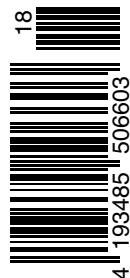


Only the Best

BRAND SPACES



JENSMADSEN
CULINARYNOMADISM

SEASIDELUXURY ESCAPES
DEM WINTER ENTFLIEHEN

DIE SUPERINTELLIGENZ
TRAUMODERALPTRAUM

DAS BESTE AUS GENUSS & REISE

DAS BESTE AUS KUNST & DESIGN

DAS BESTE DER TECHNOLOGIE & ZUKUNFT

TOPF

EDITORIAL



GRÜNDER SVEN UND JULIA HOLSTEN

Kulinarische Entdeckungsreisen, große Persönlichkeiten und neue Perspektiven auf Luxus, Design und Zukunftsfragen: Diese Ausgabe von Only the Best ist eine Einladung, Horizonte zu entdecken.

Auf dem Cover steht Jens Madsen, Chef de Cuisine im THE CLOUD by Käfer in der BMW Welt, der mit seinem Leitmotiv des „Culinary Nomadism“ zeigt, wie grenzenlos moderne Küche sein kann. Wir folgen ihm ebenso wie Skilegende Franz Klammer auf die besten 48 Stunden in Kärnten, blicken zurück auf das Island Food Festival auf Sylt und wagen einen winterlichen Perspektivwechsel mit vier außergewöhnlichen Seaside Luxury Escapes.

Unsere Gespräche führen in unterschiedliche Welten – und zeigen doch gemeinsame Werte: Annette Kluger und Olga

Löffler sprechen über die Kraft zeitgemäßer Markenbilder, Diana Rauhut über Wandel, Innovation und Verantwortung von Führungskräften. Dazu begleiten wir die MUNICH DESIGN DAYS, entdecken die Fotokunst von Jeff Dumas im Amerikahaus und den Podcast Le Black Sofa und blicken auf Haute Couture von Greg Alexander sowie die Art Basel Hong Kong. Zwischen Kunst, Kulinarik und Kreativität stellen wir auch die großen Fragen unserer Zeit: von den Chancen und Risiken der Superintelligenz bis zu den erstaunlichen Lebensgeheimnissen tierischer Methusalems – und was der Mensch von ihnen lernen kann.

Eine Ausgabe für alle, die neugierig bleiben, weiterdenken und das Außergewöhnliche suchen.



INSPIRATIONEN



ESSENZ

EDITORIAL	3
DAS BESTE AUS GENUSS & REISE	
JENS MADSEN – CULINARY NOMADISM	8
WEINDURCHBLICK	14
DIE BESTEN 48 STUNDEN KÄRNTEN MIT FRANZ KLAMMER	16
UDON STATT ETIKETTE	21
ISLAND FOOD FESTIVAL SYLT – NACHILESE & VORFREUDE	22
SEASIDE LUXURY ESCAPES	24
DAS BESTE AUS KUNST & DESIGN	
INSIDE THE CIRCLE – ANNETTE KLUGER & OLGA LÖFFLER	28
MUNICH DESIGN DAYS	36
RUN FOR YOUR OWN ENDEAVOURS – AUSSTELLUNG JEFF DUNAS	38
WO MÄNNER WIEDER ZUHÖREN – PODCAST LE BLACK SOFA	42
ONLY THE BEST KUNSTFORM – HAUTE COUTURE GREG ALEXANDER	44
GLOBALE PERSPEKTIVEN NEUE IMPULSE – ART BASEL HONG KONG	48
BEST OF DESIGN	64
DAS BESTE DER TECHNOLOGIE & ZUKUNFT	
WERT(E)VOLLE GESPRÄCHE MIT SVEN KORNDÖRFFER	32
DIE SUPERINTELLIGENZ – TRAUM ODER ALPTRAUM	52
LIFEHACK	57
METHUSALEMS GEHEIMNISSE	58
LINK SHORTLIST	66
IMPRESSUM	66

DAS BESTE AUS GENUSS & REISE

DAS BESTE AUS KUNST & DESIGN

DAS BESTE DER TECHNOLOGIE & ZUKUNFT



Armband
Blossoming Spring

ameo
KUTTER
1825

Einzigartig. Für dich.

Ein Schmuckstück voller Individualität. Für Dich.
Von der Idee bis zur Einzigartigkeit. Ein Unikat.

CULINARYNOMADISM

Ein Ort, der nicht erklärt, sondern spüren lässt. Hoch über München entstand mit THE CLOUD by Käfer ein Fine Dining Erlebnis, das sich bewusst jeder Konvention entzieht. Hier geht es nicht um Stillstand, sondern um Bewegung – um Perspektiven, die sich verändern, und um Genuss, der neugierig macht. Geprägt von Jens Madsen, Chef de Cuisine, ist „Culinary Nomadism“ dabei mehr als ein kulinarisches Leitmotiv: Es ist eine Haltung. „Ich nehme das, was mich auf meinen Reisen berührt, was mein Denken verändert und lasse es Teil meiner Küche werden“, schwärmt Jens. Eine Einladung, Aromen, Erinnerungen und Ursprünge neu zu denken – sinnlich, weltoffen und mit klarer Handschrift.

Im Sommer 2025 öffnete das neue Fine Dining Restaurant in der BMW Welt seine Pforten. Seit Anfang des Jahres arbeitete Jens Madsen, der Bobby Bräuer in den exklusiven Räumlichkeiten der BMW Welt nachfolgt, zusammen mit BMW Group Designworks, dem Innovationsstudio der BMW Group, an einem einzigartigen Konzept: THE CLOUD by Käfer. Hier empfangen Küchenchef Jens Madsen, Restaurantleiterin Mona Röthig, Sommelier Luigi Pecchia und ihr Team ihre Gäste mit dem Konzept „Culinary Nomadism“.

THE CLOUD by Käfer ist ein ruhiger, immersiver Ort, der den Fokus auf die Kulinarik legt und dabei das Farbenspiel der blauen und goldenen Stunde symbiotisch vereint. Diese besonderen Lichtstimmungen rund um Sonnenauf- und -untergang schaffen mit ihrem warmen, goldenen Licht und den kühlen, bläulichen Tönen eine einzigartige Atmosphäre, die sich im Design des Restaurants widerspiegelt. In gut sechs Monaten Umbauzeit wurden die Räumlichkeiten unter dem Dach des ikonischen Gebäudes am Münchner Olympiapark unter der Regie von BMW Group Designworks komplett neugestaltet und ermöglichen eine sinn-

liche kulinarische Reise. Diese Reise folgt einer klaren Idee: Jede Season widmet sich einer Region der Welt und bringt deren Aromen, Techniken und Geschichten auf den Teller – stets verwoben mit den besten heimischen Produkten. Wie eine Wolke, die sich stetig wandelt und weiterzieht, folgt auch THE CLOUD diesem Rhythmus der Bewegung. Sie zieht über Landschaften hinweg, leicht und frei, von Region zu Region – wie ein Nomade, der Spuren hinterlässt und Geschichten sammelt. Das kulinarische Motto der Season 1 lautet Nomadic Earth. „Mit Nomadic Earth schlagen wir das erste Kapitel unseres neuen Reisetagebuchs auf. Wir wollen unseren Gästen ein besonderes Erlebnis auf kulinarischem Spitzenniveau bieten, das den Horizont erweitert und die Aromen und Texturen der Welt mit den hochwertigsten Produkten der Region in einen überraschenden und zugleich harmonischen Kontext setzt. Mit Jens Madsen, Mona Röthig und Luigi Pecchia haben wir ein Team gefunden, das diese ambitionierte Aufgabe mit großer Expertise und Leidenschaft perfekt umsetzt“, begeistert sich Michael Käfer.





RESTAURANTLEITERIN MONA RÖTHIG MIT JENS MADSEN



© BMW AG / THE CLOUD by Käfer

© Studio Later / THE CLOUD by Käfer

Culinary Nomadism, dem das Menü Nomadic Earth folgt, ist eine Philosophie, die in Bewegung, Erinnerung und Herkunft verwurzelt ist. Dieses neue Konzept verbindet kulinarische Traditionen, Fertigkeiten und Gewürze aus aller Welt mit besten lokalen Produkten in einer eigenständigen Küche. Inspiriert von Jens Madsens persönlichen Wurzeln und kulinarischen Entdeckungen führt Season 1 durch Ost- und Südafrika. Das Menü verbindet regionale Spitzenprodukte mit afrikanischen Gewürzen, Fermentation, Feuer und Frische – reduziert, klar und überraschend. Jeder Gang spiegelt eine Station einer kulinarischen Reise wider: mal inspiriert von fernen Küsten, mal verwurzelt in heimischen Feldern. So entsteht eine Küche, die das Globale neugierig

aufnimmt und im Lokalen verankert ist – sinnlich, überraschend und offen für neue Perspektiven. In acht Gängen mit ergänzenden Side Dishes treffen beste regionale Lebensmittel wie die Bayerische Garnele, Fisch aus der Kinsauer Mühle oder Reh aus dem Poltinger Forst auf Tamarinde, Biltong oder Pilau aus Perl-Emmer. Die Brochette vom Milchkalb etwa ist inspiriert von Barfood, das in Afrika gerne zum Bier serviert wird. Jens Madsen nimmt dafür das Beste vom Kalb, gespießt auf eine Ähre, und kombiniert es mit Cashew, Chapati und jungem Lauch. Innerhalb einer Season, die rund ein Jahr dauert, entwickelt sich das Menü kontinuierlich weiter. Es wird etwa viermal jährlich angepasst, einzelne Komponenten

variieren laufend – abhängig von Saison und Verfügbarkeit der Produkte. So bleibt Culinary Nomadism in ständiger Bewegung und bewahrt zugleich seine klare, eigenständige Handschrift. „Mit THE CLOUD by Käfer erweitern wir das Erlebnis in der BMW Welt um eine neue Dimension. Neben der Fahrzeugauslieferung bieten wir unseren Gästen eine inspirierende kulinarische Reise in einer von BMW Group Designworks München gestalteten, einzigartigen Atmosphäre. Ganz oben im dritten Stock genießen die Gäste dabei einen beeindruckenden Ausblick auf die BMW Welt, eingebettet in ein außergewöhnliches Fine-Dining-Erlebnis“, so Sandra Wittemer, Leiterin BMW Welt.



ÜBER KÄFER IN DER BMW WELT

Im Oktober 2012 hielt die Welt von Käfer Einzug in die BMW Welt und betreibt dort das Bistro CooperS, das Café Biker's Lodge, das Restaurant Bavarie und das Fine Dining Restaurant THE CLOUD by Käfer. Für die Partnerschaft wurde von Käfer ein maßgeschneidertes Gastronomiekonzept entwickelt, das den unterschiedlichen Besuchergruppen von Bayerns beliebtester Sehenswürdigkeit Rechnung trägt. Für die Mitarbeiter der BMW Welt über die Abholer ihrer neuen Autos, Münchner Familien, Touristen aus aller Welt bis hin zu anspruchsvollen Gourmets bieten die verschiedenen gastronomischen Einheiten ein vielfältiges Angebot für jeden Geschmack. Besonderen Wert wurde darauf gelegt, dass Regionalität und Internationalität – passend zu den Münchner Marken BMW und Käfer – Hand in Hand eine Einheit ganz im Sinne der Nachhaltigkeit bilden.



Seit 2023 arbeiten die Experten von BMW Group Designworks und Käfer eng zusammen, um einen Raum für alle Sinne zu gestalten und den Besuch in THE CLOUD by Käfer unvergesslich zu machen. Licht, Musik, Optik und Haptik fließen ineinander, jede Leuchte und jedes Möbelstück trägt zum Gesamterlebnis bei. Für die Umsetzung hat BMW Group Designworks mit renommierten Partnern zusammengearbeitet, darunter das Architekturstudio hildmannwilke, der Künstler Oscar Zabala, bekannt für seine generativen, audiovisuellen Performances und Installationen, sowie der innovative Schweizer Textilhersteller Jakob Schlaepfer, der für Haute Couture Häuser weltweit fertigt. „Um die Vision von Käfer zum Leben zu erwecken, entwickelte BMW Group Designworks für THE CLOUD das Raumkonzept und Storytelling. Wir haben eine Atmosphäre geschaffen, die sich in Materialien, Formen und Details widerspiegelt – sinnlich, kontrastreich und emotional. So wird das Design Teil des kulinarischen Gesamterlebnisses“, erklärt Anders Warming, Head of BMW Group Designworks.

In dem ebenso elegant wie einladend und technisch raffiniert gestalteten Restaurant spiegelt sich eine klare Referenz an die Designsprache von BMW. Der Weg der Gäste beginnt nach dem Aufstieg in den dritten Stock der von COOP Himmelb(l)au als schwebende Struktur konzipierten BMW Welt. Auf Moon Island angekommen, können sie sich auf den Abend einstimmen. Diese Ankunft wird subtil begleitet von einem digitalen Kunstwerk mit einem Viertelmond, der sich in langsam von der goldenen Stunde über die sanfte Dämmerung bis hin zu den tiefblauen Tönen der Nacht verändert.

An der Biophilic Bar, gefertigt aus Perlino Marmor, machen kunstvoll präsentierte Zutaten aus dem Menü bei einem Aperitif neugierig auf die Speisenfolge des Abends. Anschließend wird an der Slim Bar, wo die Gäste auch am Ende ihrer Reise einen letzten Drink einnehmen können, ein persönlicher Cocktail serviert. Sie bildet den Übergang von der goldenen zur blauen Stunde. Über das Chef's Atelier, dekoriert mit Reisefotos und exotischem Küchengerät, gelangen die Gäste schließlich in die Dining Cloud, wo sie an den Tischen mit Panoramablick auf die BMW Welt Platz nehmen. Über dem Zentrum des Raumes schwebt das namensgebende Objekt, eine amorphe Installation aus transparentem, federleichtem Material, das schwerelos und im ständigen Wandel durch eine Projektion zum Leben erweckt wird und das Gold des Sonnenuntergangs und das Mitternachtsblau erneut aufgreift.

Um die Gäste an der Kunst der Köche teilhaben zu lassen, liegt zwischen der Küche und der Dining Cloud ein fünf Tonnen schwerer Monolith aus Titanstein. Auf dieser eindrucksvollen Bühne legt das Küchenteam letzte Hand an die Teller an, bevor der Service sie an die Tische bringt.

Reservierungen sind von Dienstag bis Samstag zwischen 19 und 20 Uhr möglich. Das Acht-Gang-Menü kostet 290 Euro, das Sechs-Gang-Menü 270 Euro. Begleitend kann ein alkoholisches Pairing für 160 Euro beim Acht-Gang-Menü beziehungsweise 145 Euro beim Sechs-Gang-Menü gewählt werden; alternativ steht ein alkoholfreies Pairing für 140 Euro bzw. 125 Euro zur Auswahl.

www.thecloud.restaurant



ÜBER JENS MADSEN

Jens Madsen wurde in Tansania geboren und kam im Alter von acht Jahren ins bayerische Chiemgau, wo er auch seine gastronomische Laufbahn begann. Es zog ihn von dort in einige der besten Küchen der Welt. Nach Aufhalten im Launceston Place in London bei Tim Allen, im Haerlin im Fairmont Hotel Vier Jahreszeiten in Hamburg bei Christoph Rüffer, in der Überfahrt am Tegernsee bei Christian Jürgens, im Vue de Monde in Melbourne, im EssZimmer in der BMW Welt als Sous-chef von Bobby Bräuer ist er seit 2025 Chef de Cuisine in THE CLOUD by Käfer in der BMW Welt in München.

WEINDURCHBLICKMITPETERFEIGL ONLYTHEBESTAUSDEMKAMPTAL

Peter Feigl, Perfektionist im Münchner Atlantik, versteht es, Weine mit Charakter und Tiefgang zu präsentieren. Der Riesling Heiligenstein „M“ 2021 der Familie Topf ist einer davon – und zwar ein ganz großer.



Seit vielen Jahren verfolge ich die Entwicklung des Kamptals, und für mich ist es einfach großartig zu sehen, wie sich diese Region nach jahrzehntelanger, konsequenter Arbeit in die Riege der etablierten Weinregionen der Welt eingereiht hat. Einen maßgeblichen Anteil an dieser Erfolgsgeschichte hat die Familie Topf, die ich seit Langem persönlich kenne und schätze. Bereits seit 1885 bewirtschaften sie ihre Lagen mit großer Sorgfalt und einem klaren Qualitätsanspruch.

Heute wird das biologisch zertifizierte Weingut in fünfter Generation von den beiden Brüdern Maximilian und Hans-Peter geführt. Was mich immer beeindruckt hat, ist die Konsequenz, mit der jede Generation an der Idee festhält, authentische Weine mit unverwechselbarem Lagen-



charakter zu erzeugen. Dieser Gedanke zieht sich wie ein roter Faden durch die Geschichte.

Besonders spannend finde ich einen Riesling, den Maximilian vinifiziert hat. Geprägt von seinen Praktika bei renommierten Weingütern weltweit bringt er hier neue Impulse ein, ohne die Herkunft zu verleugnen. Der Riesling Heiligenstein „M“ 2021, der es unter die „100 Best of Austria“ von Weinkritiker James Suckling geschafft hat, vereint saftige Steinobstfrucht mit einer eindringlichen, präzisen Mineralik.

Die Grundlage dafür liefert die Lage Heiligenstein selbst: Karge Gesteinskonglomerate aus Sandstein und Schiefer, die dem Wein seine unverwechselbare Spannung verleihen. Um die typische Rieslingfrucht noch stärker heraus-

zuarbeiten, wird etwa ein Zehntel der Trauben gemeinsam mit dem schonend gepressten Most mitvergoren. Der Ausbau erfolgt ausschließlich im Stahltank, mit langen Hefekontakten über mehrere Monate hinweg. So bleibt die Klarheit der Frucht erhalten, während die Mineralik der kargen Böden im fertigen Wein besonders präzise zum Ausdruck kommt. Ein Riesling, der Kraft und Eleganz vereint, ohne laut zu sein. Erst nach einem Jahr Flaschenreife kommt der Wein auf den Markt – und bereits der erste Schluck zeigt, dass auch große Weißweine Zeit brauchen, um ihr volles Potenzial zu entfalten. Kurz belüftet und dann direkt ins Glas eingeschenkt, passt der Heiligenstein „M“ perfekt zu hellen Fischgerichten, sanft geröstetem Steinbutt oder feinem Jakobsmuschel-Tatar. Ein Wein, der beweist, dass echte Größe leise auftreten kann – Only the Best, ganz klar.

© Weingut Topf, Julius Hirtzberger

MAXIMILIAN UND HANS-PETER TOPF



ÜBER PETER FEIGL

Peter Feigl's Enthusiasmus für besondere Weine wurde in den frühen Neunzigern geweckt. Das war die Zeit, in der aus dem Münchner Fisch-Großhändler Peter Feigl (paradoxaerweise mitten im Schlachthof) der Münchner Spitzen-Gastronom Peter Feigl wurde. Er hatte für den einen oder anderen Gastro-Einkäufer-Kunden einen Hummer kredenzt, offenbar mit sehr ansprechender Resonanz aus fachkundigen Mündern. Um es im Münchner Idiom auszudrücken: „Mei, des schmeckt saugut.“ Ja. Wir sind mitten im Schlachthof. Die Gäste aus der Gastro-Szene wollten aber dann die edlen Schalentiere auch ihrem Status gemäß begleitet sehen. Mit einem oder zwei guten Tropfen Wein. Peter Feigl bereiste, ganz hands on, besser glass on, führende Weingüter, speziell in Frankreich, und erschmeckte sich dabei einen Weinkeller für Fach-Genießer wie Wein-Laien, der in München seinesgleichen sucht. 16.000 Flaschen der besten Provenienzen und Jahrgänge lagern heute in seiner Schatzkammer. Für OnlyTheBest öffnet Peter Feigl seinen Weinkeller und seinen Gaumen.

www.atlantik-muenchen.de



FRANZ KLAMMER AUF DER KAISERBURG IN BAD KLEINKIRCHHEIM

DIE BESTEN 48 STUNDEN KÄRNTEN MIT FRANZ KLAMMER

„What a difference a day makes...“ sang einst Dinah Washington und erzählte, was in „twenty-four little hours“ alles passieren kann. Für Only the Best werden an dieser Stelle verschiedene Autoren weitere 24 Stunden hinzufügen und Ihnen jeweils „Die besten 48 Stunden“ in einer Region, einer Stadt oder auf einer Insel präsentieren. Lassen Sie sich an Orte mitnehmen, die mir immer wieder wunderbare Gründe geben, zurückzukehren.

Es gibt Orte, an denen ZEIT anders tickt. In Kärnten, zwischen Millstätter See, Bad Kleinkirchheim und den sanften Nockbergen, wird aus Winterurlaub WinterZEIT – mit eisigen Mutproben, dampfenden Thermen und Pisten, auf denen Legenden gewachsen sind. Wer 48 Stunden mit Franz Klammer unterwegs ist, merkt schnell: Hier zählt nicht, wie viel man schafft, sondern wie intensiv man jeden Moment lebt.

Morgendliche Ankunft am Millstätter See. Die Sonne steht noch tief, als der Millstätter See im Morgenlicht liegt wie ein Spiegel aus Glas. Kein Wind, nur das leise Knirschen des Schnees unter den Schritten. ZEIT für meine ZEIT – genau das verspricht diese Region zwischen See und Berg.

WINTERZEIT AM SEE & KALTBADEZEIT
11.00 UHR

Nach einem ausgiebigen Frühstück geht es direkt an den See. Nicht zum Sonnen-

baden, sondern zum Kaltbaden. Seit dem Winter 2025/26 finden am Millstätter See, in Bad Kleinkirchheim und in den Nockbergen erstmals ganzjährig Kaltbade-Workshops nach der Wim-Hof-Methode statt. Rund fünf Stunden dauern die Retreats, geleitet von zertifizierten Coaches. Atemübungen, Kälte, Mentaltraining – das Ziel: mehr körperliche und geistige Resilienz. Wer den Sprung ins eisige Wasser wagt, stärkt sich für die Herausforderungen des Alltags – und fühlt sich danach lebendiger denn je.

Franz, der sich angesichts der ersten mutigen Teilnehmer ein Schmunzeln nicht verkneifen kann, sagt: „Wer in Kärnten ins Eiswasser geht, hat sich den Kaiserschmarrn am Abend wirklich verdient.“

15.30 UHR

Nach dem Kaltbaden geht es ins Badehaus Millstätter See – modern, klar, mit Panoramablick auf das Wasser. Sauna-Aufgüsse, Dampfbad, Ruheräume mit



Blick auf die Berge. Und dann der Sprung zurück ins Seewasser – ein Ritual, das im Winter zu einem ganz besonderen Erlebnis wird. Winterwellness auf höchstem Niveau, wie es die Region nennt. Hier entsteht der Eindruck, dass ZEIT nicht verrinnt, sondern geschenkt wird – zum Ankommen, Durchatmen und Aufleben.



BLICK VOM HOTEL PULVERER AUF DIE BERGE



INFINITYPOOL HOTEL PULVERER



DER TRATTLERHOF

18.00 Uhr
Nach einem letzten Blick auf den Millstätter See geht es weiter nach Bad Kleinkirchheim. Vom See in die Berge. Mit dem Auto oder dem NockMobil, dem Regionstaxi, das den Millstätter See, Bad Kleinkirchheim und die Nockberge verbindet, erreicht man das Skigebiet Bad Kleinkirchheim in kurzer Zeit.

18.30 Uhr
Ankunft im 5-Sterne-Hotel Pulverer in Bad Kleinkirchheim. Ein Haus, das wie kaum ein anderes für diese Haltung steht: bewusst, nah, entschleunigt. Viel Holz, warmes Licht, Thermalwasser aus eigener Quelle. Kein großes Ankommen – eher ein leises Umschalten. Skilegende Franz

Klammer ist diesem Ort seit Jahrzehnten verbunden. Man spürt sofort, warum. Als ebenso charmante Alternativen empfehlen sich das traditionsreiche Hotel Der Trattlerhof, das mit seinem Hüttenrestaurant Trattlers Einkehr mitten im Zentrum bezaubert, sowie das exklusive Chalet Falk, ein privates Luxusrefugium für alle, die stilvolle Ruhe und maximale Privatsphäre inmitten der Nockberge suchen.

19 Uhr
Das erste Abendessen führt in die Loystubn, einen Ort mit spürbarer Geschichte. Seit 1928 prägt die Familie Pulverer hier eine Haltung, die heute selten geworden ist: echte Gastfreundschaft, tiefe Verbundenheit zur Natur und kompro-

missloser Respekt vor dem Produkt. Die Loystubn selbst ist rund 400 Jahre alt – ein Raum, der nichts inszenieren muss, weil er alles erzählt. Holz, Patina, Stille. Man sitzt nicht in einem Restaurant, man ist Teil eines gewachsenen Hauses.

Was einst als kleine Jausenstation begann, ist über Generationen zu einer Küche gereift, die Regionalität nicht behauptet, sondern lebt. Gearbeitet wird Nose to Tail, bewusst und reduziert, mit nur vier ausgewählten Produzenten aus Kärnten, zu denen persönliche Beziehungen bestehen. Diese Nähe schafft Vertrauen – und eine Küche mit Haltung, die nicht austauschbar ist.

Die Loystubn hinterlässt kein kulinarisches Feuerwerk, sondern etwas viel Wertvolleres: Ruhe, Klarheit und das Gefühl echter Herkunft. Genau so beginnt ein Wochenende in Bad Kleinkirchheim. Zwischen den Gängen erzählt Franz von seiner Kindheit in Kärnten, von den ersten Skiern, den ersten Abfahrten, den ersten Siegen.. Der Tag war voll, aber nicht hektisch. Im Gegenteil: Die Kombination aus Bewegung, Kälte, Wärme und Licht hat einen Rhythmus geschenkt, der im Alltag oft verloren geht. ZEIT, die nicht verrinnt, sondern bleibt.



FRANZ KLAMMER

© Maria Schmitt - myBerggarden



© Hotel LUT Trattlerhof & Chalets **** Superior

HÜTTENRESTAURANT TRATTLEERS EINKEHR



© Gasthof Sportalm

WELT-CUP-POLDL-HÜTTE DIREKT AN DER BRUNNACH-ABFAHRT



© Bergrestaurant Kaiserburg

BERGRESTAURANT KAISERBURG



© Prägant Gasthof

SKI-RESTAURANT „ZUM SEPP“

SKISTART MIT FRANZ: BAD KLEINKIRCHHEIM & NOCKBERGE

8.30 Uhr
Es öffnet sich der Blick auf fünf Skigebiete: Bad Kleinkirchheim, Turracher Höhe, Sportberg Goldeck, Hochrindl und Falkert. Rund 200 Pistenkilometer laden zum Sonnenskilaf ein.

9.30 Uhr
Franz Klammer ist kein Fremder hier. Der Weltcup-Sieger kennt die Pisten, die Hänge, die Geschichten. Er führt durch das Skigebiet, zeigt seine Lieblingsabfahrten und erzählt, wie sich Kärnten in den letzten Jahrzehnten verändert hat – und wie sich manche Dinge doch gleich geblieben sind. Vom Familienhang bis zur sportlichen Herausforderung: Hier findet jeder seinen Hang.

11.30 Uhr
Mittagspause im Ski-Restaurant „Zum Sepp“ bei Christian Prägant. Das Lokal ist eines von Franz' Lieblingsorten – bodenständig, herzlich, mit Kärntner Küche, die auf Qualität und Herkunft setzt. Zwischen der Frittatensuppe und dem Schnitzel erzählt Franz von den alten Zeiten, als man nach der Abfahrt noch in den Stollen fuhr,

statt direkt in die Therme zu gehen. „Damals war das Tempo anders – heute ist es vielleicht langsamer, aber nicht weniger intensiv.“

13.30 Uhr
Nachmittags geht es weiter auf die Pisten. Die Sonne steht hoch, die Luft ist klar, die Sicht weit. Zwischendurch Stopp im Kaiserburg Restaurant bei Sepp Pulverer – ein weiterer Lieblingsort von Franz. Von hier aus hat man den perfekten Blick auf die Berge und die Pisten. Das Essen ist rustikal, aber raffiniert – ein Spiegelbild der Region, in der alpine Aromen auf südliches Lebensgefühl treffen.

15.30 Uhr
Später am Nachmittag führt Franz zu seinem besten Freund Poldl in die „Weltcup-Poldl-Hütte“ in St. Oswald. Die Hütte ist kein touristisches Mekka, sondern ein Ort, an dem sich alte Freunde treffen, Geschichten erzählen und der Alltag für ein paar Stunden vergessen wird. „Hier wurden die besten Geschichten nie zu Ende erzählt – weil immer die nächste Abfahrt gerufen hat“, sagt Franz. Und auch heute ist das so.

CHALET FALK



© CHALET FALK | luxury mountain holiday

17.00 Uhr

Nach einem Tag voller Pisten, Sonne und Geschichten geht es in die Thermen. Das Thermal Römerbad und die Familien- und Gesundheitstherme St. Kathrein liegen direkt in Bad Kleinkirchheim. Zwei Thermen – ein Ort, einzigartig in Österreich. Das heilsame Thermalwasser entspannt die Muskeln, der Blick auf die Berge beruhigt den Geist – ein perfekter Ausklang des Skitags.



19.00 Uhr

Und den Abend lassen wir bei einem Dinner im Restaurant Adriana ausklingen, das für seine besondere Verbindung aus zart gegrillten Steaks sowie österreichischer und italienischer Küche bekannt ist – liebevoll zubereitet und mit viel Gespür für Qualität und Geschmack.

21.30 Uhr

Bei einem Glas Wein an der Hotelbar blickt Franz auf 48 Stunden zurück, die wie ein Kurzurlaub im Langzeitgefühl waren. „In Kärnten“, sagt er, „verliert man keine Zeit – man gewinnt sie.“

SONNTAG – GENUSS, WEITE UND ABSCHIED

8.30 Uhr

Gemütliches Frühstück. Kein Zeitdruck. Der Blick wandert zwischen Berg und

Himmel und es geht noch einmal auf die Ski. Vielleicht ein Perspektivwechsel: ein neuer Hang, ein neuer Rhythmus. Genau das macht diese Winterlandschaft aus – Vielfalt ohne Hektik.

12.30 Uhr

Jetzt lohnt sich ein letzter Einkehrschwung in die Eve Alps – jene Skihütte, die sich ganz bewusst vom Gewohnten abhebt. Erreichbar über den Priedröflift oder den Panoramalift, wirkt sie wie ein kleiner Ruhepol am Berg: modern, warm und mit einer klaren Haltung. Nach 48 Stunden in Kärnten ist dieser Einkehrschwung kein lauter Abschluss, sondern ein stimmiger Ausklang. Ein Schmarrn nach Kaisers Art in der Sonne, ein Blick über die verschneiten Nockberge – und das Gefühl, dass diese zwei Tage nicht einfach vergangen, sondern geblieben sind.



14.00 Uhr

Zurück im Hotel. Ein letzter Spa-Moment, Taschen packen. Draußen steigt Dampf aus dem warmen Wasser des Infinitypools, während der Winter still bleibt.

FAZIT

Ein Winter, der Nähe zulässt. Der entschleunigt. Und der zeigt, dass man nicht viel planen muss – nur ankommen, durchatmen und genießen.

Nähere Informationen erhalten

Sie unter www.seeundberg.at bzw. info@mbn-tourismus.at



ÜBER FRANZ KLAMMER

Franz Klammer zählt zu den größten Skilegenden Österreichs und ist eng mit Bad Kleinkirchheim verbunden, wo 1971 seine internationale Karriere begann. Mit fünf Gesamtsiegen im Abfahrts-Weltcup – vier davon in Serie von 1975 bis 1978 – sowie olympischem Gold 1976 in Innsbruck schrieb der gebürtige Kärntner Skigeschichte. Insgesamt feierte er 25 Weltcupsiege in der Abfahrt und sorgte mit spektakulären Erfolgen wie seinem vierten Streif-Sieg 1984 für unvergessliche Momente. Trotz seiner weltweiten Erfolge blieb Klammer stets bodenständig, humorvoll und nahbar. Auch nach seiner aktiven Karriere ist er sportlich aktiv: Er fährt leidenschaftlich Ski, liebt Mountainbiken und Golf. Bekannt ist er zudem für seinen Schmäh und seine pointierten Sprüche. Franz Klammer steht für Willensstärke, Lebensfreude und den Aufstieg vom Bauernbub zur internationalen Sportikone. Er ist verheiratet und hat zwei Töchter.

UDON STATT TETIKETTE

Der Raum selbst ist ein Paradoxon. Während die hohen Decken und der Stuck an die Zeit der großen Bankette erinnern, fungiert die massive Bar als neuer Gravitationspunkt. Das Herzstück des BANKS ist jedoch die radikale Abkehr vom individuellen Teller-Erlebnis hin zum Social Eating, schwärmt unsere Autorin Julia Heinz.

Im ehemaligen Ballsaal, dort, wo früher die Kantonalbank ihre Schalter betrieb, sitzt man heute im neueröffneten Restaurant BANKS. Die Speisekarte folgt keiner linearen Anordnung, sondern kommt geschwungen daher. Wie die Wellen des Rheins. Kulinarisch ist die Karte ein asiatisch angehauchtes Potpourri im Sharing-Style. Die Weinkarte mutig, mit lokalen, experimentellen Positionen mit klangvollen Namen wie „La Bohème“.

Head Chef Kevin Bornschein verfolgt die Philosophie: „Was auf den Tisch kommt, soll Spaß machen – überraschen und verbinden.“ „Social Eating“, nennt General Manager Mark Jacobs das. Im Banks wird nicht einfach bloß gegessen. Es wird gestaunt, gelacht und geteilt. Zum Beispiel Wagyu Tataki, BANKS-Carbonara mit Udon und Bonito oder Tuna Nori Tacos mit Ossetra Kaviar. Dazu gibt es eine Wasserflatrate – im Glas und mit Blick auf den Rhein. Alles ist hier im Fluss.

BANK OUT. BANKS IN.

Über der hufeisenförmigen Bar (selbst ein architektonisches Meisterwerk) thront ein „Fliegendes Riff“ der Künstler Gerda Steiner und Jörg Lenzlinger. Kleiderbügel aus dem Hotelfundus und Erinnerungsstücke von Mitarbeitern finden hier ebenso ihren Platz wie eine Kaffeetasse oder ein Elefant. Skurril. Und schön. Zwischen den

historischen Stuckleisten und den hohen Decken mit Spiegeln multiplizieren sich die vielen Kronleuchter ins Unendliche – und stellen sich den neugierigen Blicken vorbeilaufender Passanten. Die Brasserie im Hauptgebäude des Grandhotels Les Trois Rois ist längst eine Institution in Basel, das BANKS ist auf bestem Wege dorthin. In der imposanten Schalterhalle der Kantonalbank wurden einst Werte gesammelt und bewahrt. Heute werden Momente erlebt und konserviert. Man kann das BANKS als Antwort auf die Frage lesen, wie Luxushotellerie im Jahr 2026 relevant bleibt. Es ist ein Experiment am offenen Herzen der Basler Tradition – gewagt, laut und in seiner Konsequenz erfrischend unschweizerisch.

www.banksbasel.com



ISLANDFOODFESTIVAL GENUSSGIPFELSYLT

Sylt wird erneut zum kulinarischen Hotspot: Vom 11. bis 15. November 2026 kehrt das Island Food Festival by Holger Bodendorf & Friends zurück und verwandelt die Insel wieder in ein Mekka für Feinschmecker.

ISLAND FOOD
FESTIVAL
SYLT
11. BIS 15.
NOVEMBER
2026

Das Island Food Festival 2025 hat geliefert und umso größer ist die Freude, dass es im November 2026 wieder heißt: „Taste the Island“. Wenn Sternekoch Holger Bodendorf vom „Landhaus Stricker“ zum Island Food Festival lädt, wird Sylt für ein paar Tage zum Treffpunkt all jener, die Genuss nicht nur essen, sondern leben. Man darf sich auch dieses Mal auf eine entspannte, gleichzeitig hochkarätige Mischung aus Spitzenküche, persönlichem Austausch und echtem Inselgefühl freuen – fernab von steifer Gourmet-Attitüde. Fünf Tage voller Genuss, Begegnungen und internationaler Kochkunst.

Als Gastgeber stehen neben Bodendorf bereits Jan-Philipp Berner vom „Söl’ring Hof“, der mit Frédéric Morel zeigt, wie französische Spitzenküche schmeckt, wenn sie zwischen den Aromen der Sylter Dünen zubereitet wird, sowie Max Westphal vom „Severin’s Resort &

Spa“ fest. Zwei Adressen, die schon für sich genommen eine Reise wert sind – und die erfahrungsgemäß genau wissen, wie man Kulinarik, Atmosphäre und Persönlichkeit zusammenbringt. Weitere Gastgeber und Programmpunkte werden folgen. Auf dem Programm stehen hochkarätige Events wie exklusive Champagner-Abende, kreative Six-Hands-Dinner, außergewöhnliche Gourmet-Formate, kulinarische Ausflüge in die Sylter Natur

und internationale Gastköche, die Sylt mit neuen Aromen und Perspektiven bereichern werden. Den glanzvollen Höhepunkt bildet erneut die legendäre Küchenparty im Landhaus Stricker – ein Abend, an dem Spitzenköche, Gäste und Genuss auf unvergleichliche Weise zusammenkommen. Der Termin steht – die Vorfreude auch.

Weitere Informationen folgen auf den Websites der einzelnen Häuser.



GASTGEBER 2025 VON LINKS NACH RECHTS JÖRG MÜLLER („HOTEL & RESTAURANT JÖRG MÜLLER“), JAN-PHILIPP BERNER („SÖL’RING HOF“), THOMAS SAMSON („DORFKRUG BAR & GRILL“), HOLGER BODENDORF („LANDHAUS STRICKER“) JAN NISSEN-HÜNDING („SAMOA SEEPFERDCHEN“) UND MAX WESTPHAL („SEVERIN’S RESORT & SPA“)



UNTER ANDEREM GASTGEBER NILS HENKEL („SEVERIN’S RESORT & SPA“), JAN-PHILIPP BERNER („SÖL’RING HOF“), HOLGER BODENDORF („LANDHAUS STRICKER“) UND JÖRG MÜLLER („HOTEL & RESTAURANT JÖRG MÜLLER“) AUF DER KÜCHENPARTY 2025



SEASIDE LUXURY ESCAPES

Wenn der Winter das Land in Grau hüllt, ist das die perfekte Gelegenheit für eine stilvolle Auszeit an den schönsten Küsten der Welt. Von exquisiten Gourmet-Erlebnissen unter Palmen bis hin zu revitalisierenden Wellness-Behandlungen mit Blick auf das azurblaue Meer – diese exklusiven Hideaways schaffen höchste Genussmomente, die saisonübergreifende Exklusivität vereinen.



EINE GLITZERnde OASE AM MEER

Barfuß im Sand, die salzige Brise auf der Haut und das leise Rauschen der Wellen als ständiger Begleiter: Das Avani+ Barons Seychelles ist eine stilvolle Oase an der Westküste von Mahé, wo moderner Beach Chic auf entspannte Inselromantik trifft. Eingebettet in palmengesäumte Gärten direkt am Meer, liegt das Resort nur 30 Minuten vom internationalen Flughafen entfernt – perfekt zwischen den weißen Stränden von Grand Anse und den grünen Buchten von Anse Boileau.

Die 192 Zimmer und Suiten sind zeitgemäße Rückzugsorte mit warmen Holzakzenten, großzügigen Badezimmern und privaten Balkonen oder Terrassen, von denen aus sich der Blick über den Ozean öffnet. Neu hinzugekommen ist eine exklusive Zimmerkategorie mit direktem Zugang zum erweiterten Lagunenpool des Resorts – ein besonderes Highlight für Gäste, die den Sprung ins erfrischende

Wasser direkt von der eigenen Terrasse aus schätzen. Innen und außen verschmelzen hier zu einem entspannten Wohngefühl, das Luxus neu definiert: unaufgeregt, elegant und ganz nah an der Natur.

Kulinarisch nimmt das Resort seine Gäste mit auf eine Reise rund um den Globus – mit festem Anker in der Kultur der Seychellen. Im Restaurant Pti-Bazar treffen kreolische, afrikanische, asiatische, indische und mediterrane Aromen aufeinander. Somewhere begeistert mit raffinierten Grillgerichten, während SEYUMAI handgerolltes Sushi serviert. An den Bars Zil und Lagon gibt es Snacks und Drinks am Pool, die Bar Barons setzt auf gesunde Küche und kreative Cocktails.

Ob „Chill oder Thrill“: Im AvaniSpa warten wohltuende Treatments in tropischer Gartenkulisse, während Aktive beim Wassersport, Yoga im Morgenlicht oder im top ausgestatteten Fitnesscenter auf ihre Kosten kommen. Wer möchte, entdeckt die Kultur des Archipels oder genießt ein-

fach den Sonnenuntergang vom eigenen Balkon. Ein Ort, der Freiheit, Genuss und stilvolle Leichtigkeit perfekt vereint.

www.avanihotels.com





ROYAL HIDEAWAY CORALES VILLAS

STILVOLL ANKOMMEN, ENTSPANNT GENIESSEN Barfuß über die Terrasse, ein Sprung in den privaten Pool, dahinter nur Ruhe, Sonne und das Gefühl, ganz bei sich zu sein. Wer stilvollen Rückzug auf Teneriffa sucht, findet im Royal Hideaway Corales Villas ein ganz besonderes Urlaubsrefugium. In Costa Adeje gelegen laden die großzügigen Unterkünfte mit bis zu drei Schlafzimmern dazu ein, den Alltag hinter sich zu lassen.

Ob elegante Swim-Up-Suiten oder exklusive Villa mit eigenem Pool – das neue Fünf-Sterne-Resort der Barceló Hotel

Group bietet individuelle Wohlfühlorte für höchste Ansprüche. Alle Einheiten sind modern, lichtdurchflutet und mit viel Liebe zum Detail gestaltet. Ideal für Paare, Freundesgruppen oder Familien, die Privatsphäre und erstklassigen Service schätzen. Auch kulinarisch punktet das neue Resort. Im Cráter Identidad Canaria führt Küchenchef Eduardo Domínguez durch die Aromen der acht kanarischen Inseln, während im Bonfire kreative Grillkunst auf offener Flamme zelebriert wird. Ergänzt wird das Angebot durch stylische Bars und Pool-Dining oder eine

Tapas-Session mit Privatkoch in der eigenen Villa. Im Spa warten individuelle Behandlungen, während es sportlich Aktive auf den nahegelegenen Golfplatz von Costa Adeje zieht – einer der schönsten der Insel.

Das Royal Hideaway Corales Villas ist ein Ort zum Durchatmen, Ankommen und Wohlfühlen – für alle, die das Besondere suchen. Ganz privat. Ganz entspannt.

www.barcelo.com/de-de/royal-hideaway-corales-villas/



AL BALEED RESORT SALALAH BY ANANTARA

ZWISCHEN WELLEN UND WEIHRUCH Dort, wo die Berge Dhofars im Süden des Omans auf das Arabische Meer treffen, liegt das Al Baleed Resort Salalah by Anantara. Das Fünf-Sterne-Resort empfängt seine Gäste mit Ruhe, Weite und orientalischem Zauber. Weiße Sandstrände, sanft wiegende Kokospalmen und der Duft von Weihrauch laden zum Innehalten ein. Die Architektur, inspiriert von historischen Küstenfestungen, ist eingebettet in Palmenhaine, Wasserläufe und üppige Gärten.

Kulinarisch spannt das Resort den Bogen von Orient bis Okzident: Im Sakalan beginnt der Tag mit arabischen Spezialitäten und endet mit internationalen Themenbuffets. Das Mekong entführt mit authentischer Küche aus Thailand, China

und Vietnam nach Südostasien, während das Strandrestaurant Al Mina mediterrane Leichtigkeit und fangfrischen Fisch serviert.

Ein besonderes Herzstück ist die Al Baleed Farm. Auf 4.000 Quadratmetern baut Farm Guru Adil Hussain Obst, Gemüse, Kräuter und Honig nachhaltig an. Gäste können sogar ihren eigenen Weihrauchbaum pflanzen – inklusive personalisiertem Schild und Urkunde.

Übernachtet wird idealerweise in einer der großzügigen Villen mit privatem Pool, Terrasse und omanisch inspiriertem Design. Ein persönlicher Villa Host sorgt für einen rundum maßgeschneiderten Aufenthalt.

www.anantara.com/en/al-baleed-salalah



PICAL RESORT VALAMAR COLLECTION

KROATIENS RESORT DER SUPERLATIVE Mit dem Pical Resort setzt Valamar ab März 2026 ein neues Ausrufezeichen an der Adria. In privilegierter Lage am Strandpark Parenzana, nur wenige Gehminuten von der UNESCO-geschützten Altstadt von Poreč entfernt, entsteht das neue Flaggschiff der Valamar Collection – ein Resort, das die Fünf-Sterne-Hotellerie in Istrien neu definiert. Anspruchsvolles Design, drei eigenständige Unterkunfts-konzepte, Kroatiens erstes ESPA Spa sowie ein außergewöhnlich breites Kulinarik- und Freizeitangebot vereinen sich hier zu einem Urlaubserlebnis auf internationalem Topniveau.

Ein besonderer Fokus liegt auf der Gastronomie. Mit Matteo Metullio und Davide De Pra bringen zwei der spannendsten Spitzenköche Europas das in Triest mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichnete Restaurant Harry's Piccolo nach Poreč. Ergänzt wird dieses Highlight durch das wohl umfassendste Dine-Around-Konzept Istriens: Gäste speisen flexibel in ins-

gesamt elf Valamar-Restaurants der Region, darunter das gefeierte JAZ by Ana Roš sowie das Miramare by Fratelli Cerea. Farm-to-Table-Konzepte, Wellnessküche und Detox-Menüs unterstreichen den kulinarischen Anspruch. Zehn Bars und Lounges – darunter die Pical Rooftop Bar by Laurent-Perrier, ein Strandclub sowie der stilvolle Purobeach Club mit Pool, elegantem Strandambiente und DJ-Sessions – machen das Resort auch gesellschaftlich zum Hotspot.

Das Ensemble umfasst 514 Zimmer und Suiten, verteilt auf drei Hotels. Während das Pical Hotel als elegantes Refugium für Erholungssuchende und Outdoor-Enthusiasten konzipiert ist, steht im Pical Family Hotel luxuriöser All-Inclusive-Urlaub für Familien im Mittelpunkt. Die Pical Suites mit ihren V-Level-Suiten und privaten Strandhäusern bieten höchste Exklusivität inklusive Concierge-Service, eigener Pools, separater Strandbereiche und Zugang zum Parenzana-Restaurant. Historisch verwurzelt ist das Resort im Erbe der Parenzana-Bahnlinie, die einst Kroatien, Slowenien und Italien verband. Diese Verbindung spiegelt sich kulinarisch wie auch aktiv wider: Der 123 Kilometer lange Parenzana Trail beginnt direkt vor der Tür, ergänzt durch ein hochmodernes Bike Center, vielfältige Sportangebote so-



wie das größte und modernste Veranstaltungszentrum Istriens. Tiefe Entspannung finden Gäste im 1.300 Quadratmeter großen ESPA Spa – einem Ort, an dem Wellness, Design und Luxus zu einer neuen Dimension des Reisens verschmelzen.

www.valamar.com



ONLYTHEBESTINSIDETHECIRCLE

In unserer Kolumne spricht Christiane Wolff dieses Mal mit Annette Kluger, Head of Marketing bei Eschenbach Optik GmbH, und Olga Löffler, Digital Creator und neues Gesicht der Marke.

Ein Nachmittag in München, goldenes Licht im Studio, Lachen zwischen Puderpinsel und Kamera. Annette Kluger und Olga Löffler sprechen über Haltung, Sichtbarkeit und die Kraft, mit Stil die eigene Stärke zu zeigen. Beide teilen ein Verständnis von Weiblichkeit, das echt, selbstbewusst und nahbar ist – und das der Marke BRENDEL eine besondere Strahlkraft verleiht.

BRILLEN SIND NICHT NUR ACCESSOIRE, SONDERN OFT DAS ERSTE, WAS MAN AN EINEM MENSCHEN WAHRNIMMT. WIE SEHR KÖNNEN EYEWEAR UND MODE FRAUEN DABEI HELFEN, SICH SELBSTBEWUSSTER UND VIELLEICHT AUCH EIN STÜCK MUTIGER IM ALLTAG ZU ZEIGEN?

Annette: Eyewear ist das sichtbarste Fashionpiece überhaupt – niemand übersieht es. Für viele Frauen ist eine Brille deshalb kein Accessoire, sondern ein Statement. Ich finde, eine Brille ist wie ein kleiner Power-Button. Sobald ich sie aufsetze, fühle ich mich stärker, klarer, ein bisschen mutiger. Unsere Designs sollen Frauen dabei unterstützen, sich selbstbewusst in Szene zu setzen.

Olga: Eine Brille kann Mut machen – im Job oder privat klarer aufzutreten. Gerade als Mama und Unternehmerin kenne ich Situationen, in denen man sich schnell selbst zurücknimmt. Aber eine Brille kann genau das Gegenteil bewirken und sagt: „Ich bin hier und ich meine es ernst.“

WIE DEFINIERT IHR IN EINER ZEIT, IN DER VIELE MARKEN ÜBER FEMALE EMPOWERMENT SPRECHEN, ECHTEN EMPOWERMENT – JENSEITS VON MARKETINGBOTSCHAFTEN?

Annette: Echtes Empowerment beginnt da, wo Frauen wirklich mitgestalten – auf allen Ebenen. Bei BRENDEL eyewear sitzen Frauen an den entscheidenden Stellen: im Design, im Marketing und im Produktmanagement. Wir reden nicht über Empowerment – wir leben es. Für uns heißt das: Frauen stärken Frauen – durch Haltung, Leidenschaft und Stil.

WELCHE FRAU HAT EUCH ZULETZT INSPIRIERT – UND WARUM?

Annette: Mich hat Maria Grazia Chiuri sehr beeindruckt. Sie steht für klare Haltung und zeigt, dass Mode weit mehr ist als Ästhetik. Ihre Arbeit bei Dior hat



OLGA LÖFFLER UND ANNETTE KLUGER

bewiesen, dass Kreativität und Mut gesellschaftliche Themen sichtbar machen können. Diese Verbindung aus Stil, Substanz und weiblicher Perspektive inspiriert mich, meine Marke mit derselben Überzeugung weiterzuentwickeln.

WIE WICHTIG IST ES EUCH, DASS FRAUEN DURCH EURE DESIGNS NICHT NUR Gesehen, SONDERN AUCH GEHÖRT WERDEN?

Olga: Uns ist wichtig, dass Frauen mit unseren Designs nicht nur sichtbar, sondern spürbar werden – in ihrer Haltung, ihrer Präsenz, ihrer Stimme. Eine Brille ist kein Accessoire, sondern Ausdruck von Selbstbewusstsein. Wenn sie einer Frau hilft, klarer aufzutreten, dann haben wir genau das erreicht, was wir wollen.

ANNETTE, DU SAGST „ERFOLGREICH STATT PERFEKT“. WAS BEDEUTET DAS FÜR DICH?

Annette: Das ist mein Mantra. Keine Frau braucht morgens eine To-do-Liste für ihr Outfit. Eine Brille von BRENDEL eyewear macht dich sofort bereit – fürs Meeting, fürs Leben, für dich selbst. Es geht nicht

um Perfektion, sondern um das Gefühl: Ich trete mit Stil und Stärke auf.

OLGA, DU BIST DAS GESICHT DER NEUEN KAMPAGNE „SHARE YOUR LIGHT“. WAS BEDEUTET DAS FÜR DICH PERSÖNLICH?

Olga: „Share Your Light“ heißt für mich, mein Strahlen bewusst zu zeigen – durch meine Looks, meine Gedanken, meine Alltagsmomente. Ich will zeigen, dass Stärke und Authentizität zusammengehören. Wenn ich mein Strahlen teile, ermutige ich andere Frauen, dasselbe zu tun.

ANNETTE, DU SPRICHST OFT ÜBER DIE KRAFT VON KREATIVITÄT. WO BEGEGNET DIR INSPIRATION?

Annette: Eigentlich überall. Beim Coffee-to-go, im Café in München, auf den Straßen von Paris oder Mailand. Auch Instagram inspiriert mich – dort treffen High Fashion und Alltag direkt aufeinander. Zweimal im Jahr machen wir einen Trend-Deep Dive mit dem internationalen Trendforscher Niels Holger Wien. Er bringt

Impulse aus aller Welt mit, die wir in unsere Kollektionen übersetzen. Dieser Mix aus Streetstyle, digitaler Kultur und globalem Input ist unser Ideen-Booster.

WIE WÜRDET IHR DEN STIL VON BRENDEL BESCHREIBEN – MEHR CATWALK ODER MEHR ALLTAG?

Annette: Beides. Die DNA von BRENDEL eyewear ist Smart Glam – Fashion, die Haltung hat, und trotzdem entspannt bleibt. Unser Motto: Catwalk-Vibes für den Supermarkt, das Büro oder das Dinner-Date – alles mit einer Brille.

Olga: Genau. Ich will nicht zwei Versionen von mir haben – die für das Fashion-Event und die für die Kita. BRENDEL vereint beides: Ich fühle mich stylish, aber bleibe ganz ich selbst.

UND WENN IHR FÜNF JAHRE NACH VORNBLICKT – WO SEHT IHR BRENDEL EYEWEAR?

Annette: Ich wünsche mir, dass BRENDEL eyewear mehr als ein Style ist, ein Statement mit Herz. Eine Marke, die Frauen stark macht. Von Frauen für Frauen – mit

Stil, Haltung und einem klaren Blick auf die Zukunft.

IN EINER WELT, IN DER SOCIAL MEDIA STÄNDIG NEUE SCHÖNHEITSIDEALE VORGIBT: WIE GELINGT ES EUCH, DESIGNS ZU ENTWICKELN, DIE NICHT EINEM TREND HINTERHERLAUFEN, SONDERN FRAUEN IN IHRER INDIVIDUELLEN IDENTITÄT STÄRKEN – UNABHÄNGIG DAVON, WELCHE ÄSTHETISCHEN ERWARTUNGEN GERADE IM DIGITALEN RAUM KURSIEREN?

Annette: Wir lassen uns nicht von kurzle-

bigen Schönheitsidealen leiten, sondern von echten Frauen und ihren Geschichten. Unsere Designs entstehen aus Beobachtung, Intuition und Haltung – nicht aus Algorithmen oder Likes. Frauen sollen nicht in ein Raster gepresst werden, sondern sie darin bestärken, ihren eigenen Ausdruck zu finden. Schönheit hat für uns nichts mit Perfektion zu tun, sondern mit Persönlichkeit – und genau die darf bei uns sichtbar werden.



© Mira Wintermayr

ÜBER CHRISTIANE WOLFF

Was passiert, wenn kommunikative Exzellenz auf strategische Klarheit trifft? Christiane Wolff gibt C-Level-Führungskräften die entscheidenden Impulse, um in komplexen Zeiten klar, wirksam und relevant aufzutreten – nach innen wie außen. Sie zeigt, wie Kommunikation nicht zur Kür, sondern zum strategischen Führungsinstrument wird. Mit fundierter Top-Management-Erfahrung und einem eigenen Start-up-Weg kennt sie die Herausforderungen der Sichtbarkeit an der Spitze. Heute begleitet sie Entscheider, die nicht einfach nur „dabei sein“, sondern den Unterschied machen wollen – durch eine Positionierung, die Orientierung gibt, Vertrauen schafft und Zukunft gestaltet. Geboren an der Elfenbeinküste und aufgewachsen in Offenbach, hat sie früh gelernt, wie bereichernd Perspektivwechsel sein können. Neugier, Klarheit und ein feines Gespür für Menschen prägen ihre Arbeit bis heute. Was sie antreibt: Die Überzeugung, dass echte Führung Haltung braucht – und den Mut, sie sichtbar zu machen.



ANNETTE KLUGER

ÜBER BRENDEL EYEWEAR

Die Marke steht für „Mode fürs Gesicht – gemacht von Frauen für Frauen“. Diese weibliche Perspektive prägt den gesamten Brandbuilding-Prozess. Bei BRENDEL sitzen Frauen an allen entscheidenden Stellen – vom Design über Marketing bis zur Produktentwicklung. Und: Die Marke hat Geschichte. Seit über 120 Jahren entstehen hier Brillen, die mehr können, als nur hübsch zu sein. Aktuelle Strömungen aus der internationalen Fashionwelt werden in tragbare, selbstbewusste Designs übersetzt – immer mit dem Ziel, Frauen zu stärken. Das aktuelle Kampagnenmotto lautet „Share Your Light“ – und genau das steht für den Spirit von BRENDEL eyewear: Frauen inspirieren, ihre innere Stärke sichtbar zu machen.

WERT(E)VOLLEGESPRÄCHE

Wertvolle Gespräche zeichnen sich durch Tiefe und Nachhaltigkeit aus. Sie entstehen, wenn Menschen Gedanken und Gefühle ehrlich teilen. Sven Korndörffer spricht in dieser Ausgabe mit Diana Rauhut, Diplom-Volkswirtin, die als Vorständin, Aufsichtsrätin und Beirätin in der Energiebranche vielfältige Digitalisierungs-, Innovations- und Effizienzsteigerungsprogramme erfolgreich verantwortet hat. Zuletzt war Diana Rauhut sieben Jahre Vorständin beim Energieversorger Mainova AG – verantwortlich für Privat- und Gewerbekunden, Energiedienstleistungen, IT und Digitalisierung. Rauhut richtete alle Bereiche neu aus, etablierte ein neues Führungsteam, entwickelte innovative Geschäftsmodelle und steigerte mehrfach die Ergebnisziele.

II FRAU RAUHUT, WELCHE WERTE PRÄGEN SIE ALS MENSCH UND MANAGERIN UND LEITEN SIE DURCH IHR LEBEN?

Vertrauen, Leistung, Begeisterung und Resilienz sind meine zentrale Wertebasis, die mich leitet: Vertrauen ist für mich essenziell, denn nur mit Vertrauen können belastbare menschliche Beziehungen und erfolgreiches Zusammenwirken von Menschen entstehen. Im Alltag bedeutet das, Offenheit, Klarheit und Verlässlichkeit zu leben. Schon in meinem Elternhaus waren Ehrlichkeit und ein offener Austausch Grundpfeiler des Zusammenlebens. Daran halte ich mich bis heute. Gerade als Führungskraft ist es mir wichtig, ein Umfeld zu schaffen, in dem Menschen sich trauen, klar und offen ihre Meinung zu sagen, Verantwortung zu übernehmen und auch Fehler einzugestehen. Nur so können echte Partnerschaften auf Augenhöhe und gemeinsamer Erfolg entstehen.

Als ehemalige Leichtathletin habe ich zur Leistung und zum Wettbewerb einen sehr positiven und im wahrsten Sinne des Wortes „sportlichen Zugang“. Ich mag

Wettbewerb und ich mag Leistung. Als Leistungssportler muss man sich immer wieder neu übertreffen. Dazu gehören Professionalität und ein hoher Qualitätsanspruch. Im Sport wie im Unternehmen. Insofern setze ich mir und meinem Umfeld ambitionierte Ziele, gehe Themen strukturiert an und bleibe konsequent in der Umsetzung. Leistung ist für mich eng verbunden mit wirtschaftlichem Erfolg und strategischer Weiterentwicklung von Menschen und Unternehmen. Ich sehe mich ein Stück weit als Trainerin des Teams: Wenn wir dann die Medaille oder den Pokal gemeinsam geholt haben, um im sportlichen Bild zu bleiben, ist die Freude im Team einfach unbezahlbar und gleichzeitig die beste Motivation für die nächste Herausforderung. Und genau diese Begeisterung für den Erfolg ist mein innerer Antrieb. Ich arbeite gern mit Menschen, gehe neue Themen mit Neugier und Energie an. Aus meiner Sicht entsteht Erfolg, wenn es Führungskräften gelingt, die eigene Begeisterung auf



andere zu übertragen. Resilienz schließlich ist der Wert, der mich in Zeiten von Unsicherheit und Veränderung trägt. Flexibel bleiben, Optionen sehen und schaffen und dabei immer positiv nach vorne denken – das ist eine Grundkonstante in meinem Leben. In schwierigen Situationen bleibe ich ruhig, suche den Dialog und wäge die beste Lösung ab. Diese innere

WELCHEN EINFLUSS HABEN WERTE BZW. DIE KULTUR EINES UNTERNEHMENS AUF DEN ERFOLG VON UNTERNEHMEN?

Einen ganz zentralen Einfluss! Denn Werte und Unternehmenskultur haben aus meiner Sicht eine direkte Wirkung auf den ökonomischen Unternehmenserfolg. Werte und die daraus resultierende Kultur bestimmen, wie Entscheidungen getroffen, Konflikte gelöst und Veränderungen

Stabilität ermöglicht es mir, auch unter Druck handlungsfähig zu bleiben und meinem Umfeld auch in herausfordernden Situationen Sicherheit zu geben. Oder um es mit Olympiamedaillengewinner Edgar Itt zu sagen: „Die Hürde war für mich kein Hindernis, sondern sie ist ein Teil des Weges zum Ziel.“ Wenn man das verinnerlicht, dann setzt das viel Kraft frei.

gestaltet werden. Eine klare, gelebte Wertebasis schafft Orientierung, Vertrauen und Verlässlichkeit – nach innen wie nach außen. Wenn Mitarbeitende spüren, dass Werte nicht nur theoretisch formuliert, sondern im Alltag faktisch vorgelebt werden, steigen Identifikation, Motivation und Verantwortungsbereitschaft. Das wirkt sich auf Produktivität, Qualität und Innovationskraft aus. Gleichzeitig stärkt

eine konsistente Kultur die Attraktivität als Arbeitgeber und die langfristige Bindung von Talenten. Gerade in Phasen von Transformation und Krisen zeigt sich der wahre Wert von Kultur: Denn wie Führungskräfte als Vorbilder agieren, wie sie Teams leiten und wie Menschen in einem System miteinander umgehen, das entscheidet am Ende darüber, ob Veränderungen als Bedrohung oder als Chance



erlebt werden. Eine starke, werteorientierte Kultur ermöglicht es Organisationen, auch unter Unsicherheit handlungsfähig zu bleiben, schnell zu lernen und sich nachhaltig im Markt zu behaupten. Das ist übrigens meines Erachtens der Grund, weshalb der Mittelstand – und hier ganz besonders die Familienunternehmen – so beständig erfolgreich ist. Dort sind Unternehmenskultur und Mitarbeiterbindung von großer Bedeutung. Nicht zuletzt deshalb schaffen es diese Unternehmen, trotz der teilweise schwierigen Wettbewerbsbedingungen in Deutschland über Generationen hinweg profitabel zu bleiben.

DIE WIRTSCHAFT IN DEUTSCHLAND KOMMT NICHT GENUG IN SCHWUNG – IN DER FOLGE

DISKUTIEREN WIR IN DEUTSCHLAND ÜBER ÜBERGEORDNETE WERTE WIE DEN SOZIALSTAAT UND DARÜBER, OB UND IN WELCHER FORM WIR UNS DIESEN IN ZUKUNFT LEISTEN KÖNNEN. WIE BLICKEN SIE AUF DIESE HERAUSFORDERUNG?

Wir brauchen wieder ein solides Fundament, das volkswirtschaftlich nachhaltig trägt und so unseren Wohlstand für die nächsten Generationen sichern kann. Wir haben jahrzehntelang von der Substanz und über die Verhältnisse gelebt. Aktuell haben wir noch eine starke Industrie in Deutschland – allerdings mit deutlicher Abwanderungstendenz. Faktisch finanzieren viele deutsche Konzerne und Mittelständler die deutschen, im Wettbewerbsvergleich teuren Standorte über ausländische Niederlassungen, die weitaus günstiger sind. Diese Rechnung ist endlich. Insofern müssen wir wieder dahin kommen, aus uns selbst heraus profitabel zu sein. Und insbesondere wieder stärker auf unseren Qualitätsvorteil „Made in Germany“ zu setzen.

IN POLITIK, WIRTSCHAFT UND GESELLSCHAFT WIRD DIE ABHÄNGIGKEIT DER WIRTSCHAFT VOM AUSLAND BEMÄNGELT. SEHEN SIE UNSERE WERTE IN DEUTSCHLAND, ALSO UNSERE FREIHEITLICH-DEMOKRATISCHE GRUNDORDNUNG, HIER IN GEFAHR?

Ich sehe akuten Handlungsbedarf, ja. Wir brauchen eine europäische Verteidigungsstrategie und eine gesicherte Energieinfrastruktur genauso dringend wie eine IT- und KI-Souveränität. Andere große Nationen haben das schon seit langem verstanden und sind uns als Global Player deutlich voraus. Das gilt genauso für unsere Lieferketten: Das sollten wir alle spätestens seit Corona verstanden haben: Es ist ein wirtschaftliches und sicherheitspolitisches Risiko, dass

wir einen Großteil von Antibiotika oder anderen wichtigen Medikamenten aus dem Ausland importieren oder kritische Infrastruktur wie Häfen nicht in unserer eigenen, nationalen Verantwortung sind. Im Rahmen eines weiteren Beiratsmandats, das ich gerade angetreten habe, geht es etwa um die Produktion von Komponenten für Energieversorger, Industrie und Bahnverkehr. Von solchen Unternehmen, den klassischen „Hidden Champions“, die für ein exzellentes Qualitätsprodukt „Made in Germany“ stehen und die unsere nationale und europäische Unabhängigkeit stärken, brauchen wir viel mehr. Tragisch ist, dass wir diese zukunftsrelevanten Industrien alle schon einmal bei uns hatten: Solarindustrie, Chiphersteller, Produktionsroboter, um nur ein paar zu nennen. Wir müssen diese Branchen wiederbeleben und gezielt fördern, um neue Arbeitsplätze in zukunftsorientierten Bereichen zu schaffen und unsere Wirtschaftsmacht und unsere Demokratie zu stärken. Denn nur als starke Volkswirtschaft in einem geeinten Europa werden wir als Partner in der Welt ernst genommen. Insofern gilt aus meiner Sicht: „Europa ist das neue global“. Wir müssen uns europäisch vernetzen, um unsere Unabhängigkeit und unser gemeinsames Werteverständnis in Zukunft bewahren zu können.

DIE KI ÜBERNIMMT IMMER MEHR AUFGABEN IN UNTERNEHMEN UND LÖST KONTROVERSE DISKUSSIONEN AUS: VIELE MENSCHEN MACHEN SICH SORGEN. WIE BLICKEN SIE ALS AUSGEWIESENE DIGITAL-EXPERTIN HIERAUF? Vorweg: Die KI ist da und sie wird nicht mehr verschwinden – in fünf Jahren wird unsere Welt noch viel durchgängiger von KI und Robotics geprägt sein, als sie das heute schon ist. Insofern geht es um die

Frage, wie wir mit der KI umgehen, und vor allem darum, wie wir die KI wertebasiert nutzen können. Hier haben wir zwei Herausforderungen: Zum einen werden unsere Kinder in den Schulen nicht dahingehend ausgebildet, KI intelligent, reflektiert und wertorientiert zu nutzen. Mit anderen Worten: Uns fehlt die digitale Bildungskompetenz. Wir müssen

DENN NUR ALS STARKE VOLKSWIRTSCHAFT IN EINEM GEEINTEN EUROPA WERDEN WIR ALS PARTNER IN DER WELT ERNST GENOMMEN.

KI sinnhaft-differenziert einordnen. Viel zu oft wird KI gerade im Bildungswe- sen als allgemein „böse“ dargestellt – das macht aber keinen Sinn. Es ist vielmehr entscheidend, die Vorteile der KI zu kennen – vor allem aber, die Jugend auszubilden, die KI zu unserem gesamtgesellschaftlichen Vorteil gemäß unseres verbindenden Werteverständnisses zu nutzen. Wir haben angesichts des demographischen Wandels und des bestehenden Fachkräftemangels übrigens ohnehin keine andere Chance.

Zum anderen haben wir aus europäischer Sicht angesichts der aktuellen geopolitischen Lage ein massives Problem: Es gibt zehn Konzerne, die in der KI führend sind: sieben davon kommen aus China, drei aus den USA. Keiner aus Europa. Wir brauchen aber dringend KI- und IT-Firmen originär hier aus Europa, damit wir KI gemäß unserer geopolitischen Sicherheitsbedürfnisse und unseres europäischen Wertegerüsts einsetzen können und nicht weiter abhängig sind von anderen Nationen, die einen teilweise anderen kulturellen Kompass und eigene geopolitische Interessen haben. Die Frage ist ja: „Wem vertrauen wir was an?“ Und der Kern, der uns ausmacht – unsere Werte – muss auch der Kern unserer KI-Tools sein. Mei-

nes Erachtens müssen wir uns in Europa darauf besinnen, in den sicherheitsrelevanten Bereichen von IT und KI viel enger zusammenzuarbeiten – ebenso wie in der Rüstung. Wir brauchen ein Europa der Willigen, um die Wirtschaft übergreifend in Europa wieder anzukurbeln und unabhängiger in kritischen und sicherheitsrelevanten Branchen wie IT,

Pharma, Rüstung und Infrastruktur zu werden. Dazu müssen wir pragmatischer zusammenarbeiten. Wir

müssen die EU meines Erachtens behutsam, aber zielorientiert transformieren, um als europäische Wirtschaftsallianz an Bedeutung gewinnen zu können.

WIE SOLL DAS KONKRET GEHEN, DASS EUROPA ALS WIRTSCHAFTSMACHT WIEDER MEHR BEDEUTUNG GEWINNT?

Wir müssen verstehen, dass wir mit nationalem Denken international nicht wettbewerbsfähig sind. Konkret bedeutet das, dass wir es uns dauerhaft nicht leisten können, in jedem Einzelfall Vorteile für jede einzelne Nation erzielen zu wollen. Vielmehr muss das europäische Optimum das Ziel sein. Wenn man einmal ohne diplomatische und regulatorische Limitationen draufblickt, würde ich ein wenig zugespitzt in Anlehnung an einen unternehmerischen Transformationsprozess sagen: Wir brauchen einen organisierten Prozess mit klarer Zeit- und Zielvorgabe: Jedes EU-Land schickt kompetente Vertreter mit Prokura und es gibt eine gemeinsame sechsmonatige Arbeitsstrecke als eine Art „Dauerklausur“ nur mit Unterbrechungen für Rücksprachen mit den jeweiligen Regierungen und am Ende steht dann ein Ergebnis. Quasi ein Bootcamp für Europa.



ÜBER SVEN KORNDÖRFFER

Sven Korndörffer ist Bestseller-Autor des Buches „Die Wertschätzungskette: Warum wir uns Chefs ohne Empathie nicht leisten können“ und seit 20 Jahren Vorsitzender des Vorstands der Wertekommission – Initiative Werte Bewusste Führung – in Deutschland. Er blickt zudem auf fast drei Jahrzehnte in der Bankenbranche zurück. Zuletzt war er Bereichsvorstand bei der im DAX notierten Commerzbank AG. In seinen vorherigen beruflichen Stationen verantwortete er u.a. als Group Managing Director die Konzernkommunikation der Aareal Bank Group und war Leiter des Vorstandsstabs der Norddeutschen Landesbank. Sven Korndörffer studierte an der Rheinischen Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn und erwarb dort 1994 sein Diplom in Volkswirtschaftslehre.



MUNICHDESIGNDAYS

Wenn Design, Textil und Interior in einen inspirierenden Dialog treten: Vom 12. bis 15. März 2026 gehen die Munich Design Days in ihre zweite Edition – erneut im Schulterschluss mit dem Münchner Stoff Frühling.

Schon jetzt steht fest: Die Resonanz ist überwältigend. Zahlreiche Premium-Marken haben ihre Teilnahme bestätigt, das Format hat sich im Vergleich zur Premiere im März 2025 nahezu verdoppelt. Erwartet werden deutlich über 100 nationale und internationale Marken aus dem Interior- und Textilbereich, die auf der Praterinsel, in den Praterinsel Ateliers sowie an kuratierten Standorten in der Innenstadt präsentieren.

Die enge Verzahnung des Münchner Stoff Frühling mit den Munich Design Days macht die Kombination beider Formate erneut zu einem der wichtigsten Design-Highlights des Jahres. Ergänzt wird das Erlebnis durch ein anspruchsvolles Rahmenprogramm: Design Talks im Lenbachpalais, ein Talent-Programm an der Schnittstelle von Textil und Möbeldesign sowie neue Impulse durch KI-Formate, Lesungen und Gespräche.

„Das Besondere an unserem Format ist die persönliche, fast familiäre Atmosphäre. Als bewusst kleines und fokussiertes Format treten wir unaufgeregt auf und schaffen Raum für echte Begegnungen. Die Fachbesucher erwartet ein abwechs-

lungsreicher Mix inspirierender Locations, die mit Shuttlebussen verbunden sind – und das alles im wunderschönen München, konzentriert auf einen überschaubaren innerstädtischen Bereich“, sagt Klaus Winkler, Geschäftsführer der Munich Design Days GmbH. Dass nahezu alle Aussteller der ersten Edition zurückkehren, unterstreicht den Erfolg dieses besonderen Formats.

www.munichdesigndays.de
www.stoff-fruehling.de



RUNFORYOUROWNENDEAVOURS

Der kalifornische Fotograf Jeff Dunas, bekannt für seine eindrucksvollen Porträts und dokumentarischen Serien, präsentiert im Amerikahaus München eine umfassende Ausstellung seiner ikonischen Werkreihen „State of the Blues“ und „Only in America“. Anlässlich dessen gibt Dunas Only the Best ein exklusives Interview – ein Gespräch über Zeitgeist, kulturelle Identität und die Geschichten, die seine Kamera seit Jahrzehnten festhält.

IHRE SERIEN „STATE OF THE BLUES“ UND „ONLY IN AMERICA“ ZEIGEN SEHR UNTERSCHIEDLICHE FACETTEN DER AMERIKANISCHEN KULTUR. WAS VERBINDET DIESE PROJEKTE FÜR SIE AUF EINER TIEFEREN EBENE?

Ich bin in Los Angeles aufgewachsen, zog 1974 nach London, wo ich bis Ende 1976 lebte, und anschließend nach Paris, wo ich bis 1993 blieb. 1990 durchquerten meine spätere Frau Laura und ich die USA und fotografierten sie für eine 27-seitige Geschichte in Vanity Fair Italia. Während dieser Reise und der Arbeit an dieser Serie verspürte ich eine starke Inspiration, jenes Amerika zu fotografieren, an das ich mich erinnerte: Aus den Life- und Look-Magazinen, die meine Eltern abonniert hatten, aus den Fernsehserien und Filmen meiner Kindheit, aus den wenigen Reisen mit meinen Eltern und – am wichtigsten – aus unseren Familienfotoalben.

1993 entdeckte ich eine Anzeige für einen Airstream-Wohnwagen aus dem Jahr 1965, den wir kauften und für fotografische Expeditionen ausstatteten. Auf dieser zweiten Reise 1993 war ich mit meiner damaligen Freundin abseits der Hauptstraßen Amerikas unterwegs und fotografierte jede Stadt entlang des alten Oregon Trails (es war das 150-jährige Jubiläum des Oregon Trails). Ich hielt jedes Mal an, wenn etwas, das ich sah, eine Erinnerung aus meiner Kindheit hervor-

rief. Das Los Angeles meiner Kindheit war zu diesem Zeitpunkt teilweise vom Fortschritt überlagert, doch in den kleinen Städten, durch die ich reiste, war es noch erhalten. 1995 und 1998 unternahm ich zwei weitere Reisen von jeweils zwei bis drei Wochen, um diese Arbeit fortzusetzen.

Die Reise von 1993 wurde nahezu vollständig in Schwarzweiß fotografiert. Ich wollte diese Bilder meiner damals elfjährigen Tochter zeigen, um ihr zu vermitteln, wie Amerika für mich als Kind aussah – und zugleich ein Archiv für das nächste Jahrhundert schaffen, im Bewusstsein, dass diese Welt bald vollständig verschwinden würde.

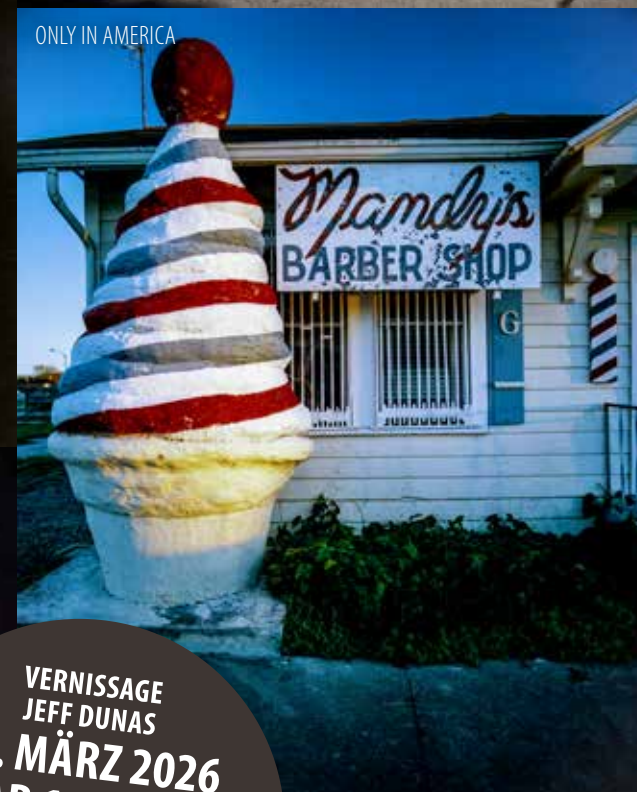
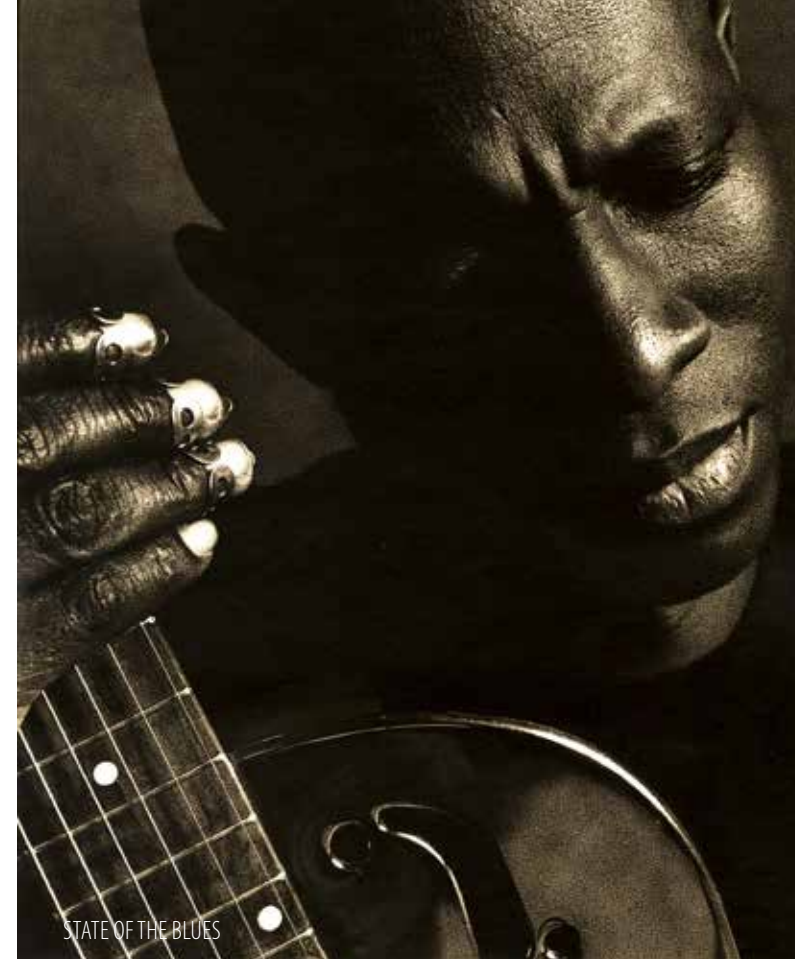
Den Winter 1993 verbrachte ich größtenteils in meiner Dunkelkammer und fertigte Abzüge für eine Ausstellung an, die 1994 in Brescia, Italien, gezeigt wurde. Als ich diese Arbeiten Kontakten bei Institutionen wie dem Getty Museum und dem Los Angeles County Museum of Art zeigte (und viele Schwarzweißabzüge verkaufte), wurde ich häufig gefragt, ob ich auf der Reise auch Farbfotografien gemacht hätte. Das hatte ich – allerdings nur sehr sparsam und nur dann, wenn das Motiv eindeutig von der Farbe selbst bestimmt war. Auf die Frage „Haben Sie auch Farbarbeiten?“ antwortete ich wie-

derholt, dass es einige gäbe, diese jedoch nicht aus denselben Beweggründen entstanden seien und es noch zu früh sei, sie zu drucken.

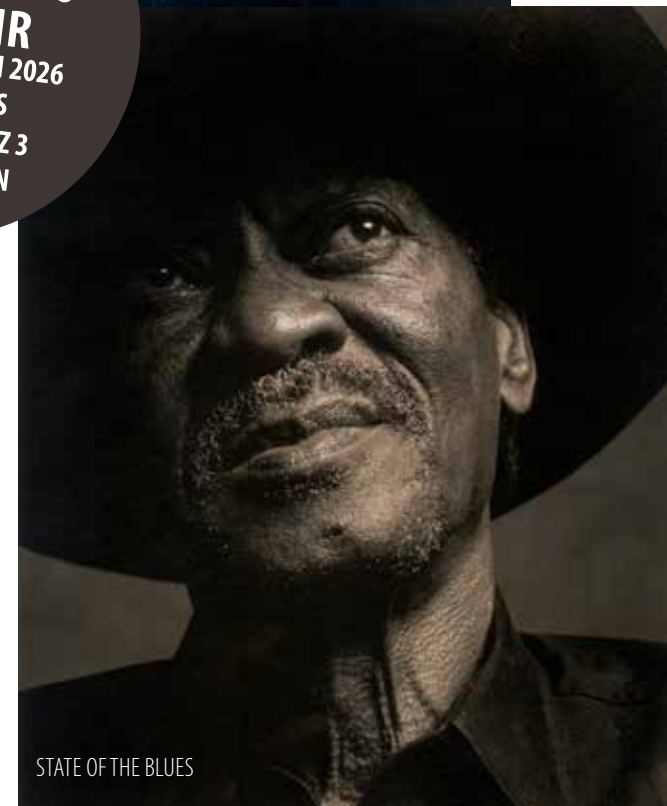
Die Rose Gallery in Santa Monica überzeugte mich schließlich, der Galeriedirektorin meine Farb-Kontaktbögen zu zeigen – etwas, das ich nur widerwillig tat und zuvor nie getan hatte. Doch Rose Shoshana, die Galeristin, war eine Person, der ich uneingeschränkt vertraute. Sie fragte, ob sie die Arbeiten einem Sammler zeigen dürfe, der sich auf amerikanische Farbfotografie konzentrierte. Zu meiner Überraschung verkaufte sie zehn oder elf großformatige Cibachrome-Abzüge, die später dem Getty Museum geschenkt wurden. Auch der Kurator des LACMA sah die Farbarbeiten und erwarb mehrere davon.

Ab 1994 bis 2024 unternahm ich zahlreiche weitere Reisen durch die USA und schuf Farbarbeiten, die schließlich in dem Buch mündeten, das ich derzeit zur Veröffentlichung vorbereite.

Um Ihre Frage zu beantworten: Zu Beginn hatte ich keine übergeordnete Idee, die Fotografien aus der Welt der Bluesmusik und die amerikanischen Bilder miteinander zu verbinden. Das entwickelte sich organisch. Es waren getrennte Projekte, für die ich leidenschaftlich brannte, und



VERNISSAGE
JEFF DUNAS
19. MÄRZ 2026
AB 18 UHR
FINISSAGE 20. JULI 2026
AMERIKAHAUS
KAROLINENPLATZ 3
80333 MÜNCHEN





STATE OF THE BLUES



BILLY BOB THORNTON



ONLY IN AMERICA



PHILIP SEYMOUR HOFFMAN

wie immer können meine Projekte fünf bis zwanzig Jahre oder länger dauern, bis sie abgeschlossen, veröffentlicht und ausgestellt werden. Ehrlich gesagt war es meine Frau, die als Erste erkannte, dass sie gemeinsam unterschiedliche Facetten der amerikanischen Kultur. Das Projekt „State of the Blues“ begann für mich mit dem Tod von Muddy Waters. Seit den frühen 1970er-Jahren bin ich ein Liebhaber amerikanischer Bluesmusik – und sogar schon früher, da viele meiner

Lieblingsmusiker jener Zeit sich intensiv mit der afroamerikanischen Bluestradition auseinandersetzten: die Rolling Stones, die Beatles, John Mayall, Eric Clapton und viele andere. In meinen frühen Jahren war mir nicht bewusst, dass diese Künstler nicht die ursprünglichen Schöpfer dieser Musik waren, sondern sie aus der afroamerikanischen Musikkultur einem weißen, jungen Publikum zugänglich machten. So stellte ich mir selbst die Aufgabe, die

damaligen Elder Statesmen des Blues zu finden und zu fotografieren – Musiker, die seit den späten 1920er-Jahren bis in die 1950er aktiv gewesen waren und nun alt wurden und bald weder musizieren noch leben würden. Wie ich Zugang zu ihnen bekam, ist eine längere Geschichte, doch in der Anfangsphase wurde ich von Nigel Shanley unterstützt, dem Direktor des House of Blues, als dieses gerade den Club in Los Angeles eröffnete – den dritten nach Boston und New Orleans. Ich zeigte ihm Beispiele meiner Porträtarbeiten berühmter Persönlichkeiten, und er erlaubte mir, mein mobiles Studio im Club aufzubauen und die auftretenden Künstler zu fotografieren. In den folgenden fünf Jahren richtete ich mein Studio bei Blues-Festivals und Revivals in den USA ein, fotografierte die Musiker dort und in ihren Häusern. Das Projekt wurde in drei Sprachen veröffentlicht, mit über 50.000 gedruckten Hardcover-Exemplaren, herausgegeben von der Aperture Foundati-

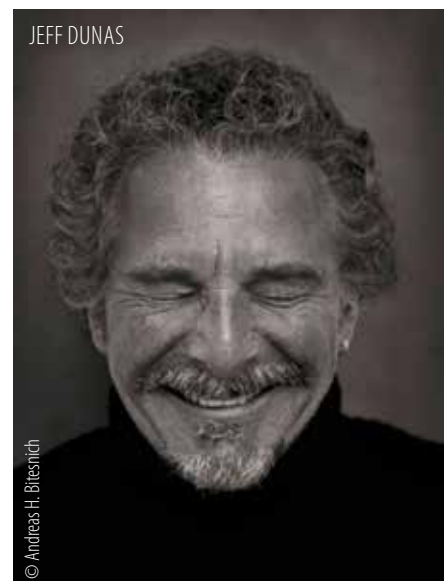
on in den USA und Ludwig Könemann in Köln. Eine kuratierte Ausstellung großformatiger, getonter Silbergelatineabzüge tourte anschließend durch 13 amerikanische Museen in 13 US-Bundesstaaten.

VIELE IHRER PORTRÄTS BESITZEN EINE BESONDERE INTIMITÄT UND NÄHE. WIE GELINGT ES IHNEN, DAS VERTRAUEN IHRER PORTRÄTIERTEN ZU GEWINNEN UND SO AUTHENTISCHE MOMENTE FESTZUHALTEN? Von den frühen 1990er-Jahren bis ins frühe 21. Jahrhundert bestand mein „Brotberuf“ darin, Prominente und Musikpersönlichkeiten für Magazine und Plattenfirmen zu fotografieren. Als ich 1993 aus Europa zurückkehrte, erkannte ich, dass das wichtigste Arbeitsfeld die Prominentenporträtfotografie sein würde. Also baute ich ein Studio auf und begann für viele amerikanische und europäische Magazine zu arbeiten.

Viele meiner talentierten Kollegen in Los Angeles waren tief in der Filmindustrie verwurzelt und kannten jede Rolle, jeden Film ihrer Protagonisten. Ich hingegen näherte mich der Arbeit aus der Perspektive eines Porträtkünstlers. Ich bin tief in der Geschichte der Fotografie verankert; die Filmindustrie spielte für mich eher eine periphere Rolle. Ich mochte Filme, investierte mich jedoch nicht in die Branche – und entwickelte dadurch einen anderen Zugang zur Arbeit. Mich interessierte vor allem das Phänomen des Ruhms. Ich wollte Menschen fotografieren, die in dem Goldfischglas Hollywoods und im Strudel der Berühmtheit lebten. Ich wollte sie von ihrem öffentlichen Image lösen und sie als interessante Persönlichkeiten auf meine Weise festhalten. Man kann sagen, dass ich mir selbst beigebracht habe, Porträts in sehr kurzer Zeit zu machen. Ich recherchiere

meine Motive nicht. Ich habe eine Vorstellung davon, wie ich sie fotografieren möchte, und sobald sie vor meiner Kamera stehen, habe ich nur wenige, aber intensive Momente, um so tief wie möglich vorzudringen – oft, ohne dass sie sich dessen wirklich bewusst sind. Ein Fotograf muss den Moment dominieren und sehr schnell erfassen, was er sucht. Verpasst er diesen Augenblick, fallen die Porträtierten rasch in ihre gewohnten Posen und Ausdrücke zurück – sie werden sich ihrer Wirkung bewusst und dessen, was sie preiszugeben bereit sind. In diesem Moment dient der Fotograf nur noch der Öffentlichkeitsarbeit für einen neuen Film oder ein Album.

WIE HAT IHR BLICK AUF AMERIKA IHRE FOTOGRAFISCHE ARBEIT GEPRÄGT, UND WELCHE PERSPEKTIVE MÖCHTEN SIE DEM EUROPÄISCHEN PUBLIKUM IN MÜNCHEN ERÖFFNEN? Ich reagiere instinktiv auf das, was ich durch die Linse sehe – auf die Emotionen oder die Erinnerungsebene, die meine Motive prägen, und darauf, wie ich sie fotografiere. Ich fotografiere sehr wenig vom Offensichtlichen. Ich versuche, das unmittelbar Wahrgenommene festzuhalten und betrachte die Bilder oft erst viel später im Kontext der gesamten Arbeit, um zu sehen, wie sie sich zu einer kohärenten Erzählung verweben lassen. Die Bildsequenzierung ist dabei von entscheidender Bedeutung. Fotografien, die sich in einer Ausstellung gegenüberstehen oder nebeneinander hängen, müssen sich visuell unterstützen und den Betrachter gezielt durch das Projekt führen, damit er möglichst viel von meinem gesamten Prozess aufnehmen kann. Da ich viele Jahre im Ausland gelebt habe, bin ich mir bewusst, wie Europäer Amerika sehen und erleben – unkonventionell



und individualistisch. Wir kümmern uns nicht darum, was unsere Nachbarn denken oder sagen, sondern fühlen uns frei, uns so auszudrücken, wie wir möchten. Ich fühle mich zu Bildern hingezogen, die, oft mit einem Hauch von Humor und meiner Zuneigung zu ihnen, einfangen, was sie für mich visuell so interessant macht. Ich arbeite daran, Bilder zu schaffen, die anderswo nicht hätten entstehen können. Das ist mir bewusst, weil ich die europäische Kultur so gut verstanden habe, dass ich erkenne, wie einzigartig und visuell faszinierend diese Ansichten von Amerika für Menschen sein können, die nicht aus den USA stammen. Ich habe bewusst stets auf jegliche politische Bezüge verzichtet und mich stattdessen auf die Amerikaner und Amerika abseits der Großstädte (die mir alle gleich erscheinen) konzentriert, um zu zeigen, wer sie als Menschen sind, die einfach ihr Leben leben.

Die ausgestellten Fotografien sind über contact@mark-robinow.com erhältlich.

WOMÄNNERWIEDERZUHÖREN



In „Le Black Sofa“, dem Podcast-Format von Unternehmer und Markenstrategie Marc Sasserath geht es um Stil, Verantwortung und Unternehmertum. Mit Gästen aus der Mode-, Lifestyle- und Kunstszene entstehen ehrliche Gespräche im Supermarque Concept Store. Ungeskriptet und unverstellt. Wenn Sie in Berlin sind: Seien Sie live dabei!

Man erkennt gute Gespräche daran, dass niemand auf sein Handy schaut. Berlin-Kreuzberg, ein Novemberabend: Draußen nieselt es, drinnen sitzen rund hundert Menschen dicht an dicht, konzentriert, aufmerksam. Kein DJ, kein Produkt-Launch. Stattdessen ein schwarzes Ledersofa, ein Mikrofon und die Gastgeber Marc Sasserath und Christine Pluess, die lieber eine ehrliche Frage stellen als ein

Gespräche mit Unternehmern über Stil, Mode und Verantwortung.“

Der Ort dieser Gespräche ist Supermarque. Gegründet im November 2024 in Berlin-Kreuzberg, offiziell ein Concept Store für Männermode, inoffiziell ein sozialer Raum. Entstanden, weil klassische Antworten auf die Frage „Wie verkauft man heute Mode?“ nicht mehr funktionieren – und weil Männer selten einfach so in Läden kommen. Also musste ein Grund her: Gespräche, Abende, Begegnungen.

Das Sofa selbst trägt einen Teil der Geschichte. Ein geschenktes schwarzes LeCorbusier-Ledersofa aus dem letzten Jahrtausend. Persönliches Vintage. Genau deshalb funktioniert



Versprechen zu machen. Eine Stunde lang. In einer Zeit, in der Aufmerksamkeit zur knappsten Ressource geworden ist, ist das bemerkenswert. Die Gespräche sind live, roh, ungeschnitten und mild-provokativ.

Zu Gast waren unter anderem Yasin Müjdecı, Voo Store, David Kugler, Daluma, Philipp Bree und der Fotograf Olaf Heine. Das Format heißt: „Le Black Sofa –

es. Und es reist: Paris, Zürich, Mönchengladbach. Wenn ein Gespräch gut ist, kann es überall stattfinden.

Supermarque sagt offen, wofür es steht: „Fuck Fast Fashion.“ Nachhaltig kaufen. Weniger, besser. Kleine Familienunternehmen unterstützen, so lokal wie möglich. Dazu eigene Produkte, Kollaborationen, nahestehende Brands und ein kuratiertes Netzwerk aus Menschen und

Ideen. Le Black Sofa ist das Format, das all das zusammenhält. 2026 soll es nach New York und Dubai reisen – nicht als Expansion um jeden Preis, sondern als organisches Weitererzählen einer Idee: dass ein Laden wieder ein Ort sein kann.

An diesem Abend sitzt T-Michael auf dem Sofa. Designer, Schneider, Mitgründer von Norwegian Rain. Eine Erscheinung, die nicht inszeniert werden muss. Für Marc war es „Liebe auf den ersten Blick“.

T-Michael beginnt mit einem Blick ins Publikum. Wenn er in einem Raum mit Menschen aus allen Lebensbereichen sitzt, realisiert er, wie viele das eigene Tun berührt. „Daran denkst du nie, wenn du im Atelier sitzt.“ Der Ton des Abends ist klar: weniger Selbstdarstellung, mehr Verantwortung. Weniger Marke, mehr Mensch.

Seine Biografie ist nicht linear: geboren in Ghana, Jahre in London, seit Jahrzehnten in Norwegen. Dort wird aus einer Begegnung eine Idee: ein Regenmantel. Aus dem Gespräch entsteht Norwegian Rain. In Bergen, wo Regen Alltag ist, wird „kein schlechtes Wetter, nur schlechte Kleidung“ zur Designaufgabe.

Norwegian Rain soll ein Mantel sein, der auch am dritten Tag funktioniert – an dem, an dem es nicht mehr regnet.

Stil ohne Kompromisse. Internationaler Erfolg klingt nach Glück, sagt man. T-Michael widerspricht: Glück helfe, aber entscheidend sei Vorbereitung. Produkt, Qualität, Bilder, Website – alles müsse stimmen, bevor man sichtbar werde.

Warum Berlin, warum Supermarque? Das erste Gespräch habe sofort „Boom. Click.“ gemacht. Gleiche Haltung, gleiche Neugier. Und weil Arbeit hart genug ist, sollte man sie mit Menschen

machen, die man mag. „Ich liebe euch“, sagt T-Michael. Das Publikum lacht. Nachhaltigkeit bedeutet für ihn: wenig kaufen, bewusst tragen, lange behalten. Stil sei kostenlos. Verantwortung liege nicht nur bei Marken, sondern beim Menschen.

Die letzte Frage des Abends geht über Mode hinaus: Wie bekommt Nachhaltigkeit Wert, damit sie bleibt? Vielleicht ist das die Botschaft dieses Abends: Männer kommen nicht wegen Produkten. Sie bleiben wegen Bedeutung. Und manchmal reicht dafür ein schwarzes Sofa. **Norwegian Rain ist in Deutschland exklusiv bei Super-**



CHRISTINE UND MARC MIT T-MICHAEL



marque erhältlich. Alle Folgen von Le Black Sofa gibt es als Podcast auf Spotify. Aktuelle Infos finden Sie auf Instagram @supermarque.official und www.supermarque.com



ONLYTHEBESTKUNSTFORMHAUTECOUTURE

Haute Couture ist für Greg Alexander kein Geschäft, sondern eine Haltung. Zwischen Paris, Cannes und den großen internationalen Laufstegen bewegt er sich dort, wo Mode zur Kunst wird und Inszenierung zur Sprache der Visionäre. Im Gespräch mit Only the Best spricht Alexander über die Poesie der Couture, die Verantwortung von Kreativen, die Zukunft des Handwerks – und über seine unermüdliche Suche nach dem nächsten großen Namen, der die Geschichte der Haute Couture neu schreiben könnte.

Er ist DER Haute-Couture-Experte. Als Fotograf und Producer hat er langjährige Erfahrung in der Modewelt, er berät internationale Designer, sorgt weltweit für atemberaubende Auftritte auf den bekanntesten Red Carpets, stylt und berät Celebrities und lebt heute in der Haute-Couture-Metropole Paris. 2016 gründeten Greg Alexander und der künstlerische Leiter Sébastien Vienne MÉPHISTOPHÉLÈS, eine audiovisuelle und eventbezogene Produktionsgesellschaft sowie ein Mode-Pressbüro: Produktion von Modenschauen für die Pariser Haute-Couture-Fashion-Week und Pressearbeit für Couture-Designer, Fotoshootings für Editorials und Magazincover, Celebrity-Styling- und Musikproduktionen. Im Jahr 2025 sorgten sie für besondere Aufmerksamkeit, indem sie den Sohn von Heidi Klum, Henry Samuel, während der Haute-Couture-Fashion-Week in Paris über den Laufsteg schickten. Méphistophélès ist zudem jedes Jahr beim Festival de Cannes vertreten, mit



GREG ALEXANDER

einem Celebrity-Showroom sowie der Produktion von Foto- und Videoshootings zur Promotion der von ihnen betreuten Designer. Die beiden Partner eint eine Vision: den neuen Yves Saint Laurent zu entdecken. Aus diesem Grund widmen sie sich der Suche und Förderung neuer Couture-Talente mit dem Ziel, eine Designerin oder einen Designer bis zum Erhalt des Haute-Couture-Labels zu begleiten.

WAS HAT SIE DAZU MOTIVIERT, „MÉPHISTOPHÉLÈS“ ZU GRÜNDEN?

Faust war die erste Oper, die ich gemeinsam mit Sébastien Vienne, dem künstlerischen Leiter von Méphistophélès, gesehen habe. Als wir später nach einem Namen für das Unternehmen suchten, schlug er – halb im Scherz – vor, Méphistophélès zu gründen, den Teufel aus Faust, mit den Worten: „Denn der Teufel trägt nicht nur Prada!“ Die Idee hat mir sofort gefallen. Wir wollten mehr schaffen als eine reine Executive-Production-Firma. So entstand Méphistophélès in seiner heutigen Struktur: als Produktionsagentur, Pressebüro sowie Plattform für Styling und Musik.

WAS BEDEUTET HAUTE COUTURE FÜR SIE PERSÖNLICH?

Sie ist das Prestigeträchtigste, was Frankreich heute hervorbringt – gleich nach der Haute-Gastronomie. Haute Couture erhebt Kreation zum Kunstwerk. Sie ist das Äquivalent eines Meistergemäldes, eine poetische Erfahrung. Ohne kommerzielle oder moralische Kompromisse, mit einer einzigartigen Vision – der Essenz der Schönheit.

WELCHE DESIGNERIN ODER WELCHER DESIGNER HAT SIE IN DIESER SAISON BESONDERS INSPIRIERT?

Gaziza Shabdarbayeva, die Gründerin von INCLOVER. Ihre von Gaudí inspirierte Kollektion verkörpert den Kern der Couture: kulturellen Austausch und universelle Inspiration jenseits von Grenzen.

WELCHE MATERIALIEN UND TECHNIKEN PRÄGEN FRÜHJAHR/SOMMER 2026?

Das echte Handwerk steht im Mittelpunkt. Nachhaltigkeit, technologische Innovation, mutige Farben und neu ge-

dachte Silhouetten bestimmen die Saison. Visible Mending, expressive Stickerei und modernes Patchwork verbinden Tradition und Gegenwart.

WIE UNTERSCHIEDEN INTERNATIONALE KUNDEN HAUTE COUTURE UND PRÊT-À-PORTER?

Es sind zwei völlig unterschiedliche Welten. In der Haute Couture zählen Qualität, Exzellenz, Handwerk und Innovation. Sie setzt die Trends – Prêt-à-porter folgt ihnen.

WIE SEHEN SIE DIE ENTWICKLUNG DER HAUTE COUTURE IN DEN NÄCHSTEN FÜNF JAHREN?

Produktionsbedingungen stehen heute im Zentrum. Nachhaltigkeit, Upcycling, kurze Produktionswege und Made in France sind keine Trends, sondern die Zukunft der Couture.

WIE GEHEN SIE MIT EXKLUSIVITÄT UM?

Die Zukunft der Couture liegt im außergewöhnlichen Einzelstück – wie ein Meisterwerk, geschaffen, um bewundert zu werden. Kunst um der Kunst willen.

IHRE BOTSCHAFT AN DAS INTERNATIONALE PUBLIKUM?

Das Schöne wird über Gier und Machtstreben triumphieren. Es ist die Kunst, die die Menschheit retten wird.

IHR STOLZESTER MOMENT IN DER COUTURE?

Jedes Finale jeder Show jedes Designers, den ich produzieren durfte.

www.mephistopheles.fr



GLOBALEPERSPEKTIVEN NEUEIMPULSE

Mit ihrer Ausgabe 2026 unterstreicht die Art Basel Hong Kong einmal mehr ihre Rolle als bedeutendste Plattform für zeitgenössische Kunst im asiatisch-pazifischen Raum. Vom 27. bis 29. März 2026 versammelt die Messe im Hong Kong Convention and Exhibition Centre 240 führende Galerien aus 41 Ländern und Territorien – ein klares Bekenntnis zu internationalem Austausch und regionaler Verankerung zugleich.

Mehr als die Hälfte der teilnehmenden Galerien betreibt Räume in der Asia-Pacific-Region, darunter 29 mit Sitz in Hongkong selbst. Diese starke lokale Präsenz unterstreicht die Position der Stadt als globales Drehkreuz für Kunst und Kultur. Gleichzeitig sorgen 32 erstmals teilnehmende Galerien aus Ländern wie Australien, Japan, Südkorea, China, der Türkei, Frankreich, Georgien, Deutschland, den Niederlanden, Spanien und den USA für frische Impulse und neue Perspektiven.

NEUE FORMATE UND KURATORISCHE IMPULSE
Eine zentrale Neuerung der Ausgabe 2026 ist der Sektor Echoes, der erstmals vorgestellt wird. In konzentrierten Präsentationen von bis zu drei Künstlerinnen und Künstlern pro Stand rückt er Werke aus den vergangenen fünf Jahren in den Fokus – und damit aktuelle künstlerische Positionen, die den Puls der Gegenwart spürbar machen.

Auch der Sektor Encounters, der großformatigen Installationen, Skulpturen und Performances gewidmet ist, erhält eine neue kuratorische Handschrift. Erstmals

wird er von einem vierköpfigen Kollektiv aus in Asien ansässigen Kuratorinnen und Kuratoren gestaltet: unter der Leitung von Mami Kataoka gemeinsam mit Isabella Tam, Alia Swastika und Hirokazu Tokuyama.

FILM, GESPRÄCHE UND KUNST IM STADTRAUM
Über die Messehallen hinaus bindet die Art Basel Hong Kong erneut die Stadt selbst in ihr Programm ein. Das stadtweite Public Program bietet freien Zugang zu Filmvorführungen, Diskussionsrunden und kollaborativen Veranstaltungen mit kulturellen Institutionen in ganz Hongkong.

Der Filmsektor wird 2026 von der renommierten Medienkünstlerin Ellen Pau kuratiert und vertieft die Auseinandersetzung mit dem bewegten Bild sowie der lokalen Medienkunstszene. Einen Tag des Conversations-Programms übernimmt als Gastkuratorin Venus Lau, Direktorin des Museum MACAN in Jakarta, und setzt damit auf einen intensiven interkulturellen Dialog innerhalb der asiatischen Kunstlandschaft.

DETAIL VIEW OF 'RAT TAIL COMB' BY WOO HANNA, 2025.
PHOTOGRAPH BY SEUNGHEON LEE. © WOO HANNAH. COURTESY OF THE ARTIST AND G GALLERY.

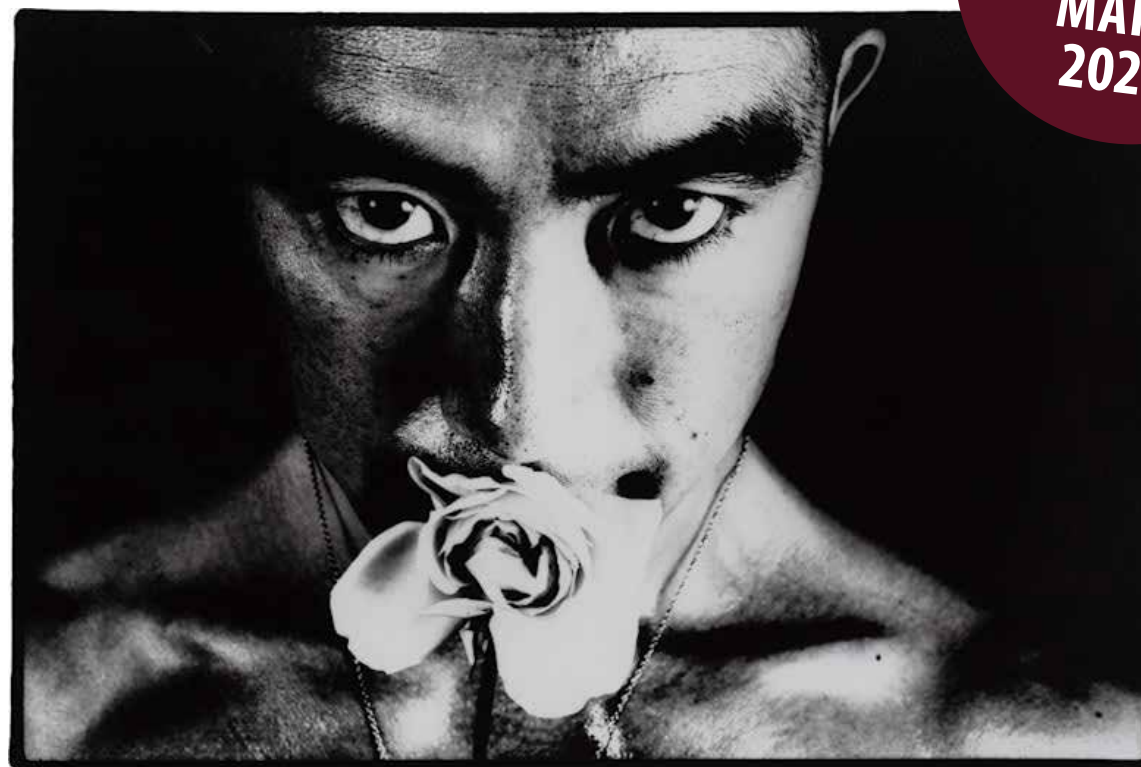
YOD GALLERY
EIKOH HOSOE, "ORDEAL BY ROSES #32", 1961.
COURTESY OF THE ARTIST.



PABLO PICASSO, NU, CHÈVRE ET ORIENTAL (NUDE, GOAT AND ORIENTAL).
COURTESY OF MAYORAL.

TRACEY EMIN, NOT UNTIL NOW, 2024.
COURTESY OF THE ARTIST AND GALLERIA LORCAN O'NEILL.

**ART BASEL
HONG KONG
27. BIS 29.
MÄRZ
2026**





ANNE IMHOF, POPPY RUNNER III, 2025.
COURTESY OF THE ARTIST AND SPRÜTH MAGERS.
PHOTO BY JENS ZIEHE.



MIZOE ART GALLERY
TOMONORI TOYOFUKU, UNTITLED, 1969.



CLAUDIO PARMIGGIANI,
SENZA TITOLO, 1998.
COURTESY TORNABUONI ART.



STEPHANIE TEMMA HIER, AUGUST GESTURES, 2021.
COURTESY OF THE ARTIST AND BRADLEY ERTASKIRAN
PHOTOGRAPH BY LANCE BREWER.



RITSUE MISHIMA, ZEFIRO.
COPYRIGHT THE ARTIST, COURTESY OF SHUGOARTS.
PHOTO BY FRANCESCO BARASCIUTTI.

MONUMENTALE KUNST FÜR DIE SKYLINE
Bereits zum fünften Mal realisieren Art Basel und das Museum M+ gemeinsam eine monumentale Auftragsarbeit für die Fassade des Museums im West Kowloon Cultural District. Die pakistanisch-amerikanische Künstlerin Shahzia Sikander wird mit ihrer leuchtenden Animation 3 to 12 Nautical Miles die Außenhülle des Gebäudes bespielen. Die Arbeit basiert auf handgemalten Aquarellen und zeichnet historische wie moderne Handelsrouten nach – ein poetischer Kommentar zu den globalen Austauschprozessen, die auch die Kunstwelt prägen.

HONGKONG ALS GLOBALER KNOTENPUNKT
Für Angelle Siyang-Le, Direktorin der Art Basel Hong Kong, bleibt die Messe

ein lebendiges Ökosystem: „Die Ausgabe 2026 feiert Hongkongs Status als globales Kulturzentrum Asiens. Steuerfreiheit, die Tradition als Freihafen, logistische Effizienz, Mehrsprachigkeit und exzellente Vernetzung machen die Stadt zu einem Tor zur kulturellen Vielfalt der Region und zu einem dynamischen Kunstmarkt.“ Mit neuen kuratorischen Teams, frischen Sektoren und einem starken regionalen Fokus präsentiert sich die Art Basel Hong Kong 2026 damit nicht nur als Messe, sondern als Plattform, auf der sich internationale Perspektiven, lokale Szenen und die nächste Generation von Künstlern und Galerien begegnen. Ein Treffpunkt, an dem Kunst nicht nur gezeigt, sondern erlebt, diskutiert und weitergedacht wird. www.artbasel.com

DIE SUPERINTELLIGENZ TRAUMODERALPTRAUM

Die Idee der Superintelligenz ist ein mächtiges Bild – und ein zweiseitiger Spiegel unserer technologischen Ambitionen wie dystopischen Ängste. Es gibt Debatten darüber, ob und wann die Superintelligenz überhaupt kommt, zumal diese auch sehr unterschiedlich verstanden wird.

Künstliche Intelligenz (KI) ist allgegenwärtig und hat in den letzten 36 Monaten enorme Fortschritte gemacht. Der sogenannte „ChatGPT-Moment“ – die Veröffentlichung von OpenAIs Chatbot Ende 2022 – markierte einen Paradigmenwechsel: Zum ersten Mal interagierten Millionen Menschen weltweit mit einer KI, die nicht nur plausible Sprache generieren, sondern komplexe Fragen beantworten, Programmcode schreiben und kreative Inhalte erstellen konnte. Dieser Moment veränderte das öffentliche Bewusstsein für KI – von abstrakter Zukunftsvision zu unmittelbarer Realität. Zum ersten Mal interagierten Millionen Menschen weltweit mit einer KI, die nicht nur plausible Sprache generieren, sondern komplexe Fragen beantworten, Programmcode schreiben und kreative Inhalte erstellen konnte. Dieser Moment veränderte das öffentliche Bewusstsein für KI – von abstrakter Zukunftsvision zu unmittelbarer Realität. Wie schnell diese neuen Möglichkeiten ihren Eingang in unsere Alltagswelt fanden, zeigt folgender Vergleich: Während Google etwa elf Jahre benötigte, um auf ein

jährliches Suchvolumen von rund 365 Milliarden Anfragen zu kommen (Stand um 2009/2010), erreichte ChatGPT diese Größenordnung laut OpenAI in weniger als zwei Jahren nach dem Start im November 2022. Im Silicon Valley löste dieser Durchbruch eine Investitions- und Innovationswelle aus. Big Tech wie Microsoft, Google und Meta trieben ihre KI-Programme massiv voran. Start-ups sammelten in Rekordzeit Milliardenbeträge. Gleichzeitig begannen Regierungen und Aufsichtsbehörden, über Risiken, Kontrolle und Ethik zu diskutieren. Die Vorstellung, dass KI bald alle menschlichen Fähigkeiten erreichen – oder übertreffen – könnte, ist seither kein Science-Fiction-Motiv mehr, sondern Gegenstand ernsthafter Debatten. Ein markanter Moment dieser Entwicklung war der KI-Moratoriumsbrief im März 2023. Über 1.000 Experten – darunter Elon Musk (CEO Tesla, SpaceX, Mitgründer von OpenAI), Steve Wozniak (Apple-Mitgründer), Yoshua Bengio (Turing-Preisträger, KI-Pionier), Stuart Russell (Professor für KI, University of California, Berkeley) und Emad Mostaque

(Stability AI) – forderten darin einen Entwicklungsstopp für KI-Systeme, die mächtiger als GPT-4 sind. Der offene Brief des Future of Life Institute warnte vor „tiefgreifenden Risiken für Gesellschaft und Menschheit“ und plädierte für ein sechsmonatiges, öffentlich überprüfbares Moratorium. Neben Sorgen um Kontrollverlust und Desinformation wurde die Notwendigkeit internationaler Governance-Strukturen betont. Auch wenn der Aufruf kontrovers diskutiert wurde, markierte er einen Wendepunkt: Die Frage, wann Superintelligenz kommt, wird seither begleitet von der Frage, ob und wie sie kontrollierbar bleibt. Gemeint ist mit „Superintelligenz“ eine KI, die den Menschen nicht nur in Teilbereichen, sondern in nahezu allen kognitiven Leistungen übertrifft – mit potenziell disruptiven Folgen für Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft. Doch wann dieser Punkt erreicht wird – falls überhaupt – bleibt umstritten. Ziel dieses Beitrags ist es, die Bandbreite der Prognosen zu ordnen und die Debatte zu versachlichen.



Der Begriff „Superintelligenz“ wird dabei sehr unterschiedlich verstanden. In der technischen Forschung ist damit meist eine KI gemeint, die in allen Bereichen der Problemlösung und des Lernens besser ist als der Mensch. Andere Stimmen betonen das selbstreflexive, kreative oder moralische Denken als entscheidende Schwelle. Wieder andere definieren Superintelligenz als Fähigkeit zur autonomen Selbsterweiterung. Ohne einheitliche Definition fällt es schwer, ein Zieljahr zu benennen – denn worauf genau soll sich die Prognose beziehen? Hier kommt die Singularität ins Spiel. Sie beschreibt einen historischen Wendepunkt, der durch eine solche Superintelligenz ausgelöst wird: Einen Moment, ab dem technologische Entwicklungen exponentiell beschleunigt und für den Menschen nicht mehr vorhersehbar oder kontrollierbar sind. Während Superintelligenz eine Eigenschaft eines Systems ist, markiert die Singularität eine systemische Zäsur mit weitreichenden gesellschaftlichen Folgen.

Die Bandbreite der Schätzungen, zu welchem Zeitpunkt dieser Zustand erreicht wird, ist enorm. Tech-Größen wie Elon Musk, Jensen Huang (NVIDIA) oder Dario Amodei (Anthropic) sehen die Singularität bereits in der zweiten Hälfte der 2020er Jahre. Ray Kurzweil hält weiterhin am Jahr 2045 als Zeitpunkt der technologischen Singularität fest. In seinem aktuellen Buch „The Singularity Is Nearer“ (2024) bekräftigt er diese Prognose. Allerdings hat er inzwischen einige Zwischenmeilensteine vorgezogen: Er erwartet etwa das Erreichen von menschlicher Intelligenz (AGI) bis 2029 – also deutlich früher als den vollständigen Übergang zur Superintelligenz, den er weiterhin für

die Mitte der 2040er Jahre ansetzt. Viele Forscher aus der KI-Wissenschaft halten die 2040er bis 2060er Jahre ebenfalls für wahrscheinlich – darunter Jürgen Schmidhuber oder die Mitwirkenden der vielzitierten Bostrom/Müller-Umfrage¹. Schmidhuber ist ein deutscher Informatiker und einer der international renommiertesten Pioniere im Bereich der Künstlichen Intelligenz. Er gilt als einer der „Väter“ des Deep Learning: Gemeinsam mit seinem Team am Schweizer Dalle Molle Institute for Artificial Intelligence (IDSIA)² entwickelte er in den 1990er Jahren die sogenannte Long Short-Term Memory (LSTM)-Architektur³ – ein zentraler Baustein vieler heutiger KI-Anwendungen wie Sprachmodelle oder maschinelle Übersetzung. Er vertritt eine stark optimistische Sicht auf KI und sagt voraus, dass Superintelligenz noch in diesem Jahrhundert entstehen könnte. In Interviews betont er häufig seine Vision, eine KI zu schaffen, die „neugierig“ ist und das Universum erforscht – auch unabhängig vom Menschen. Gleichzeitig gibt es skeptische Stimmen: Yann LeCun (Meta) und Gary Marcus (NYU) bezweifeln, dass heutige Architekturen überhaupt geeignet sind, Superintelligenz hervorzubringen. LeCun kritisiert insbesondere, dass aktuelle Large Language Models rein statistisch arbeiten und weder über Weltwissen noch ein echtes Verständnis physikalischer oder sozialer Zusammenhänge verfügen. Für ihn fehlt es an Mechanismen für planvolles Denken, Kausalitätsverarbeitung und langfristiges Gedächtnis – alles Fähigkeiten, die für allgemeine Intelligenz entscheidend sind. Gary Marcus argumentiert ähnlich: Er hält heutige KI-Systeme für beeindruckend, aber fundamental

oberflächlich. Ohne symbolisches Denken, erklärbare Entscheidungslogik und die Fähigkeit zu abstrahieren, könnten diese Modelle komplexe Probleme nicht zuverlässig lösen – geschweige denn sich selbst verbessern oder echte Autonomie entwickeln.

Auch andere Disziplinen tragen zur Diskussion bei. Manche Philosophen wie Daniel Dennett oder Jaron Lanier halten das ganze Konzept für überhöht – oder gar gefährlich. Dennett sieht in der Idee der Superintelligenz eine übersteigerte Metapher, die falsche Erwartungen weckt und den Menschen aus der Verantwortung entlässt. Für ihn sind Intelligenz und Bewusstsein nicht rein technische Phänomene, sondern in biologischen, sozialen und kulturellen Kontext eingebettet. Lanier wiederum kritisiert die Singularitätsdebatte als quasi-religiöse Erzählung, in der Technik zur allmächtigen Heilsfigur stilisiert wird. Er warnt davor, dass solche Denkmodelle entmenslichend wirken können: Wenn wir Maschinen für allwissend halten, nehmen wir uns selbst die Fähigkeit zur kritischen Reflexion und Gestaltung unserer Zukunft.

Auch der Historiker Yuval Noah Harari betrachtet das Konzept der Superintelligenz mit Sorge – allerdings aus gesellschaftlich-kultureller Perspektive. Für ihn liegt die eigentliche Gefahr nicht in Maschinen, die denken wie Menschen, sondern in Systemen, die unsere Kommunikation, Entscheidungen und Narrative dominieren. Harari warnt davor, dass KI Menschen „hackbar“ macht – also ihre Emotionen, Schwächen und Verhaltensmuster besser versteht als sie selbst. Solche Systeme könnten politische Prozesse, öffentliche Meinung und individuelle Entscheidungsfreiheit unterwandern. Er fordert



daher globale Regeln und Institutionen, um die gesellschaftliche Kontrolle über KI zu sichern – bevor diese sich verselbstständigt. Die Unterschiede gründen oft in den jeweiligen Annahmen: Tech-Optimisten extrapolieren Moore’s Law und Fortschritte in Modellgrößen.⁴ Kritische Wissenschaftler weisen darauf hin, dass kognitive Intelligenz nicht rein rechnerisch skaliert. Hinzu kommen psychologische und strategische Faktoren: Wer in KI investiert oder Aufmerksamkeit sucht, hat ein Interesse an nahen Zieljahren. Umgekehrt betonen viele Akademiker die Unsicherheit des Erkenntnisstands – auch um dem Hype entgegenzuwirken.

WELCHE INDIKATOREN SINNVOLL WÄREN
Um fundierter zu diskutieren, braucht es belastbare Zwischenziele. Dazu könnten zählen: die Fähigkeit zu multimodalem Planen, nachhaltiger Selbstverbesserung, autonomer Forschung oder sozialem Verständnis. Doch viele dieser Marker sind schwer objektiv messbar. Statt allein auf Benchmarks zu schauen, fordern einige Forscher qualitative Kriterien – etwa: Wie robust ist die KI? Wie erklärbar? Wie gut kann sie mit Unsicherheit umgehen? Mehrere Philosophen und Zukunftsforscher plädieren dafür, den Begriff der Singularität nicht als konkreten Zeitpunkt zu (miss)verstehen, sondern als Denkmodell zu betrachten: Er markiert einen Kippunkt, an dem sich die Mensch-Maschine-Beziehung grundlegend verändert. Selbst wenn keine „explosionsartige“ Intelligenz entsteht, könnten KI-Systeme zentrale Steuerungsfunktionen übernehmen – mit weitreichenden Folgen für Demokratie, Arbeit und Machtverhältnisse.

WAS FOLGT AUS ALL DEM?
Anstatt auf ein konkretes Jahr zu starren, sollte die Debatte sich auf Szenarien und Rahmenbedingungen konzentrieren. Entscheidend ist nicht nur, wann Superintelligenz entsteht, sondern auch unter welchen Bedingungen. Welche Regeln, Aufsichten und gesellschaftlichen Werte prägen ihre Entwicklung? Welche Schutzmechanismen existieren, falls Systeme ihre Ziele verfehlen? Organisationen und Staaten brauchen heute schon Foresight-Strategien – nicht erst, wenn es zu spät ist. Die Idee der Superintelligenz ist ein mächtiges Bild – und ein zweiseitiger Spiegel unserer technologischen Ambitionen wie dystopischen Ängste. Ob sie 2030, 2045 oder nie eintritt, weiß niemand sicher. Klar ist: Die Diskussion darüber wird unser Verhältnis zu Technologie in den kommenden Jahren tiefgreifend prägen. Entscheidend – vielleicht sogar für das Überleben der Menschheit – ist nicht die Frage, ob Superintelligenz möglich ist, sondern wie wir gesellschaftlich, politisch und ethisch mit den sich bietenden Möglichkeiten umgehen. Maschinen müssen Menschen dienen. Und nicht umgekehrt.



ÜBER THORSTEN GREITEN

Dipl.-Kaufm. Thorsten Greiten (50) studierte BWL mit den Schwerpunkten Steuerlehre und Wirtschaftsinformatik an der Universität Mannheim. Er ist Geschäftsführer bei NetFederation – part of team neusta group und fachlich verantwortlich für den Bereich Digitale Finanzkommunikation. Seit 2022 ist er als Lektor mit der Vorlesungsreihe „Digitale Investor Relations“ im Department Digital Business und Innovation für die Fachhochschule St. Pölten tätig.

¹Die Bostrom/Müller-Umfrage (2012/13) befragte über 500 KI-Experten zu ihren Erwartungen hinsichtlich künstlicher allgemeiner Intelligenz (AGI) und Superintelligenz. Der Median der Prognosen sah das Erreichen menschlicher Intelligenz durch Maschinen um das Jahr 2040–2050, mit einer 90-prozentigen Wahrscheinlichkeit bis 2075. Viele hielten es für plausibel, dass kurz darauf auch Superintelligenz entstehen könnte.

²Schmidhuber, J. (2015). Deep Learning in Neural Networks: An Overview. Neural Networks, 61, 85–117. DOI: 10.1016/j.neunet.2014.09.003, enthält eine detaillierte historische Einordnung der KI-Forschung am IDSIA, inkl. Schmidhubers Beitrag.

³Hochreiter, S., & Schmidhuber, J. (1997). Long Short-Term Memory. Neural Computation, 9(8), 1735–1780. Originalpublikation zur Entwicklung der LSTM-Netze, heute ein Meilenstein der KI-Geschichte.

⁴Moore’s Law besagt, dass sich die Anzahl der Transistoren auf einem Mikrochip – und damit die Rechenleistung – etwa alle 18 bis 24 Monate verdoppelt, während die Kosten pro Recheneinheit sinken. Ursprünglich von Intel-Mitgründer Gordon Moore 1965 formuliert, wurde es zu einem zentralen Treiber der digitalen Innovationsdynamik.

INSTALIFEHACK

So lernen Sie Schritt für Schritt, innerlich frei zu werden. Sie fühlen sich müde, überladen und festgefahren? Manchmal tragen wir Dinge mit uns herum, die uns nicht guttun. Dieser Beitrag zeigt, wie Sie sich davon befreien können.

WARUM LOSLASSEN SO SCHWERFÄLLT
Loslassen bedeutet nicht nur, sich von etwas zu trennen, sondern oft auch, Kontrolle abzugeben. Die Angst vor Ungewissheit, das Bedürfnis nach Sicherheit und Vorhersehbarkeit sowie der Wunsch nach emotionaler Bindung hindern uns oft daran, etwas oder jemanden gehen zu lassen – selbst dann, wenn uns dies offensichtlich schadet. Studien zeigen, dass Menschen dazu neigen, vertraute Gedanken, Muster oder Beziehungen gegenüber Neuem zu bevorzugen, weil Vertrautes subjektiv als sicherer und angenehmer wahrgenommen wird (Gal & Rucker, 2018). Dabei übersehen wir oft: Loslassen bedeutet nicht nur Verlust, sondern ganz oft auch eine innere Befreiung.

DREI STRATEGIEN, DIE BEIM LOSLASSEN HELFEN
1. TRENNEN SIE ERINNERUNG VON GEGENWART
Wir halten oft nicht an der Realität fest, sondern an einer Version, die wir uns wünschen, oder an dem, was

einmal war. Versuchen Sie, bewusst zu unterscheiden: Was war früher? Und was ist heute tatsächlich noch da? Das schafft Klarheit.

2. AKZEPTIEREN SIE DEN SCHMERZ – LOSLASSEN MUSS SICH NICHT GUT ANFÜHLEN
Loslassen tut weh, und das ist normal. Sagen Sie sich bewusst: „Das darf gerade schmerzhaft sein. Ich muss mich nicht sofort erleichtert fühlen“. Nehmen Sie das Gefühl wahr, ohne es zu analysieren oder zu bewerten.

3. BEENDEN SIE INNERE DISKUSSIONEN
Loslassen scheitert auch oft an endlosen Gedankenschleifen wie „Ja, aber was wäre, wenn ...“. Wenn Sie das bemerken, sagen Sie innerlich klar „Stopp“ und richten Sie Ihre Aufmerksamkeit bewusst auf eine konkrete Tätigkeit im Hier und Jetzt. Loslassen ist keine einmalige Aktion, die

mit einer Entscheidung abgeschlossen ist, sondern ein Prozess. Es braucht Mut, Ehrlichkeit und Selbstmitgefühl, um sich neu orientieren zu können. Denn letztlich bedeutet Loslassen nicht nur, etwas zu verlieren, sondern oft auch, sich Schritt für Schritt das zurückzuholen, was man braucht: Klarheit, innere Ruhe und Selbstwert. Manchmal beginnt genau dort, wo wir aufhören, krampfhaft festzuhalten, etwas Neues: mehr Freiheit, mehr Leichtigkeit und ein Leben, das sich wieder nach uns selbst anfühlt. Professionelle psychologische Beratung kann in diesem Prozess eine wertvolle Unterstützung sein. Sie hilft dabei, belastende Muster zu erkennen, den Umgang mit schwierigen Emotionen zu stärken und individuelle Strategien zu entwickeln.

Quellen: Gal, D., & Rucker, D. D. (2018). The loss of loss aversion: Will it loom larger than its gain? Journal of Consumer Psychology, 28(3), 497–516. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1047>



METHUSALEMSGEHEIMNISSE

Einige Tiere führen nicht nur ein erstaunlich langes Leben, sondern bleiben auch bis ins hohe Alter fit. Kann der Mensch von ihnen lernen?

1832. Es ist das Jahr, in dem Johann Wolfgang von Goethe stirbt und Charles Darwin mit der H.M.S. Beagle nach Südamerika reist. Geboren werden der französische Maler Édouard Manet, der deutsche Verleger Gustav Langenscheidt und der britische Schriftsteller Lewis Carroll. Und irgendwo auf den Seychellen schlüpft eine Riesenschildkröte aus dem Ei, die sich unter dem Namen Jonathan zu einem echten Promi entwickeln wird.

Jonathans Geburtsjahr ist zwar nur geschätzt. Doch es gibt Fotos aus dem Jahr 1882, in dem er auf die Atlantik-Insel St. Helena gebracht wurde. Damals war er bereits voll ausgewachsen, muss also mindestens 50 Jahre alt gewesen sein. Seither wohnt er auf dem Gelände der Gouverneursresidenz von St. Helena – bis heute. Mit mehr als 190 Jahren ist Jonathan das älteste bekannte Reptil, das derzeit auf der Erde lebt. Vielleicht sogar der älteste Landbewohner überhaupt. Doch er ist keineswegs das einzige Tier mit Methusalem-Status. Zahlreiche Arten bringen es auf beeindruckend lange Lebensspannen und bleiben dabei auch noch beneidenswert fit.

Diese Überlebenskünstler stoßen auf immer größeres wissenschaftliches Interesse. Zu gern würden Forscher ihre Erfolgsgeheimnisse lüften, um eines Tages womöglich auch dem Menschen ein gesünderes Altwerden zu ermöglichen.

Doch die damit verbundenen Prozesse sind so komplex, dass auch Fachleute sie erst allmählich durchschauen. Und es scheint auch nicht nur einen einzigen Weg zu einem hohen Alter zu geben. Die einzelnen Arten verfolgen zum Teil recht unterschiedliche Strategien, von denen sich bestimmt nicht alle zum Nachmachen eignen. Klar ist aber: Von den gesunden Greisen der Tierwelt lässt sich eine Menge lernen.

Einer der absoluten Experten in Sachen Langlebigkeit ist der Grönlandhai. Der bis zu fünf Meter lange Fisch, der im kalten Wasser des Nordatlantiks und des Arktischen Ozeans lebt, kann bis zu 400 Jahre alt werden. Damit ist er der aktuelle Rekordhalter unter den Wirbeltieren. Lange hat die Fachwelt darüber gerätselt, wie so etwas überhaupt möglich ist. Ein internationales Team um Arne Sahm von der Ruhr-Universität Bochum und dem Leibniz-Institut für umweltmedizinische Forschung in Düsseldorf hat das Erbgut des Methusalem-Fischs entschlüsselt und dabei mögliche Antworten gefunden. So besitzen diese Tiere besonders viele Kopien von Genen, die an der Reparatur von DNA-Schäden beteiligt sind. Zudem hat das Team eine spezielle Veränderung in einem Protein gefunden, das als „Wächter des Genoms“ bekannt ist und dabei hilft, Krebs zu verhindern.



Solche Anpassungen im Erbgut sind möglicherweise ein generelles Erfolgsrezept für ein langes Leben. Denn auch einige Säugetiere erzielen damit erstaunliche Erfolge. Viele Wale erreichen zum Beispiel ein ähnliches Alter wie der Mensch, manche übertreffen ihn sogar deutlich. Als Rekordhalter unter den Säugetieren gilt ein Nachbar des Grönlandhais, der ebenfalls in den kalten Gewässern des hohen Nordens schwimmt: Ein Grönlandwal kann problemlos seinen 200. Geburtstag erreichen.

In mancher Hinsicht altern er und seine Verwandtschaft zwar ganz ähnlich wie andere Säugetiere einschließlich des Menschen. So sinkt zum Beispiel nach einer gewissen Anzahl von Jahren ihre Fruchtbarkeit. Doch von vielen alterstypischen Problemen unserer Art bleiben sie weitgehend verschont: Sie leiden nur sehr selten unter Stoffwechselstörungen oder Krebs, einem zunehmend schwächer werdenden Immunsystem oder einem Verlust von funktionierenden Nervenzellen. Warum das so ist, weiß noch niemand genau. Erbgutuntersuchungen zeigen aber, dass auch Wale verschiedene Gene verdoppelt haben, die mit der Reparatur von DNA und dem Schutz vor Krebs zu tun haben. Zumindest zum Teil dürften sie ihr langes Leben diesen genetischen Veränderungen zu verdanken haben.

Auch Fledermäuse setzen auf solche Mechanismen, um ein erstaunlich hohes Alter zu erreichen. Dabei gehören sie ja nicht gerade zu den Riesen der Tierwelt. Und eigentlich gilt bei vielen Arten die Faustregel: „Je kleiner der Körper, umso kürzer das Leben.“ Das liegt unter anderem daran, dass der Stoffwechsel bei kleinen Arten normalerweise schneller läuft als bei

großen. Dadurch entstehen in ihrem Körper mehr sogenannte Sauerstoffradikale. Diese Verbindungen sind Nebenprodukte der Zellatmung und damit der Energiegewinnung im Körper. Und sie sind äußerst aggressiv: Sehr leicht können sie die DNA oder die Zellmembranen schädigen. Diesen „oxidativen Stress“ bringen Fachleute sowohl mit Alterungsprozessen als auch mit verschiedenen Krankheiten in Zusammenhang. Ein Leben auf der Überholspur, wie es viele kleine Tiere führen, dauert also meist nicht lange.

Zahlreiche Fledermausarten aber leben deutlich länger, als man angesichts ihrer geringen Größe vermuten würde. Die Große Bartfledermaus, die auch in Deutschland durch feuchte Wälder flattert, kann mit 41 Jahren sogar fast zehn Mal so alt werden wie ähnlich kleine Säugetiere.

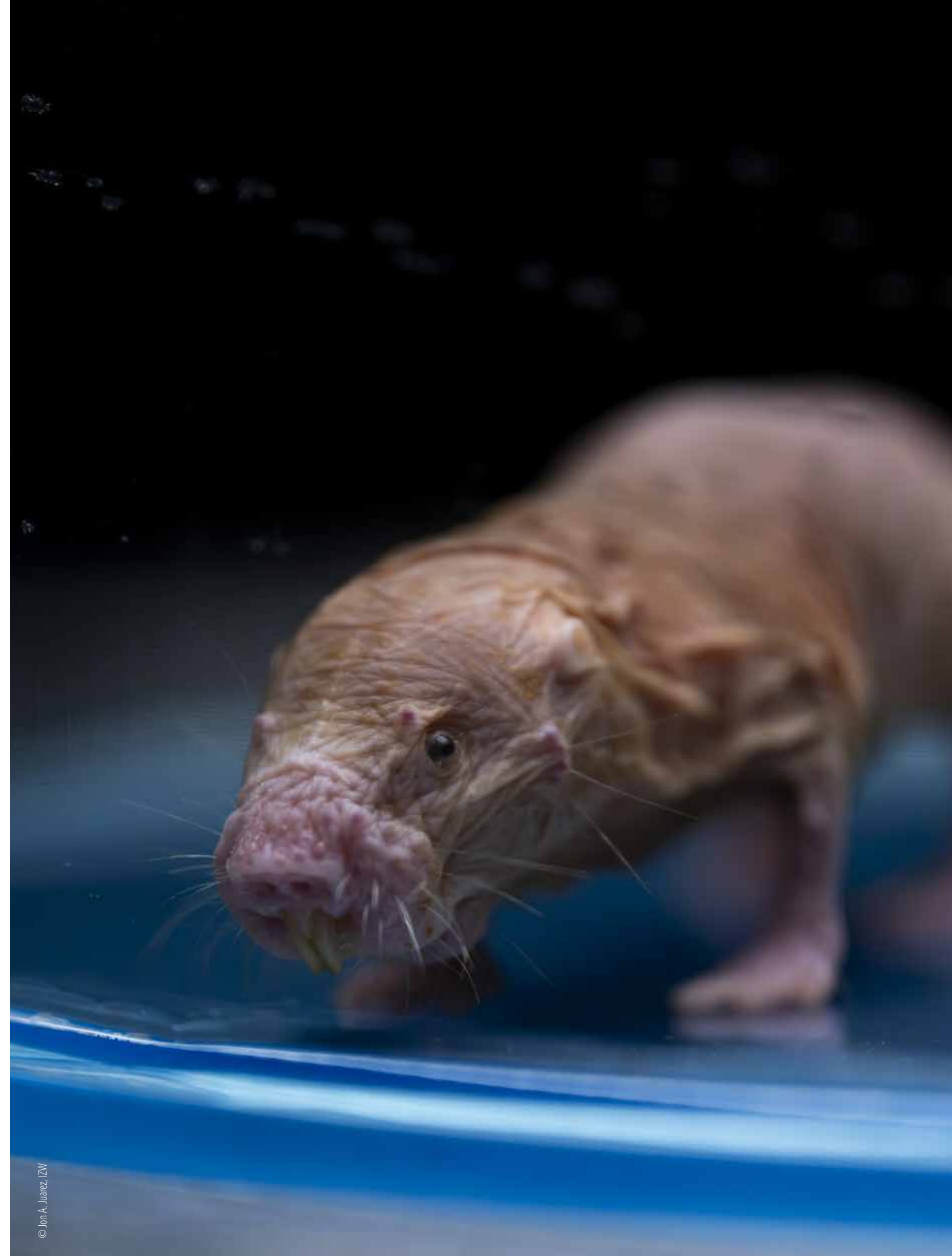
Um das zu erreichen, verlassen sich Fledermäuse allerdings nicht nur auf eine effiziente DNA-Reparatur, die ihr Leben lang erhalten bleibt. Sie haben auch noch andere Erfolgsgeheimnisse. Zum Beispiel wehrt ihr Immunsystem vor allem Viruserkrankungen sehr effizient ab. Auch Entzündungen können die Tiere gut bekämpfen. Viele Arten schalten zudem ihren Organismus regelmäßig auf Sparflamme, indem sie Winterschlaf halten. Das verringert den oxidativen Stress durch aggressive Sauerstoffverbindungen.

Auch wenn sie wach sind und ihr Stoffwechsel auf Hochtouren läuft, haben Fledermäuse allerdings erstaunlich wenig mit diesem Problem zu kämpfen. Dabei pflegen sie im Gegensatz zu vielen anderen Methusalems der Tierwelt keinen sehr gemühten Lebensstil und müssen daher reichlich Energie gewinnen. Doch zum einen sind ihre Zellmembranen

recht unempfindlich gegen die Attacken von Sauerstoffradikalen. Zum anderen produzieren die kleinen Kraftwerke in ihren Zellen erstaunlich wenige dieser gefährlichen Verbindungen. Das führt zwar dazu, dass sie auch etwas weniger Energie gewinnen. „Dafür verlangsamt es aber die Alterungsprozesse in den Zellen“, erklärt Susanne Holtze vom Leibniz-Institut für Zoo- und Wildtierforschung (IZW) in Berlin.

In einer Studie haben sie und ihre Kollegen nachgewiesen, dass auch Mäuse diesen Anti-Aging-Trick beherrschen. Bei diesen Nagern, die nur wenige Jahre leben, lässt seine Wirksamkeit allerdings schon nach einem Jahr deutlich nach. Nach zwei Jahren ist es damit fast ganz vorbei. Bei Brillenblattnasen, einer Fledermaus-Art aus Mittel- und Südamerika, funktioniert der Schutz dagegen auch in hohem Alter tadellos. Und das Gleiche gilt auch für eine dritte Tierart, die das Team in dieser Hinsicht untersucht hat: wmmulle, die in großen Kolonien in den Halbwüsten Ostafrikas leben.

Diese Nagetiere mit der faltigen rosa Haut und dem insgesamt gewöhnungsbedürftigen Aussehen gehören zu den spannendsten Kandidaten der Altersforschung. Denn sie sind die langlebigsten Vertreter ihrer Verwandtschaft. Obwohl sie nur etwas mehr als 30 Gramm auf die Waage bringen, können sie mehr als 30 Jahre alt werden. Sie leben damit nicht nur zehn Mal so lange wie die ähnlich schweren Mäuse, sondern bleiben auch bis ins hohe Alter gesund: Kein Muskelschwund, kein Abbau von Nervenzellen, selbst mit der Fortpflanzung klappt es noch. Und bisher sind gerade einmal fünf Nacktmulle bekannt, die an Krebs erkrankt sind. „Ich selbst habe Hunderte



dieser Tiere begleitet und bisher erst einen solchen Fall erlebt“, berichtet Susanne Holtze.

Da wüsste man schon gerne, wie das körpereigene Fitnessprogramm der kleinen Überlebenskünstler funktioniert. Doch sie haben noch längst nicht alle ihre Geheimnisse preisgegeben. Um ihnen zumindest ein paar davon zu entlocken, hält das Team am IZW derzeit ungefähr 400 der geselligen Nager in zwölf Kolonien. Und je besser die Forscher diese kennenlernen, umso mehr Überraschungen erleben sie.

So kommen die Tiere nicht nur unge-

spielt. Zudem scheint ihr Immunsystem sehr effektiv zu arbeiten. Und nicht zuletzt haben sie eine niedrige Körpertemperatur und Herzrate: Während das Herz einer Maus im Ruhezustand rund 400 Mal pro Minute schlägt, begnügen sich Nacktmulle im gleichen Zeitraum mit 160 bis 180 Schlägen. „Es gibt wohl keinen einzelnen Faktor, dem diese Nagetiere ihr langes Leben verdanken“, resümiert Susanne Holtze. Das Nacktmull-Rezept für gesundes Altern scheint vielmehr aus etlichen Zutaten zu bestehen, die auf noch nicht genau bekannte Weise zusammenwirken.

tersuchungen an Graumullen gewonnen hat.

Bei diesen sozialen Nagetieren, die in großen Gruppen in etlichen Regionen südlich der Sahara leben, pflanzt sich in der Regel nur das Paar an der Spitze der Gesellschaft fort. Und das hat bei Arten wie dem Riesengraumull Auswirkungen auf die Lebenserwartung: Während Königin und König durchaus mehr als 20 Jahre alt werden können, leben die übrigen Tiere im Schnitt nur halb so lange. An der Ernährung, am Verhalten oder an einer unterschiedlichen genetischen Ausstattung liegt das offenbar nicht.



wöhnlich gut mit Sauerstoffradikalen zurecht und können ihre DNA effektiv reparieren. Ihre Enzyme machen auch weniger Fehler beim Ablesen der Erbinformationen und beim Übersetzen der Gene in Proteine. Krankhaft veränderte Zellen treibt ihr Organismus gnadenlos in den Selbstmord – ein Prozess, der eine wichtige Rolle beim Verhindern von Krebs

Aus der Verwandtschaft der haarlosen Nager kommt noch eine weitere Devise, die das Leben verlängern könnte: Bloß nicht zu viel Stress! Dieser Tipp lässt sich jedenfalls aus den Ergebnissen ableiten, die Arne Sahm zusammen mit Kollegen vom Leibniz-Institut für Alternsforschung in Jena, von der Universität Duisburg und vom Universitätsklinikum Essen bei Un-

„Wir vermuten vielmehr, dass bei den Angehörigen der royalen Kaste das gleiche Genom anders interpretiert wird“, erklärt Arne Sahm. Er und sein Team haben daher untersucht, welche Gene beim Königspaar und bei gleichaltrigen Arbeitern besonders häufig abgelesen werden. Einer der auffälligsten Unterschiede fand sich dabei in der Hormonproduktion:

Graumull-Royals kurbeln vor allem die Ausschüttung von Sexualhormonen an, alle anderen die von Stresshormonen.

„Dies ist ein Beleg dafür, dass die Graumulle der Arbeiterkaste unter Dauerstress stehen und dadurch früher altern“, sagt Arne Sahm. Sie zeigen sogar ein Phänomen, das auch bei Menschen und vielen anderen Säugetieren als Stresssymptom bekannt ist: Sie lagern jede Menge Körperfett ein und nehmen deutlich zu. Graumulle könnten damit ein gutes Modell sein, um Rückschlüsse für unsere eigene Art zu ziehen. Schließlich ist schon länger bekannt, dass Menschen unter Stress schneller altern.

Von welchen Arten aber könnte die Menschheit sonst noch etwas lernen? Verführerisch wäre es ja, sich die Süßwasserpolypen der Gattung Hydra zum Vorbild zu nehmen. Denn die haben Arten in ihren Reihen, die über sehr lange Zeiträume praktisch gar nicht altern. Studien haben gezeigt, dass mindestens fünf Prozent einer Population mehr als 1000 Jahre alt werden können. Einige Fachleute halten die kleinen Wasserbewohner sogar für potenziell unsterblich. Dieses extrem lange Leben hängt wahrscheinlich mit einem ungewöhnlichen Talent zur Selbstregeneration zusammen: Wenn er verletzt ist, kann so ein Polyp innerhalb von ein paar Tagen jeden beliebigen Teil seines Körpers wiederherstellen. Selbst aus einem winzigen Gewebestückchen kann wieder ein ganzes Tier heranwachsen. Das ist möglich, weil diese Überlebenskünstler einen hohen Anteil von Stammzellen besitzen, aus denen sie sich alle ein bis vier Tage komplett selbst erneuern können.

Ob das als Vorbild für den Menschen taugt, ist allerdings fraglich. Und auch an

der Übertragbarkeit vieler anderer Ergebnisse aus der Alternsforschung an Tieren gibt es Zweifel. Denn bisher hat sich diese vor allem auf Arten wie Mäuse und Ratten, Fruchtfliegen und Fadenwürmer konzentriert, die sich schnell vermehren und leicht zu halten sind. Nur sind das eben auch Arten, die nicht alt werden. Es ist in Experimenten zwar durchaus gelungen, das Leben solcher Kandidaten mit verschiedenen Methoden zu verlängern. Das muss aber nicht heißen, dass dieselben Rezepte auch bei langlebigen Arten wie dem Menschen funktionieren.

Susanne Holtze, Arne Sahm und etliche andere Fachleute plädieren daher dafür, vor allem die langlebigen Arten verstärkt zu untersuchen. Wenn man diese dann mit kurzlebigen Tieren vergleiche, könne man die Mechanismen des Alterns besser verstehen. Dabei geht es den Forschern ausdrücklich nicht darum, ein Rezept für Unsterblichkeit zu finden. Gesünder alt zu werden, ist ja auch schon ein großes Ziel. „Es wäre zum Beispiel sehr hilfreich, wenn man die Krebsresistenz von Nacktmullen, Elefanten und Menschenaffen auf den Menschen übertragen könnte“, sagt Susanne Holtze. Doch auch zahlreiche andere Arten kämen als potentielle Vorbilder infrage. „Aus meiner Sicht lässt sich unmöglich vorhersagen, bei welcher Art wir einen großen Durchbruch für die menschliche Therapie erleben werden“, betont die Forscherin. Für sie ist das auch ein Argument für den Schutz der biologischen Vielfalt. Denn gerade langlebige Arten reagieren oft besonders empfindlich auf Umweltveränderungen. Und mit jedem aussterbenden Methusalem kann theoretisch ein wertvoller Anti-Aging-Trick für immer verloren gehen.



ÜBER KERSTIN VIERING

Die freie Wissenschaftsjournalistin schreibt über Themen aus den Bereichen Biologie, Umwelt- und Naturschutz, Klimaforschung und Geowissenschaften.

AUCH IN HELLA JONGERIUS'TIERSCHALEN SPIEGELT SICH EINE INTENSIVE AUSEINANDERSETZUNG MIT DER KÜNSTLERISCHEN GESCHICHTE DER PORZELLAN MANUFAKTUR NYMPHENBURG. IN DIESER KOLLEKTION FÜHRT SIE FIGUREN UND DEKORE UNTERSCHIEDLICHSTER ZEITEN UND HINTERGRÜNDE ZUSAMMEN. AUS DEM RUND SIEBENHUNDERT TIERFIGUREN UMFASSENDEN HISTORISCHEN FORMENSCHATZ DER MANUFAKTUR WÄHLTE JONGERIUS ACHT ENTWÜRFE UND PLATZIERTE SIE IN SCHLICHTEN SCHALEN. DIE NATURALISTISCHE BEMALUNG VON SCHNECKE, VOGEL, NILPFERD, REH, HASE, FROSCH, FUCHS UND HUND ERGÄNZTE SIE JEWEILS MIT EINEM ANDEREN MUSTER AUS DEM MALEREIARCHIV DES HAUSES. AB € 3.100,-
WWW.NYMPHENBURG.COM



DIE VON DEM BELGISCHEN DESIGNERDUO MULLER VAN SEVEREN ENTWORFENEN SALZ- UND PFEFFERMÜHLEN „ARCS“ ZEICHNEN SICH DURCH EINE EINHEITLICHE KETTE VERTIKALER BÖGEN AUS, DIE DAS VERSTELLBARE KERAMIKMAHLWERK UMSCHLIESSEN. DIE MÜHLEN SIND AUS EDELSTAHL GEFERTIGT UND WAHLWEISE MIT SPIEGELGLANZ ODER IN HOCHGLÄNZENDEN FARBEN ERHÄLTICH. SIE SETZEN DEKORATIVE AKZENTE AUF KÜCHENREGALEN, ESSTISCHEN UND ANDEREN OBERFLÄCHEN IM HAUS. AB € 69,-
WWW.HEJHAY.DE



BESTOFDESIGN



ELEGANT, HOCHWERTIG UND AUSGESPROCHEN SOLIDE! DER SCHREIBTISCH TB 228 AUS DER CLASSIC LINE IST NICHT NUR EIN SELBSTBEWUSSTES STATEMENT, SONDERN VERKÖRPERT AUCH EINE DESIGNPHILOSOPHIE, DIE ÜBER FLÜCHTIGE TRENDS HINAUSGEHT. JEDES STÜCK BESTICHT DURCH KLARE LINIEN UND LANGLEBIGE FORMEN, ALLE VORAUSSETZUNGEN FÜR EINEN ECHTEN KLASSIKER!
WWW.MUELLER-MOEBEL.COM



INSPIRIERT VON IHREN ZEICHNUNGEN WERDEN ANA KRAŠ' BONBON-LAMPENSCHIRME IN EINER ORIGINELLEN TECHNIK HANDGEWEBT. SO ENTSTEHEN EINZIGARTIGE, STRUKTURIERTE STÜCKE, DIE AUCH OHNE EINGESCHALTETE GLÜHBIRNE ALS AUSDRUCKSSTARKE DEKORATIONSOBJEKTE WIRKEN. IN ANAS LAMPENSCHIRM-KOOPERATION MIT HAY WIRD JEDER SCHIRM AUS NYLONWOLLGARN UM EINEN PULVERBESCHICHTETEN STAHLRAHMEN HANDGEWEBT. DIE KABELSETS FÜR DIE SCHIRME SIND SEPARAT ERHÄLTICH. AB € 599,-
WWW.HEJHAY.DE

PLATZTELLER NACH DEM ENTWURF DER GINORI-KOLLEKTION „DUCHESSA“ VON 1735 MIT „LA GABBIA“-DEKORATION UND GLÄNZENDER GOLDAUFCHRIFT „A CHI APPARECCHIA PER DUE“ – FÜR DIEJENIGEN, DIE DEN TISCH FÜR ZWEI DECKEN. AB € 130,-
WWW.ARCHIPRODUCTS.COM



„INCASTRO ISOLA“ IST AUS MASSIVHOLZ UND IDEAL FÜR BEGEHBARE KLEIDERSCHRÄNKE. BESTEHEND AUS DREI REGALBÖDEN UND AUSGESTATTET MIT SECHS FÄCHERN, DIE MIT SCHWALBENSCHWANZVERBINDUNGEN UND TRADITIONELLER HOLZ-AUF-HOLZ-SCHIEBEMECHANIK VERBUNDEN SIND. BELEUCHTET DURCH LED-STREIFEN UNTER DEM ERSTEN UND ZWEITEN REGALBODEN. OPTIONAL IST AUF ANFRAGE EINE GLASVITRINE FÜR DEN OBERSTEN REGALBODEN ERHÄLTICH. AB € 16.500,-
WWW.RIVA1920.IT



LINKSHORTLIST

www.weingut-topf.at
www.thecloud.restaurant
www.ameo1825.de
www.atlantik-muenchen.de
www.seeundberg.at
www.banksbasel.com
www.evealps.at
www.avanihotels.com
www.anantara.com/en/al-baleed-salalah
www.valamar.com
www.brendel-eyewear.com
www.korndorffer-beratung.com
www.munichdesigndays.de
www.stoff-fruehling.de

www.dunas.com
www.supermarque.com
www.mephistopheles.fr
www.artbasel.com
www.netfed.de
www.instahep.me
www.naturejournalism.com
www.nymphenburg.com
www.mueller-moebel.com
www.archiproducts.com
www.hejhay.de
www.riva1920.it
www.polytherm.at
www.alcoro.com

Only the Best

BRAND SPACES

Folgen Sie uns auch auf Instagram @onlythebestbrandspaces oder schreiben Sie direkt an hello@onlythebest.de.

IMPRESSUM

GRÜNDER UND VERANTWORTLICHE REDAKTION
 Julia und Sven Holsten
www.onlythebest.de

Only the Best Brand Spaces GmbH, Prinzregentenstr. 85, 81675 München, Tel. 0172 28 10 108, info@onlythebest.de

AUTOREN DIESER AUSGABE Kim Averweg, Peter Feigl, Thorsten Greiten, Julia Heinz, Julia Holsten, Sven Holsten, Sven Korndörffer, Marc Sasserath, Kerstin Viering, Christiane Wolff

TITELFOTO © Studio Lafer/THE CLOUD by Käfer

GESTALTUNG Julia Holsten, jh@onlythebest.de

ANZEIGEN/KOOPERATIONEN Sven Holsten, sh@onlythebest.de

DRUCK DRUCK Gebr. Geiselberger GmbH, Druck und Verlag, Altötting

© Only the Best Brand Spaces GmbH, soweit nicht anders angegeben. 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 Herausgebers strafbar. Für unverlangt eingesandtes Text- und Bildmaterial wird keine Haftung übernommen.

Die nächste Ausgabe erscheint im Frühjahr 2026

was macht edelstahlpools so besonders?

Es ist das elitäre Material, das elegante Erscheinungsbild, die lange Lebensdauer und die Nachhaltigkeit.



Ausgezeichnet mit dem Oscar der Schwimmbadindustrie

**POLY
THERM**

POOLKOMPETENZZENTRUM
pools in edelstahl

Vereinbaren Sie Ihren persönlichen Beratungstermin!

Polytherm GmbH | A-4675 Weibern | Pesendorf 10 | T +43 7732-3811 | office@polytherm.at
www.polytherm.at

AL CORO

LA PIAZZA



Stretchable Rings