.GQ-MAGAZIN.DE/PRAEMIE



0781 – 639 4507

IT'S ALL ABOUT LOVE

Bi-curiosity: Warum ein bisschen bi tatsächlich nicht schadet

ICH BIN NICHT heterosexuell, um das gleich mal klarzustellen. Und das, obwohl ich guten Sex mit Männern wunderbar finde! Aber Rummachen mit Girls liebe ich eben auch. Ich verliebe mich einfach in Menschen, die mir gefallen.

Die häufigste Reaktion, die ich von Männern auf dieses Bekenntnis erhalte, ist: „Find ich toll. Ein bisschen bi schadet ja nie, haha!“ – „Echt?“ – frage ich dann nach. „Machst du also auch mit Männern rum?“ – „Auf keinen Fall, ich bin doch nicht schwul!“

Ein Einwand, den ich nicht verstehe. Einen anderen Mann zu küssen haut doch nicht gleich die ganze sexuelle Orientierung über den Haufen. Vielmehr höre ich die homophobe Nachtigall hier lautstark übers Parkett trabsen. Wobei sich die Homophobie, nein, sagen wir lieber: die gesellschaftlich bedingte und anerzogene Homoscheu vieler Männer in den mir bekannten Fällen nur auf Liebe, Sex und Zärtlichkeit zwischen



Männern bezieht. Denn lesbischer Sex ist für viele Typen noch immer DER Sextraum schlechthin – und ein Dreier mit zwei Ladys, die es nicht nur dem männlichen Mitspieler, sondern auch einander besorgen, eine Fantasie, die sich so mancher gern erfüllen würde.

Frauen fällt es leichter, mit der besten Freundin zu kuscheln. Oder sogar mal mit der schönen Barfrau zu vögeln, die uns die ganze Nacht hindurch angeflirtet hat. Solche Abenteuer machen uns nicht lesbisch, noch nicht mal bisexuell. Das sind lediglich Upgrades, die unser straightes Sexleben bereichern können.

Bi-curious, also bi-neugierig, nennt man es, wenn jemand, der heterosexuell ist, Lust auf Menschen des eigenen Geschlechts hat. Nur so. Um auszuprobieren, wie es sich anfühlt. Haben Sie auch schon einmal diese Neugierde verspürt? Vielleicht haben Sie sogar auf dem letzten Rave mit einem Ihrer Buddies rumgeknutscht – und mochten es? Dann geben Sie der Versuchung ruhig nach, wenn sie wiederkommt. Denn Bi-Neugier hat so manchen Vorteil.

Vorteil 1: Sie fühlen sich wie ein Prinz

Von Angehörigen des eigenen Geschlechts angehimmelt zu werden ist reizvoll. Vor allem dann, wenn man noch unerfahren auf gayem Parkett ist. Lassen Sie sich von dem attraktiven Typen aus dem Gym auf einen Drink einladen. Sie müssen keinen Sex mit ihm haben.

Aber vielleicht haben Sie Lust mitzumachen, wenn er Sie küsst. Sie tun nichts Verbotenes!


Vorteil 2: Sie erweitern Ihren sexuellen Horizont

Viele schwule Männer sind, so meine Erfahrungen, sehr frei im Umgang mit ihrer Sexualität, probieren Spielzeuge, Stellungen und allerlei *kinky* Dinge aus, von denen der heterosexuelle Teil der Gesellschaft nur träumen kann. Profitieren Sie von so viel Offenheit.

Vorteil 3: Männer geben die besseren Blowjobs

Und Frauen lecken besser als Männer. *Sorry to say guys*. Ich sag mal: Heimvorteil. Wenn Sie offen genug – und *bi-curious* – sind, werden Sie es lieben, wie ein anderer Mann Sie berührt. Weil Ihre Hotspots ihm so vertraut sind wie seine eigenen. PS: Ein Tipp für unsichere Newcomer: Schließen Sie dabei einfach die Augen, schalten Sie den Kopf aus und überlassen Sie Ihrem Körper die Kontrolle. Denn unsere Genitalien haben weder eine sexuelle Orientierung, noch haben sie Schuldgefühle.

Vorteil 4: Sie sind frei – herzlichen Glückwunsch!

Nichts limitiert uns so sehr wie all die Zwänge und Ängste, die uns von der Gesellschaft über Jahrzehnte antrainiert wurden. Schon durch ein kleines homoerotisches Abenteuer können Sie lernen, dass es da draußen noch viel mehr gibt, als Sie bisher ahnten. Und welcher echte Mann ist im Herzen nicht auch ein Abenteuerer? 



Mimi Erhardt ist Sex-Bloggerin (mimiundkaethe.com) und Autorin des Buches „Erlebnispornographie“



AB 4.2.
SONNTAGS | 20:15

KITCHEN IMPOSSIBLE

DIE NEUE STAFFEL

A promotional poster for the TV show "Kitchen Impossible". It features Tim Allen in a white space suit floating in space. He is holding a whisk in his right hand, a spatula in his left, and a large spoon is floating nearby. The Earth is visible in the background, and a full moon is in the upper left. The text "TIM KOCHT ÜBER ALL" is written in large white letters across the center. On his chest, a patch reads "MÄLZER" and "KITCHEN IMPOSSIBLE". A small VOX logo is on his left arm.

TIM KOCHT ÜBER ALL

Condé Nast International

Chairman and Chief Executive:
Jonathan Newhouse
President: Wolfgang Blau
Executive Vice President: James Woolhouse

Die Condé Nast International Gruppe verlegt folgende Zeitschriften

GROSSBRITANNIEN

Vogue · House & Garden · Brides, Tatler ·
The World of Interiors · GQ ·
Vanity Fair · Condé Nast Traveller · Glamour ·
Condé Nast Johansens · GQ Style · Love ·
Wired · Condé Nast College of Fashion & Design ·
Ars Technica

FRANKREICH

Vogue · Vogue Hommes · AD ·
Glamour · Vogue Collections · GQ · AD Collector ·
Vanity Fair · GQ Le Manuel du Style ·
Glamour Style

ITALIEN

Vogue · Glamour · AD ·
Condé Nast Traveller · GQ · Vanity Fair ·
Wired · La Cucina Italiana

DEUTSCHLAND

Vogue · GQ · AD · Glamour ·
GQ Style · Wired

SPANIEN

Vogue · GQ · Vogue Novias ·
Vogue Niños · Condé Nast Traveler ·
Vogue Colecciones · Vogue Belleza ·
Glamour · AD · Vanity Fair

JAPAN

Vogue · GQ · Vogue Girl · Wired ·
Vogue Wedding

TAIWAN

Vogue · GQ · Interculture

MEXIKO UND LATINAMERIKA

Vogue Mexico und Latin America ·
Glamour Mexico · AD Mexico ·
GQ Mexico und Latin America ·
Vanity Fair Mexico

INDIEN

Vogue · GQ · Condé Nast Traveller · AD

Joint-Venture-Veröffentlichungen

BRAZIL Vogue · Casa Vogue · GQ · Glamour
RUSSIA Vogue · GQ · AD · Glamour · GQ Style ·
Tatler · Glamour Style Book

Lizenzveröffentlichungen oder Copyright-Kooperationen

AUSTRALIEN Vogue · Vogue Living · GQ

BULGARIEN Glamour

CHINA Vogue · AD · Condé Nast Traveler ·
GQ · GQ Style · Brides · Condé Nast Center of
Fashion & Design · Vogue Me

ISLAND Glamour

KOREA Vogue · GQ · Allure · W

MITTLERER OSTEN Vogue · Condé Nast
Traveler · AD · Vogue Café at The Dubai Mall

NIEDERLANDE Vogue · Glamour ·

Vogue The Book · Vogue Man ·

Vogue Living

POLEN Glamour

PORTUGAL Vogue, GQ

RUMÄNIEN Glamour

RUSSLAND Vogue Café Moscow ·

Tatler Club Moscow

SLOWAKEI UND TSCHEDIEN

La Cucina Italiana

SÜDAFRIKA House & Garden ·

GQ · Glamour · House & Garden Gourmet ·

GQ Style · Glamour Hair

THAILAND Vogue · GQ · Vogue Lounge Bangkok

TÜRKEI Vogue · GQ

UKRAINE Vogue · Vogue Café Kiev

UNGARN Glamour

Condé Nast USA

President and Chief Executive Officer:

Robert A. Sauerberg, Jr.

Artistic Director: Anna Wintour

Vogue · Vanity Fair · Glamour · Brides ·

Self · GQ · GQ Style · The New Yorker ·

Condé Nast Traveler · Allure · AD · Bon Appétit ·

Epicurious · Wired · W · Golf Digest · Golf World ·

Teen Vogue · Ars Technica · The Scene ·

Pitchfork · Backchannel

Heftpreis Inland: 5,50 € inklusive 7 % MwSt.
Jahresabonnement (12 Ausgaben) Inland: 56,50 €
inklusive Porto, Versandkosten und 7 % MwSt.
Ausland: Österreich: 56,50 €, Schweiz: 100,00 sfr,
restliches Ausland auf Anfrage. Abonnement-
bestellungen: GQ Leserservice, Postfach 290,
77649 Offenburg, Telefon: 01805 517258, Fax:
01805 071101 (jeweils 0,14 € pro Minute), E-Mail:
abo@gq.de. Schweiz: GQ Leserservice, Postfach,
6002 Luzern, Telefon: 041 3292244, Fax: 041
3292204, E-Mail: GQ@leserservice.ch. USA: IPD-
SDS 12406, US Highway 250N, Milan, Ohio
44846, Telefon: 1 419 4991500 (+ 15 in den USA),
Fax: 1 419 4993601.

Bekanntmachung gemäß Art. 8 Absatz 3 Bayeri-
sches Pressegesetz: Alleinige Gesellschafterin
der Condé Nast Verlag GmbH ist die Condé Nast
International Ltd., London, UK, deren alleinige
Gesellschafterin die Condé Nast International
Inc., London, UK ist.

BRYSON TILLER

Rapper & Songwriter, 25



Er steht für das, was man früher mal so schön den „American Dream“ nannte: vom Paketzusteller in Kentucky zum Rap-Star mit Millionen Fans. Sein zweites Album „True to Self“ schoss auf Platz eins der US-Charts. Wir sprachen mit dem Newcomer über seine modischen Inspirationen.



GQ: Wie würden Sie Ihren Style beschreiben?

Bryson Tiller: Früher habe ich viel Wert auf Klamotten gelegt, das war meine Art, mich auszudrücken. Jetzt konzentriere ich mich mehr auf die Musik und meine Familie. Daher ist mein Lieblingslook zurzeit: Jogginghose, Sonnenbrille und ein cooles Cap, ganz entspannt.

Welches Kleidungsstück mögen Sie am liebsten?

Ich habe ein paar ziemlich coole Jacken. Wenn ich modisch auftrumpfen will, dann fällt mir das im Winter am leichtesten, weil ich da diese Jacken tragen kann. Und ich liebe Vintage-T-Shirts.

Was sind Ihre Lieblings- accessoires?

Caps! Von Nike oder Trap-soul – und ich habe einige mit Motiven aus alten Videogames oder TV-Serien. Die spiegeln meine Persönlichkeit wider.

Gibt es etwas, das Sie nicht gern tragen?

Bei den Grammys musste ich einen Anzug tragen, aber da hab ich mich unwohl gefühlt. Ich mag es eher bequem.

Welche Labels oder Desi- gner inspirieren Ihren Style?

Ich liebe Balenciaga. Und Kanye – man sieht einfach, dass er weiß, was er tut, egal ob es um Musik oder Fashion geht.



Sportlich

Erstmalig vergab Europas größte Sportmodelagentur MCFIT MODELS den New Body Award. Ort des Geschehens war das *Tempodrom* in Berlin, in dem die fünf Top-Gewinner – gewählt von einer prominent besetzten Jury – gekürt wurden.

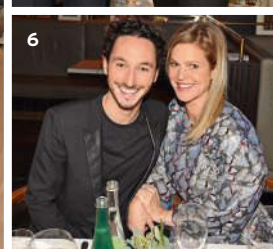
1 Wladimir Klitschko, Christiane Schikorsky, Rainer Schaller (McFit) **2** Brock O'Hurn **3** Daniel Aminati **4** Grit Weiss, Jo Groebel **5** The Winners mit Pierre Geisensetter (McFit, vierter von links) **6** Baptiste Giabiconi, Anja Tillack (McFit), Tatjana Patitz **7** Nikeata Thompson, Harald Greising **8** Anja Kling



Bayerisch

Mit einem exklusiven Cocktail feierte RIMOWA die Eröffnung der neuen Boutique in München. Die neue Residenz der Brand ist in einem denkmalgeschützten Altbau zwischen Marienplatz und Nationaltheater zu finden.

1 Stephan Vary, Hector Muelas (Rimowa), Thomas Mick, Mirko Borsche **2** Carolin und Sebastian Copeland, Vanessa Losch (V.Comm.) **3** Alexandre Arnault (Rimowa), Tom Junkersdorf (Chefredakteur GQ) **4** Funda Vanroy **5** Mario Eimuth **6** Niklas Epstein, Prinzessin Isabelle zu Hohenlohe-Jagstberg



Königlich

Mehr als 300 Gäste hatte CALVIN KLEIN zum Opening in den neuen Flagship-Store auf der Königsallee in Düsseldorf geladen. Auf 330 stylischen Quadratmetern feierte man die amerikanische Lifestyle-Marke mit den DJs Avalon Emerson und Lena Willikens.

1 Alexandra Maria Lara und Sam Riley **2** Patrick Mölleken **3** Ken Duken **4** Lena Willikens **5** Jannik Schumann **6** Alicia von Rittberg





WILLKOMMEN IN DER GQ BAR!

*Patrick Hellmann
mit Till Lindemann so-
wie Alec und Sascha
von The Boss Hoss (v.l.)*



►► Das Schlosshotel in Berlin-Grünwald hat seit 1911 viele Geschichten (und viel Geschichte) erlebt. Jetzt beherbergt es auch die, wir sagen es jetzt einfach mal, schönste Bar Berlins: die GQ Bar, die erste in Deutschland. Luxuriös, stylisch und trotzdem sehr gehillt: Das ist die Atmosphäre im neuesten Hauptstadt-Hotspot. Probieren Sie unbedingt den von Barchef Angelo Bonatesta kreierten Signature-Drink – den GQ Bar Manhattan (*oben*) mit Orangeninfusion und Vanilla Bitters. **GQ**

*GQ Bar im Patrick Hellmann
Schlosshotel, Brahmsstraße 10,
Berlin. www.gqbar.de*

◁ Gary Robinson von Condé Nast International Restaurants, und Moritz von Laffert, Herausgeber Condé Nast Deutschland, eröffneten die Bar



FOTOS: GETTY IMAGES



ADVENTUROUS



CASINO
BADEN-BADEN

Senator Chronograph



Glashütte
ORIGINAL

glashuette-original.com

Deutsche Uhrmacherkunst seit 1845.

Beijing · Dresden · Dubai · Geneva · Hong Kong · Macau · Madrid · Nanjing · Paris · Shanghai · Shenyang · Singapore · Tokyo · Vienna