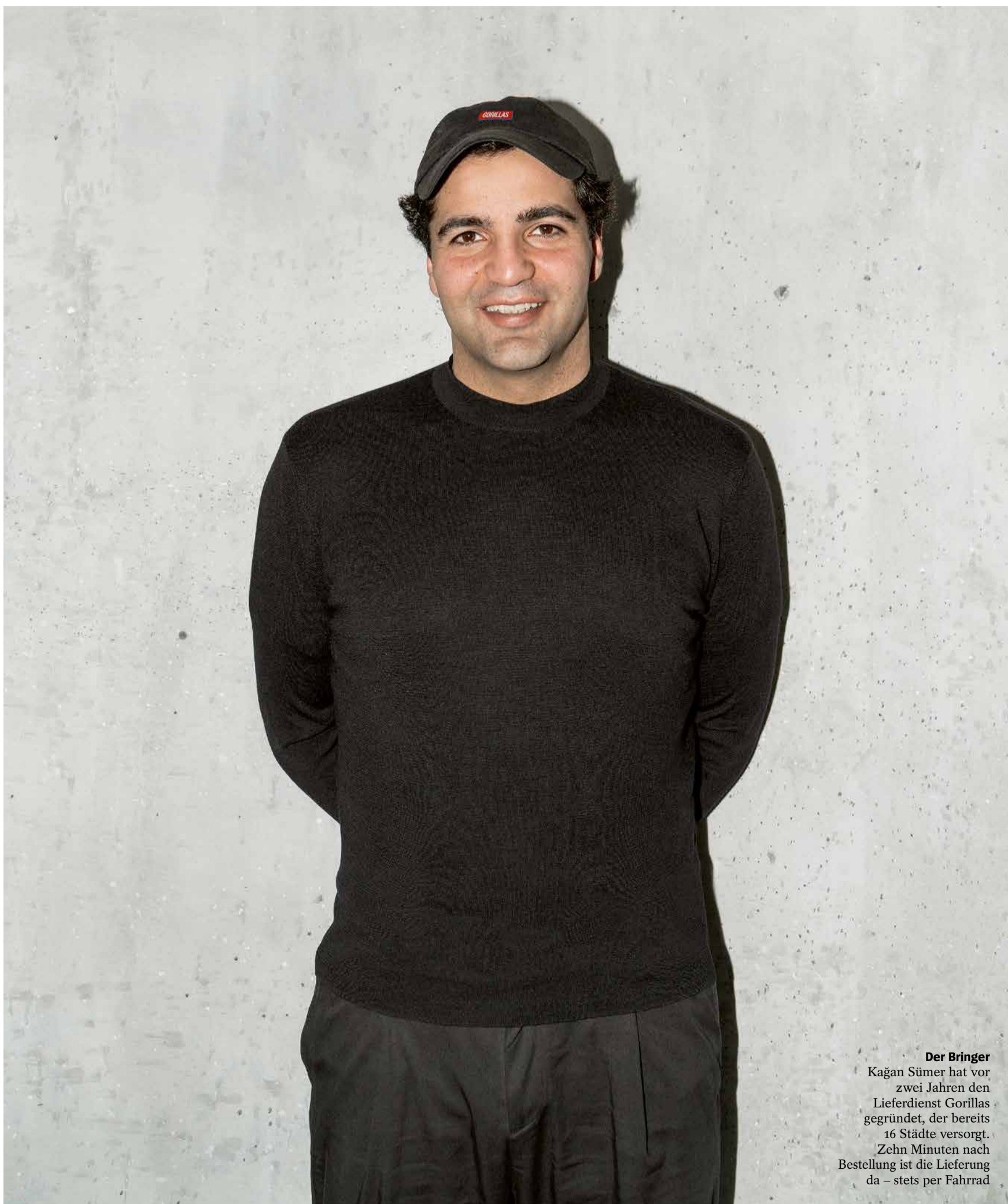


# S

**S-Magazin Nr. 14: *Innovation*** Von Menschen, die heute die Weichen für unsere Zukunft stellen



**Der Bringer**  
Kağan Sümer hat vor  
zwei Jahren den  
Lieferservice Gorillas  
gegründet, der bereits  
16 Städte versorgt.  
Zehn Minuten nach  
Bestellung ist die Lieferung  
da – stets per Fahrrad



AACHEN-EILEND Krüttgen - ALTENRIET Fenchel Wohnfaszination - ARNSBERG-NEHHEIM Wiethoff - BENSHEIM-AUERBACH Möbelhaus Albiez - BERGISCH GLADBACH Patt Einrichtungen - BERLIN LEOLUX by OLIVER KUHLMAY - BERLIN Wohndesign - BERLIN Kusian - BERLIN Lakeside Interiors - BLANKENHAIN by-Land Möbelstudio - BONN HSR Hesbo - BONN Loft Designmöbel - BRÄUNSCHWEIG Möbel Homann - CHEMNITZ Möbelgalerie Tuffner - DATTELN Möbel Meyer - DETMOLD ergonomie - DÜSSELDORF Felix Thonet Shop - ERLANGEN Stocker - ESSLINGEN Profil Einrichtungen - ETTLINGEN Haug Wohn-Design - FRIEDBERG Segmüller - GEORGMARIENHÜTTE Dransmann - GOPPINGEN GRIMM - GÖTTINGEN Einrichtungshaus Günther - GROSS GERAU Möbel Heidenreich - HALTERNAM SEE Döbber Möbel - HAMBURG Marks Einrichten - HANAU Möbel Eckrich - HANNOVER GARBSSEN Möbel Hesse - HEIDE Raumkonzepte Zacher - HELDRONN Frömm - HEMMINGEN-Waasforde Möbel Böhm - HERXHEIM Einrichtungshaus Weber - HIDDENHAUSEN Ottensmeyer Wohndesign - HOLZGERLINGEN Möbel Lausmann - ILLINGEN Möbelhaus Dörenbäcker - KAARST Hügen Raum und Design - KEHL-GOLDSCHNEIDER Kruss - KÖLN Pfannes & Virnich - KORNWESTHEIM Die Einrichtung Kleemann - KREFELD Stefan Köstermann - KREFELD Lumma - KREFELD Hafels - KREFELD Faldmann - KRONACH Wohnstudio Vivere - KUNZELSAU-GAISBACH Schmezer - LANGENFELD W & A Wohnen - LANGENLONSHEIM Möbelhaus Carl Fuchs - LANGERWEHE Möbel Hertel - LAUHRINGEN Möbel Dick - LEINFELDEN-ECHTERDINGEN Wohndekor Karl Müller - LEIPZIG Möbel Weber - MAINZ Einrichtungshaus Holz - MANNHEIM Segmüller - MANNHEIM Westfalia Möbel Peock - MAULBURG Einrichten Schweigert - MOERS-KAPPELEN Drite Wohnform - MÜNCHENGLADBACH Tellmann Einrichten - MONTABOUR A-M-S Möbel - MÖLHEIM AN DER RUHR Partenheimler - NEUMARKT Die Einrichtung Pröbster - NÜRNBERG Polsterhaus Schlosser - OLDENBURG Möbel Weirauch - OLPE-LÜTRINGHAUSEN Möbelhaus Zeppenfeld - PARSDORF Segmüller - PUHLHEIM Segmüller - RAVENSBURG Maurer Wohnen - RIETBERG Knaup individuelles wohnen - SCHWABMÜNCHEN Bruckner - SCHWELM Hüls Einrichtungshäuser - SINDELFINGEN Mornhinweg - SOLINGEN Möbel Dembny - SPEYER richard maurer wohndesign - STOCKACH Wohnparc Stumpp - SYKE Wagner Wohnen - ULM Prinz Wohnen - VILLINGEN Würthner Wohnen - VOERDE Wohnwelt Fahnenbruck - WEIDENBERG Gebhart - WEITERSTADT Segmüller - WETZLAR Möbel Schmidt - WIESLOCH Weckesser Wohnen - WUPPERTAL Audio 2000



Leolux Design Center Elbestraße 39, 47800 Krefeld (NRW) [www.leolux.de](http://www.leolux.de) • Sofa: Rego (Gino Carollo)

INNOVATION



S-Magazin  
Das Stilmagazin des SPIEGEL  
Mai 2021

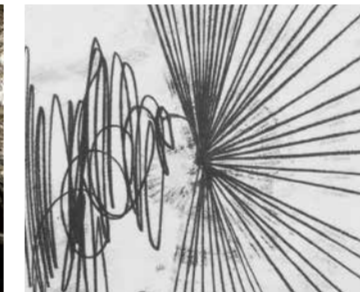
Den Inhalt dieses Hefts  
finden Sie auch auf  
[spiegel.de/s-magazin](http://spiegel.de/s-magazin)

Selten ist uns so deutlich vor Augen geführt worden, wie sehr unser Schicksal von Wissenschaft und technischem Fortschritt abhängt wie im zurückliegenden Jahr: Neue Impfstoffe wurden in einem Rekordtempo entwickelt, Virologen erhielten mehr Aufmerksamkeit als je zuvor. Und auch wenn Nebenwirkungen die Freude über die Vakzine trüben und Verschwörungstheoretiker wissenschaftliche Erkenntnisse im Grundsatz anzweifeln, ist spätestens jetzt klar geworden, dass Innovationen vielleicht nicht immer unser Leben retten, es aber häufig lebenswerter machen. Wir tun also gut daran, neuen Ideen und ihren Schöpfern den Weg zu ebnet. »Lust auf Veränderung kann geweckt und erlernt werden, wenn die Rahmenbedingungen stimmen«, schreibt die Innovationsforscherin Katharina Hölzle in ihrem Auftakttext für dieses Heft. »Die Möglichkeiten dafür müssen wir als Gesellschaft schaffen.« In dieser Ausgabe des S-Magazins stellen wir Menschen vor, die das Neue suchen und Chancen nutzen. Der Mann auf dem Titel etwa, Kağan Sümer, gründete vor zwei Jahren den Express-Lieferdienst Gorillas. Auf dem Fahrradsattel kam dem heute 33-Jährigen die Geschäftsidee, Lebensmittel zu liefern. Per Fahrrad und binnen zehn Minuten nach Bestellung. In 16 Städten schaffen seine Kurier die bereits, manchmal fährt der Chef auch selbst noch aus. Demnächst expandieren die Gorillas in die USA. Ein Interview mit dem Vielbeschäftigten zu bekommen gestaltete sich entsprechend schwierig, über Wochen kam keine Antwort. Bis plötzlich das Telefon unserer Autorin klingelte, in einer Stunde habe er Zeit. Wer in wenigen Minuten Großstädter versorgen kann, erwartet eben auch Schnelligkeit von anderen. **Viel Freude mit S, Ihre Redaktion**

08



30



12



04 Magazin I  
Klassiker: Antivirale Mode /  
Was für ein Blick: Homeoffice unter  
Palmen im Club Med /  
Kolumne: Die Dinge des Lebens

06 Magazin II  
Herzessache von Frank Seidensticker /  
Interview mit der Direktorin für  
Nachhaltigkeit und Ethik von Primark /  
Wein-Kolumne: High Glass

08 Streetstyle  
Die Farben von New York

10 Auftakt  
Innovationsforscherin Katharina  
Hölzle über Transformation, die  
Notwendigkeit eines neuen Denkens  
und die Probleme der Deutschen  
mit Veränderungen

12 Zehn Innovationen  
Gorillas auf Fahrrädern, künstliche  
Intelligenz in der Kosmetik, Bionik in  
der Stadtentwicklung, Robotik in Schule  
und Schneiderkunst, Nachhaltigkeit  
im Design und in der Mode (Foto:  
Christopher Raeburn), virtuelle  
Schönheiten auf Instagram und ein  
energieoptimiertes Ei – Ideen und  
Geschäftsmodelle für unsere Zukunft

26 Plus: Mental Health  
Welche digitalen Angebote helfen  
können, entspannt, geistig fit  
und psychisch gesund zu bleiben

28 Hier kocht der Chef  
Hausmannskost im Glas: Der Berliner  
Szenekoch Christoph Hauser  
macht seine Spezialitäten jetzt ein

29 Außer Atem  
Die Kolumne von Wolfgang Höbel  
Leserbriefe, Impressum

30 Das gezeichnete Interview  
Von und mit dem Maler  
Alexander Ernst Voigt

Fotos: Gorillas (Titel), Alexander Ernst Voigt (gezeichnetes Interview), Aesop (Portrait: Christopher Raeburn)



**Goldene Umarmung**  
Angeblich hat die Pforzheimer Schmuckmanufaktur Wellendorff 17 Jahre lang experimentiert, bis es gelang, Gold so zu biegen, dass es sich so um den Arm schmiegt wie bei diesem Reif, [wellendorff.com](http://wellendorff.com)



**Gestern und heute** Arzt im 17. Jahrhundert mit Schnabelmaske und bodenlangem Gewand zum Schutz gegen die Pest und aktueller Look von Diesel mit antiviralen Jeans, deren Beschichtung Keime abtöten soll

## Die Schutzkleidung

**Klassiker** Die »Vogue« kürte ihn zum »ikonischen Look des Jahres 2020«: ein weißer Schutzanzug samt Brille, Handschuhen und Maske. Damit stieg Naomi Campbell ins Flugzeug und postete später ein Foto auf Instagram. Heute gehört das Outfit des Modells dem Mode-museum im britischen Bath. Das Gefühl, sich vor der Außenwelt schützen zu müssen, beherrscht den Alltag, doch es gibt auch schickere Kleidung als Campbells Ganzkörperverhüllung. So bringt Diesel antivirale Jeans heraus. Masken von Burberry bieten neben dem typischen Karomuster des Labels einen antimikrobiellen Schutzfilm, und US-Designer Phillip Lim hat eine ganze Kollektion aus keimabweisenden Materialien entworfen. Das US-Start-up BioRomper will mit schwarzen antimikrobiellen Overalls das Reisen erleichtern: »Es ist eine Schutzhülle, die gut aussieht und nachhaltig ist«, sagt Mitgründer Noah Friedman. Die Unternehmen arbeiten mit Laboren zusammen, die Technologien zur Beschichtung der Textilien entwickelt haben. Diese können Keime durch chemische Prozesse deaktivieren. Dass das Coronavirus vor allem über Tröpfchen in der Luft übertragen wird – egal. Die Furcht vor Krankheiten hat schon früher zu fragwürdigen Lösungen in Sachen Kleidung geführt: Im 17. Jahrhundert trugen Ärzte Pestmasken. Mit Essenzen getränkte Schwämme im Schnabel sollten den »Todeshauch« fernhalten. Vergleichen damit sehen die innovativen Nachfolger von heute schon besser aus. *Silvia Ihring*

## Was für ein Blick!



**Bestes Arbeitsklima**  
Für alle, die sich nach monatelangem Homeoffice an ebenenem sattge-sen haben, bietet Club Med nun etwa in seinen Resorts auf Sizilien (Foto), in der Dominikanischen Republik oder Mexiko All-inclusive-Aufenthalte unter Palmen an. Vier Wochen zum Preis von zwei, [clubmed.de](http://clubmed.de)

## Die Dinge des Lebens

von Claudia Voigt

**Reizen** Früher sagte mir diese Zahlenreihenfolge gar nichts: 18, 20, 22, 23, 24, 27, 30, 33, 36, 40. Primzahlen? Nein. Vielleicht ein Intelligenztest mit einem Muster, das besonders clevere Menschen auf Anhieb erkennen. So was wie Zahlen, die durch drei teilbar sind plus eins, minus zwei. Falsch. Es sind die Reizwerte beim Skat. Profis sagen: 18, 20, 2, 0, 4, 7, 30, 3, 6, 40. Und auch wenn ich noch nicht wirklich zu den Profis zähle – es ist schon vorgekommen, dass ich bis 40 gereizt und das anschließende Spiel gewonnen habe. Yes! Ich hatte allerdings auch die ersten drei Buben.

Ich kann nun Sätze formulieren und locker fallen lassen, die ich zuvor nicht mal verstanden hätte: Ich habe die ersten drei Buben. Ich spiele Grand Hand. Oder auch: Wir sind aus dem Schneider.

Irgendwann schlugen unsere Nachbarn vor, ob wir nicht mal zusammen Skat spielen wollten. Mein Mann willigte begeistert ein. Zu unserer Hochzeit hat er von seinen besten Freunden einen selbst gebastelten Scheck mit einer sehr hohen Zahl darauf bekommen. Es war das Versprechen, ihm diese Anzahl von Skatpunkten auf ihre All-time-Liste gutzuschreiben, damit er auf ihrer nächsten gemeinsamen Reise beim Skatspiel wieder vorn mitmischen kann. Er hat sich ernsthaft gefreut. Ich dachte: Männer.

Aber ich wollte natürlich keine Spielverderberin sein, als die Nachbarn fragten, also sagte ich: Warum nicht, wir können es ja mal probieren. Spiele waren in meinem Leben bis dahin eher ein Randthema. Als Kind fand ich Memory gut, wahrscheinlich weil ich dabei oft gewonnen habe. Aber als mein Vater mich fürs Schachspielen gewinnen wollte, war ich mit meinen Gedanken ständig woanders. Im Winter habe ich wie viele andere »Das Damengambit« gesehen und wurde daran erinnert, dass sich dieser Rausch des Konzentriertseins, den die Serie so toll erlebbar macht, bei mir leider nie einstellte, zumindest nicht, wenn ich vor einem Schachbrett saß.

Doch mit Skat entdeckte ich das Spielen für mich – und habe mich damit selbst überrascht. Anfangs hatte ich natürlich keine Chance und ging am Ende der Abende stets mit dem niedrigsten Punktestand nach Hause, trotzdem war ich beschwingt und guter Laune.

Die Einschränkungen der Pandemie haben selbst das Skatspielen vorübergehend unmöglich gemacht; verwundert stelle ich fest, dass es mir fehlt: Warum ist das so? Ein Skatabend folgt festen Regeln, und wie jedes Ritual hat das etwas Entlastendes: Weil man eben zum Kartenspielen verabredet ist, kommen die Karten schnell auf den Tisch, es gibt nicht das gemeinsame Umkreisen der Frage »Was wird das hier heute für ein Abend?« Stattdessen bekommt jeder zehn Karten und los geht's: 18, 20, 2, 0 ... Die Regeln beim Skat sind nicht kompliziert, aber gerade so kompliziert, dass man aufpassen und mitzählen muss. Es bleibt kein Raum, um die Probleme des Tages weiterzuwälzen, sie sind vorübergehend abgeschaltet. Und in den kurzen Pausen, in denen gemischt und neu verteilt wird, bleibt Zeit zum Plaudern, aber keine Zeit, sich in irgendwelche Themen zu verhaken.

Skat ist ein bisschen wie Yoga – ohne Sport, dafür mit Geselligkeit. Nur: Skat hat ein echtes Imageproblem. Meine Assoziationen waren: Männer, Eekneipe, Bier. Mittlerweile denke ich, schade, dass es diese Orte und solche Spielrunden kaum mehr gibt. Es wird viel über gesellschaftliche Spaltung geredet, doch so ein Ritual hat das Potenzial, sie zu überbrücken. Es kann auch innovativ sein, sich auf etwas zurückzubedenken. Unterschiedliche Leute sitzen zusammen, einen Abend lang werden Runde für Runde die Karten neu verteilt, es gilt, etwas daraus zu machen. Das verbindet. Und ein gutes Blatt zu bekommen stiftet einen Moment echter Freude. Ich träume vom Null Ouvert Hand. **S**



VICENZA

FOPE

DAL 1929

Fotos: Pestarzt – Wellcome Collection



**Herzessache** »Früher hatte diese Nähmaschine einen Ehrenplatz im Wohnzimmer meiner Eltern. Auch wenn ich sie nur selten in Aktion erlebt habe, spürte ich doch immer den großen emotionalen Wert, den sie für meine Familie hatte. Sie stammt aus dem Besitz meines Großvaters, der unsere Firma gegründet hat. Meine Schwester und ich stellten uns immer vor, wie er mit einer Maschine die ersten Hemden geschneidert hat. Wenn wir spielten, tat einer von uns so, als nähte er, und der andere übernahm die Rolle eines Hemdenkäufers. Noch heute ist die Maschine für mich ein Synonym für Qualität, Beständigkeit und Zuverlässigkeit – die Werte unseres Unternehmens.«



Für jede Ausgabe von S spenden Prominente ein privates Objekt. Diesmal: die Anker-Nähmaschine von Frank Seidensticker, 58, der mit seinem Cousin Gerd Oliver das Unternehmen Seidensticker aus Bielefeld in dritter Generation führt.

**Schicken Sie Ihr Gebot bis 01.06. an [herzessache@spiegel.de](mailto:herzessache@spiegel.de). Der Erlös der Versteigerung geht auf Wunsch von Frank Seidensticker an das Förderprojekt »Aline« für alleinerziehende Mütter, [bielefelder-buergerstiftung.de](mailto:bielefelder-buergerstiftung.de)**



## High Glass

Die Weinkolumne

Die Winzerei ist noch immer ein Beruf, bei dem es auf Erfahrung und geschulten Geschmack ankommt. Kein Roboter kann einen Jean-Baptiste Lécaillon ersetzen, seit vielen Jahren Kellermeister des Champagnerhauses Louis Roederer in Reims. Mögen die Champagner hier wie überall von Maschinen gefüllt und ausgestattet werden, so ist der Inhalt doch vor allem eine menschliche Leistung. Kaum ein Produkt in der Welt des Weines wird in Stil und Geschmack so absichtsvoll kreiert wie das, was aus der Champagne kommt. Das gilt insbesondere für die Schaumweine, bei denen jedes Haus ähnlich wie bei Parfüms seine unverwechselbare Marke kultiviert, die unabhängig ist vom Jahrgang. Bei den raren Stillweinen, den Coteaux Champenois, gilt dies weniger, weil der Jahrgangscharakter Teil des Geschmacks ist. Dennoch sollte auch ein nicht schäumender »vin nature de Champagne« dem Stil des Hauses entsprechen. So wundert es nicht, dass sich Roederer fast 20 Jahre Zeit nahm, zwei Stillweine zu entwickeln, deren Klasse der des feinsten Champagners des Hauses entsprechen sollte: dem Cristal. Bei der Anlage der nur etwa einen halben Hektar großen, ökologisch bewirtschafteten Parzellen in Mareuil-sur-Aÿ (Pinot Noir) und Mesnil-sur-Oger (Chardonnay) wurde beste Genetik eingesetzt. Nach etwa elf Jahren war das Wurzelsystem der Pflanzen so ausgebildet, dass die Trauben das kreative Terroir schmeckbar machten. Es folgten diverse Ausbauverfahren, bis der 2018er als ideal empfunden wurde. »Hommage à Camille« – ein weißer und ein roter Wein, der Urgroßmutter des CEOs Frédéric Rouzaud gewidmet, die das Familienunternehmen über 50 Jahre prägte: Beide sind hinreißend feine, balancierte Stillweine mit der Eleganz und dem frischen Finale, das auch große Champagner auszeichnet. Von Camille gibt es nur 4000 Flaschen, von denen die meisten an Top-Restaurants gehen. **S**

Stephan Reinhardt, 53, bewertet etwa 4000 Weine jährlich für Robert Parkers »Wine Advocate«.

## Schnell und fair: Primark will Nachhaltigkeit für die Masse



**Katharine Stewart, 55**, arbeitet seit mehr als 20 Jahren für die Fast-Fashion-Kette Primark, seit 2009 im Bereich Nachhaltigkeit. 2021 wurde sie Director of Responsibility des Mutterkonzerns Associated British Foods

**S-Magazin** Kann eine Fast-Fashion-Marke wie Primark überhaupt fairer zu ihren Zulieferern und weniger schädlich für die Umwelt werden?

**Katharine Stewart** Wir suchen ständig nach Verbesserung. Deshalb haben wir ein Programm, mit dem wir Baumwollbauern umweltfreundliche Anbaumethoden lehren.

**S-Magazin** Was ist daran besser? Die Bauern ernten so mehr, verbrauchen weniger Wasser, chemische Düngemittel und Pestizide – ihr Gewinn

steigt, und die Baumwolle kostet uns am Ende nicht mehr. Wir haben im vergangenen Jahr 60 Millionen Teile aus nachhaltiger Baumwolle verkauft, bis 2022 werden 160 000 Farmer teilgenommen haben.

**S-Magazin** Insgesamt verkaufen Sie aber Milliarden von Kleidungsstücken, und das zu sehr niedrigen Preisen. Wäre es nicht innovativ, mehr Geld zu verlangen und zu signalisieren: Ressourcenverbrauch hat einen Wert?

**Stewart** Ich bin der Überzeugung, dass wir nachhaltiger produzieren müssen, aber das zum gleichen Preis. Höhere Preise garantieren keine verantwortungsvolle Herstellung. Außerdem haben wir viele Kunden, die sich nur begrenzt Dinge leisten können. Nachhaltige Produkte sollten aber für alle erschwinglich sein.

**S-Magazin** Bei höheren Preisen könnten auch Näherinnen besser bezahlt werden. Wegen deren Arbeitsbedingungen steht Primark derzeit wieder in der Kritik.

**Stewart** Beim Lohnthema muss die gesamte Branche zusammenarbeiten. Deshalb ist Primark Teil von ACT,

einer Initiative, die die Etablierung branchen- und landesweiter Tarifverhandlungen unterstützt.

**S-Magazin** Primark könnte doch alleine tätig werden. Zum Beispiel, wenn Vorwürfe laut werden, das Unternehmen halte sich nicht an Arbeitsschutzregeln wie zuletzt in Myanmar.

**Stewart** Bei allen Zulieferern achten wir darauf, dass die Gesetze und unser Verhaltenskodex eingehalten werden. Das kontrollieren wir selbst. Dazu besuchen wir die Firmen mindestens einmal pro Jahr. Können wir diese Kontrollen nicht zuverlässig durchführen oder die Umstände nicht ändern, beenden wir die Zusammenarbeit – etwa 2014 in Leicester, 2019 in Xinjiang und jüngst bei einer Partnerfirma in Myanmar.

**S-Magazin** Aber prinzipiell würden Sie weiter dort produzieren lassen?

**Stewart** Da die Lage dort schwieriger wird, vergeben wir aktuell keine Aufträge mehr dorthin. Laufende Bestellungen werden wir aber abnehmen. Wir halten uns an die Empfehlungen der britischen Regierung und unabhängiger Experten. *Philipp Löwe*



MR MARVIS  
AMSTERDAM

## ENTDECKE DIE PERFEKTEN SHORTS

Mit den Originals hat MR MARVIS eine Ikone geschaffen - Shorts mit ultimativer Passform und durchdachten Details. Die Originals werden in Portugal aus hochwertigem

Oeko-Tex-zertifiziertem Baumwoll-Stretchgewebe handgefertigt. Unsere perfekten Shorts gibt es jetzt in über 40 Farben. Für welche werden Sie sich entscheiden?

 GEFERTIGT IN PORTUGAL

 40+ FARBEN

 ELASTISCHER HOSENBUUND

 REISSVERSCHLUSSTASCHE

 KOSTENLOSER VERSAND

BESTELLE JETZT DEINE MR MARVIS SHORTS AUF [MRMARVIS.DE](http://MRMARVIS.DE)

**1/ Sophia Roe, 32, Köchin, Autorin, Food-Aktivistin**  
 Jacke: Levi's; Ringe: Tarin Thomas; Maske: kostenlose OP-Maske

**2/ Nicolette, 22, ehemalige Kunststudentin, derzeit arbeitslos**  
 Schuhe: El Dantes; Jeans: Greed Girl; T-Shirt: vintage; Kette: Beepy Bella; Jutebeutel: New School; Maske: selbst genäht

**3/ Devon, 31, Manager eines Fitnesscenters, derzeit arbeitslos**  
 Hoodie: Gilf Gavin; Weste: Uniform

**4/ Keisha, 25, Künstlerin**  
 Jacke: Geschenk; Schal: Souvenir aus einem Universitätsshop; Jutebeutel: Geschenk; Hose: Flohmarkt

**5/ Carlos, 34, Barbier**  
 T-Shirt: Geschenk; Jacke: Wellington; Hose: Foot Locker; Kappe: vintage

**6/ Jessica, 25, Studentin**  
 Pullover, Rock, Schmuck und Brille: alles vintage

**7/ Francisco, 60, ehemaliger Bodyguard und Entzugs-Coach**  
 Hut: vintage; Hose, Pulli und Gürtel: Salvatore Ferragamo; Mantel: H&M



## Die Farben von New York

Fotos: Jana Paskova  
 Text: Silvia Ihring

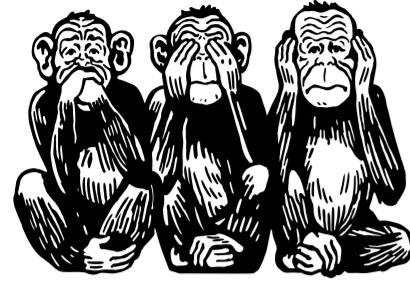
Einen New Yorker auf der Straße anzuhalten ist normalerweise kein leichtes Unterfangen. Die Menschen haben es immer eilig, es wartet das nächste Meeting oder der Uber-Fahrer. Doch seit Beginn der Pandemie, die die Metropole vor allem im vergangenen Jahr hart getroffen hat, ticken die Uhren langsamer in dieser sonst so atemlosen Stadt.

An einem sonnigen Werktag verweilen die Menschen am Tompkins Square im East Village, eine Band spielt Jazz, und der Hundepark ist voller kläffender Terrier. Viele Büroangestellte, die vor der Krise in den gläsernen Türmen von Midtown arbeiteten, haben sich in ihre Häuser in den Hamptons oder nach Upstate New York verzogen. Die Folge: Das Straßenszenario in Manhattan ist jünger und bunter. Secondhand-Kleidung, Mitbringsel vom vergangenen Urlaub und ausdrucksstarke Entwürfe von lokalen Designern haben die Brooks-Brothers-Anzüge und J.Crew-Blusen verdrängt. Statt Status und Position drückt die Mode Persönlichkeit und Haltung aus. »Die Leute haben ausgemistet, weniger Termine und mehr Zeit, darüber nachzudenken, was sie der Welt mit ihrer Kleidung sagen wollen«, sagt Stephanie Otto, Designerin einer US-Modekette.

Kaley Roshitsh, die beim Modefachblatt »Womens' Wear Daily« über Nachhaltigkeitsthemen berichtet, stimmt zu: »Die Menschen ziehen sich bewusster an.« Und zeigen Solidarität mit lokalen Designern und Betrieben, die sich mit Merchandising-Artikeln etwas dazu verdienen. Der Hoodie stammt vom Einmann-Label aus Brooklyn, der Schmuck von der Designerin, die Ketten auf Instagram verkauft, und der Jutebeutel mit dem Logo des liebsten Bagel-Bäckers wird so stolz getragen wie sonst eine Handtasche mit Gucci-Monogramm. Das Outfit wird somit zur Liebeserklärung an die Stadt, in der Geld nicht mehr alles ist – auch, weil viele New Yorker weniger davon haben als früher.

»Man merkt, dass die Menschen mehr auf die Preise achten. Sie kaufen bequeme, bezahlbare Mode«, sagt Bayr Ubushi, der als Stylist für die Boutique »Flying Solo« in Soho arbeitet. Street- und Sportswear bilden die Uniform des Homeoffice-Alltags, der mehr Lässigkeit und Laufstunden in der Mittagspause erlaubt. Die Maske gehört auch draußen auf Mund und Nase und wird oft passend zum Look gewählt. »Wir waren so lange eingesperrt«, sagt Roshitsh, »alle haben das Bedürfnis, sich auszudrücken.« **S**





**Konfuzius 2.0**  
Nicht-Wissen, Nicht-Können, Nicht-Dürfen sind die größten Barrieren für Innovationen

## So geht neu

Innovation bedeutet nicht nur, ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung zu entwickeln. Zur Lösung der großen gesellschaftlichen Herausforderungen ist komplett neues Denken gefragt. *Von Katharina Hölzle*

Das letzte Jahr hat uns eindrücklich vor Augen geführt, dass sich unsere Welt innerhalb kürzester Zeit komplett verändern kann und plötzlich nichts mehr so ist, wie es mal war. Um mit solchen Veränderungen und Herausforderungen umzugehen, brauchen wir Innovation und Veränderungsbereitschaft. Um mit den Worten Roman Herzogs aus seiner ersten Berliner Rede zu sprechen: »Die Fähigkeit zur Innovation entscheidet über unser Schicksal.« Innovation bedeutet dabei nicht nur, ein neues Produkt oder eine neue Dienstleistung zu entwickeln und auf den Markt zu bringen, sondern sie umfasst vielmehr den gesamten Prozess von der (Grundlagen-)Forschung über die Technologieentwicklung bis hin zu einer Veränderung des gesamten Ökosystems – in der Gesellschaft, in der Politik, bei den Unternehmen, bei jeder und jedem Einzelnen. Diese Veränderungen stellen Bewährtes infrage und erfordern neue Fähigkeiten. Das kann Widerstände hervorrufen, die wir in der Forschung als Innovationsbarrieren bezeichnen. Um Innovationen über alle Ebenen und Akteure hinweg erfolgreich umzusetzen, müssen diese Hindernisse erkannt und überwunden werden. Sie äußern sich in den Barrieren des Nicht-Wissens, Nicht-Könnens und Nicht-Dürfens. Beim Nicht-Wissen fehlen die Fähigkeiten und Kenntnisse, Probleme zu erkennen, Ideen zu entwickeln und Innovationen umzusetzen. Beim Nicht-Können fehlen Ressourcen wie Geld, Zeit oder Unterstützung. Beim Nicht-Dürfen verhindern die rechtlichen, organisatorischen oder gesellschaftlichen Vorschriften Innovation.

Deutsche Unternehmen und Forschungsinstitute waren und sind in vielen Bereichen Innovationsführer. Bosch oder Siemens beispielsweise als große, die Hansgrohe Group aus der Sanitärbranche oder der Maschinen- und Anlagenbauer Aumann als mittelgroße, Inpuls (intelligente Werkstoffe) oder Oemeta (Kühlschmierstoffe) als kleine Unternehmen. Diese Unternehmen zeichnen aus, dass sie unternehmerisch denken und handeln, einen starken Fokus auf Forschung und Entwicklung legen und Mechanismen zur Überwindung von Innovationsbarrieren geschaffen haben. Dabei geht es vor allem darum, die Menschen, die sich für Innovation begeistern, zu motivieren und ihr Wissen, ihre Fähigkeiten und ihre Ressourcen für die kreative Bewältigung dieser Barrieren einzusetzen. So hat Bosch einen Innovation Think-tank geschaffen, der früh im Innovationsprozess die Barrieren des Nicht-Könnens und Nicht-Dürfens überwindet. Hilfreich ist aber auch die Zusammenarbeit über Abteilungen, Disziplinen und Organisationen hinweg. Dies kann durch Innovationsplattformen erfolgen, auf denen Ideen gesammelt werden, oder durch Netzwerke, in denen kleine und große Unternehmen, Forschungseinrichtungen und Hochschulen, Gesellschaft und Politik zusammenarbeiten und gemeinsam Innovationen entwickeln. Ein Beispiel ist die Plattform #WirVsVirus. Sie wurde von der Bundesregierung gefördert und motivierte im März 2020 innerhalb von 48 Stunden 28 361 Menschen,

virtuell zusammen an über 1500 Ideen zu arbeiten. Daraus entstanden mehr als 150 Projekte, aus denen bereits die ersten Gründungen hervorgegangen sind. So wie die digitale Plattform LabHive. Sie vernetzt Diagnostiklabore bundesweit und unterstützt sie bei der Sars-CoV-2-Testung. Das interdisziplinäre Team treibt voller Enthusiasmus seine Vision »Spread the test – beat the virus!« voran.

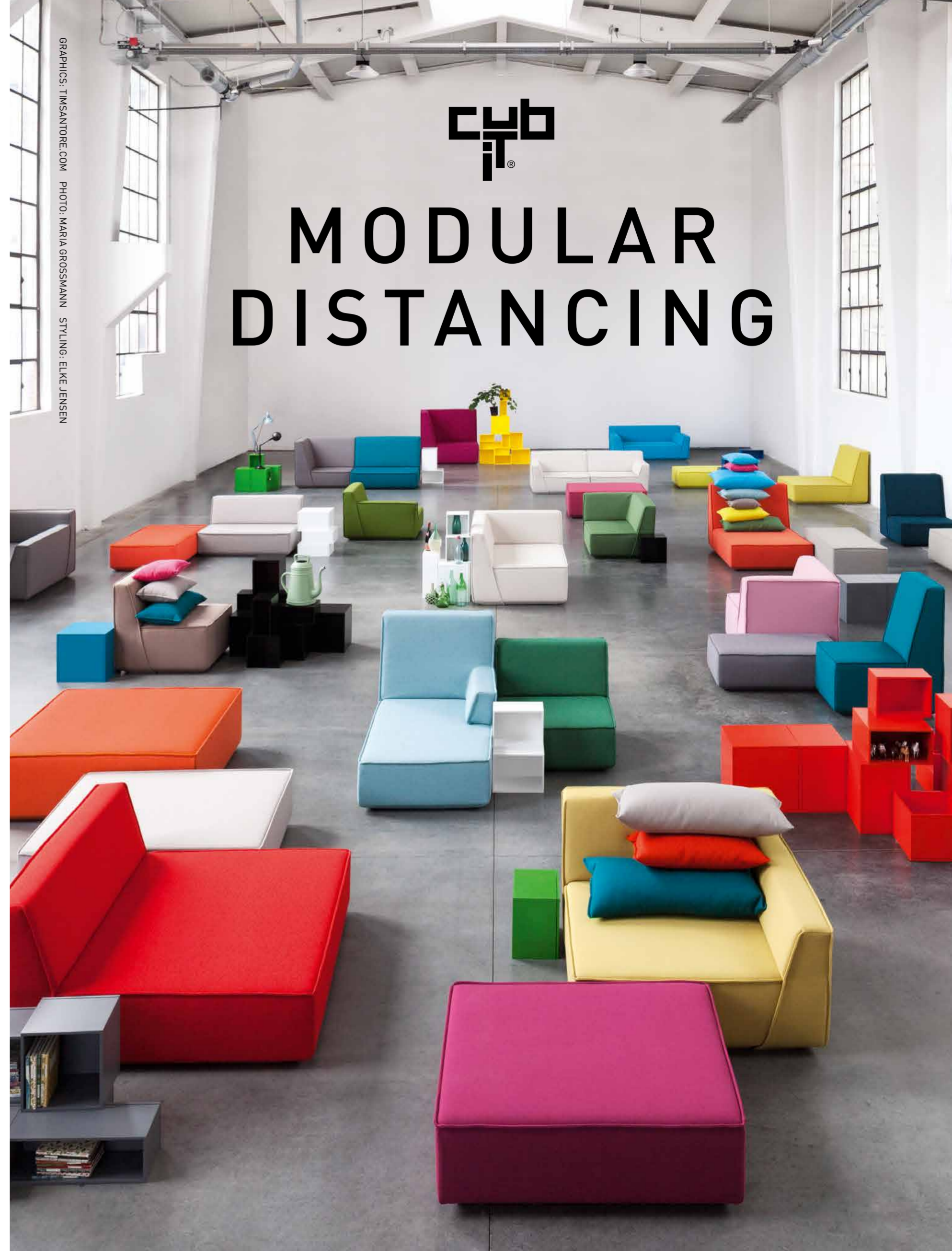
Im Kontext der digitalen Transformation, also der Einführung digitaler Technologien in Unternehmen, beobachten wir aktuell ein vermehrtes Aufkommen von Innovationsbarrieren. Da heißt es dann: »Die Auftragsbücher sind voll – wir haben dafür keine Zeit/Ressourcen«, gerne auch »Wir wissen nicht, wie das geht« oder »Wer soll das denn machen?« In den meisten Unternehmen liegt es dabei nicht an den Technologien, sondern häufig an fehlender Motivation, mangelnden Fähigkeiten oder einer Unternehmenskultur, in der schnelles zyklisches Arbeiten, Scheitern und Risiko negativ belegt sind. Dies hängt einerseits mit dem deutschen Streben nach Perfektion und Formalisierung, aber auch mit Unsicherheit in Zeiten konstanter Veränderung und zunehmender Globalisierung zusammen. Schrittweise Verbesserungen durch inkrementelle Innovationen und Prozessoptimierungen haben wir perfektioniert, mit disruptiven (oder Sprung-) Innovationen, die erfordern, dass wir ganz neu denken, tun wir uns schwer.

Im Rahmen unserer Forschung und Lehre arbeiten wir mit Studierenden, Politikern sowie kleinen, mittelständischen und großen Organisationen zusammen und begleiten sie bei ihren Veränderungsprozessen. Dabei ermuntern und qualifizieren wir und initiieren Umsetzungsprojekte. Und stellen immer wieder fest, dass Lust auf Veränderung und Innovation geweckt und erlernt werden kann, wenn die Rahmenbedingungen entsprechend gestaltet werden und eine Unterstützung »von oben« vorhanden ist. Es entsteht ein positiver Innovationskreislauf, durch den Freude am Gestalten und Experimentieren erlebt und umgesetzt werden kann.

Ich wünsche mir, dass wir alle diese Lust an Innovationen erleben können, im Kleinen und im Großen. Die Möglichkeiten dafür müssen wir als Gesellschaft schaffen, in der Bildung, in der Wirtschaft und Wissenschaft und in der Politik. Nur so werden wir die großen gesellschaftlichen Herausforderungen wie die Covid-19-Pandemie, den Klimawandel, soziale Ungleichheit oder die Auswirkungen der alternden Gesellschaft aktiv, innovativ und nachhaltig lösen.

**Katharina Hölzle** ist Professorin für IT-Entrepreneurship am Hasso-Plattner-Institut der Universität Potsdam. Die promovierte Wirtschaftsingenieurin forscht zu Digital Entrepreneurship und Innovation, digitalen Geschäftsmodellen und Ökosystemen. Seit 2019 ist sie stellvertretende Vorsitzende der Expertenkommission Forschung und Innovation, welche die Bundesregierung berät. Sie ist Mitglied im Hightech-Forum und Herausgeberin der Zeitschrift »Creativity and Innovation Management«.

Illustration: Three Wise Monkeys – Getty Images



GRAPHICS: TIMSANTORE.COM PHOTO: MARIA GROSSMANN STYLING: ELKE JENSEN

# MODULAR DISTANCING

REGALE UND SOFAS VON CUBIT – KONSEQUENT MODULARE MÖBEL  
PLANEN UND BESTELLEN VIA [CUBIT-SHOP.COM](https://www.cubit-shop.com)

**CUBIT®**  
MODULARE  
MÖBEL

# 10

WIR STELLEN INNOVATOREN UND INOVATORINNEN VOR, DIE UNSERE ZUKUNFT HEUTE GESTALTEN. ES GEHT UM BIONIK UND BILDUNG, NACHHALTIGE MÖBEL UND MODE, DIE SCHÖNHEIT DER NATUR UND VIRTUELLE REALITÄTEN, UM KÜNSTLICHE INTELLIGENZ IN DER KOSMETIK, UM CHANCEN DURCH DIE KRISE UND UM HILFSMITTEL FÜR DIE GEISTIGE GESUNDHEIT

## DIE AFFEN SIND LOS

Es fehlt Milch für den Kaffee oder Wildbrokkoli fürs Dinner? Kein Problem: Die Kuriere von Gorillas liefern innerhalb von zehn Minuten nach Bestellung. Möglich macht das Kağan Sümer. Der fahrradverrückte Türke verwirklicht in Berlin seinen Unternehmertraum. *Von Anja Rützel*

Wenn Menschen sagen, sie seien »ganz schön verrückt«, meinen sie damit meist Crazytaten wie den Nachtschiff als Hauptgericht zu essen. Wenn Kağan Sümer sagt, er sei »madly in love« mit Fahrrädern, meint er damit, zu einer Tour von seiner Heimatstadt Istanbul nach China aufzubrechen. Nach dem Uni-Abschluss fuhr er los, fünfeinhalb Monate brauchte er bis in die Berge von Kirgisistan, wo ihn die Höhenkrankheit erwischte. »Ich erholte mich in einem Bauernhof«, sagt Sümer, »und erspielte mir bei einer Partie Schach ein Pferd, das ich gegen mein Rad tauschte.« Reitend habe er die Reise über Bischkek, die Hauptstadt von Kirgisistan, bis nach Almaty in Kasachstan fortgesetzt. Die meisten der fünfeinhalbtausend Kilometer absolvierte er dann aber doch auf dem geliebten Fahrradsattel.

Eine wilde Geschichte. Sie passt zu Sümers Geschäfts-idee, die auch nach einer waghalsigen Wette klingt: Binnen zehn Minuten liefern die Fahrradkuriere seiner Firma Gorillas seit Kurzem per App bestellte Dinge des täglichen Bedarfs. Ist morgens keine Milch mehr da, klingelt der Gorillas-Fahrer also idealerweise dann, wenn der Kaffee gerade fertig gebrüht ist. Selbst wenn der Fahrer mal fünf Minuten mehr benötigt, müsste man schon sehr supermarktnah wohnen, um diese Zeit beim Selbsteinkauf zu schlagen. Und man bräuhete einen wohlsortierten Laden, der mit dem Gorillas-Sortiment mithalten könnte: Wildbrokkoli, Schokolade von Joko Winterscheidt, Capital-Bra-Pizza, Superfood-Kaffee, dazu Kosmetikartikel, FFP2-Masken und Covid-Antigentests...

Nicht nur wegen der Corona-Utensilien passt Gorillas so gut in diese Zeit, dass es nicht mehr lange dauern kann, bis erste Verschwörungsfabulierer krähen, das Berliner Start-up habe die Pandemie selbst gebastelt, um davon zu profitieren. Weil der Blitzlieferdienst nun mal perfekt die Bedürfnisse der Menschen erfüllt, die bei jedem Einkauf das Risiko abwägen, sich mit dem Virus anzustecken. Und weil neben der Schnelligkeit die Lieferung per E-Bike auch unschlagbar umweltfreundlich ist.

In kaum mehr als zehn Monaten ist Gorillas auf 16 Städte expandiert, darunter Amsterdam, London, Hamburg und Paris, mehr als 1000 Fahrer liefern die Bestellungen aus 40 Lagern aus, das Sortiment umfasst gut 2000 Produkte und wächst weiter. Bis Ende 2020 hatte Gorillas bereits 36 Millionen Euro bei Investoren eingesammelt, gerade erhielt Sümer weitere 244 Millionen Euro. Damit lässt er nicht nur die Konkurrenz von Flink hinter sich, einem Start-up mit ähnlichem Geschäftsmodell. Gorillas darf sich angesichts einer Firmenbewertung von mehr als einer Milliarde US-Dollar sogar mit dem Titel »Einhorn« schmücken. Kein anderes Start-up in Europa erreichte diesen Status schneller.

Wie ein Einhorn-Chef kommt Kağan Sümer jedoch nicht rüber. Die Haare unter seiner Baseballkappe stehen wie Hörnchen ab. »Er sieht aus wie einer seiner Kuriere, ganz anders als der typische Gründer mit Hemd und Business-School-Hintergrund«, sagt Philipp Westermeyer, Gründer der Digitalplattform OMR. »Kağan ist ein Leidenschaftstyp, der versucht, Gorillas wie ein Familienunternehmen zu führen.« Dazu gehört auch, dass der Chef so oft wie möglich selbst ausliefert. »Er fühlt sich wie ein Fahrradkuriere, kann aber auch ein paar Hundert Millionen Finanzierung lockermachen«, staunt Westermeyer.

Fotos: Gorillas (3)

Dass Sümer sich einmal ausgerechnet fürs Radfahren begeistern würde, war unwahrscheinlich. »Istanbul ist bergig, und es gibt keine Radwege«, sagt der 33-Jährige. Er wünschte sich trotzdem ein Fahrrad, und seine Eltern kauften eins. Sümer erinnert sich an die Worte des Händlers: »Es ist ganz einfach, das kannst du mit geschlossenen Augen.« Die Aufmunterung nahm Sümer wörtlich: »Ich ging in einen Park, trat in die Pedale, schloss die Augen und fuhr in einen Fluss.«

Seine Eltern sind beide Ärzte, doch Sümer wusste schon früh, dass er Unternehmer werden wollte. »Mediziner sind sehr fürsorglich, aber meist keine guten Geschäftsleute.« Dank diverser Stipendien besuchte Sümer eine Privatschule. Er habe schnell gemerkt, dass seine Freunde nicht nur mehr Geld hatten, sondern auch freier und selbstständiger in ihren Entscheidungen schienen als er. Er folgerte, das liege daran, dass ihre Eltern Unternehmer seien. »Meine Freunde bekamen dadurch ein anderes Denken: Doing something on your own works other muscles.« In der englischen Sprache fühlt sich Sümer momentan noch wohler als mit Deutsch.

Als er nach seinem Studium der Mechatronik und einer Beratertätigkeit bei Bain & Company vor zwei Jahren nach Berlin kam, arbeitete er beim Teilnehmungsunternehmen Rocket Internet, aber er wollte etwas Eigenes aufbauen – und kam auf die Gorillas-Idee. War er privat mit dem Rad unterwegs, kalkulierte er Lieferzeiten. »Ich bin extrem ungeduldig, darum habe ich noch nie bei Amazon bestellt. Dauert mir zu lange.« Was gab ihm den Schub, es tatsächlich besser zu machen? Er zeigt einen an die Wand gepinnten Fünf-Euro-Schein. »Es war ein windiger Tag und plötzlich wehte dieser Schein gegen mein Bein«, erzählt er. Das musste ein Zeichen sein, bald werde Geld kommen, ganz sicher.

Gorillas startete in Sümers Wohnzimmer. Er räumte die Möbel raus und zog Regale ein, bis nur noch die Yogamatte seiner Frau Platz hatte. Die Gattin sei schwerst sauer gewesen: Sie hatte gerade ihre Ernährung umgestellt und wollte sich fortan zuckerfrei ernähren – was schwerfällt, wenn man in einem Schokoladenlager lebt.

Noch so eine wilde Geschichte. Man glaubt sie ihm, so wie die schelmenromantische Episode, wie Sümer seiner Mutter das Geld für die erste Expansion abluchste, nachdem potenzielle Investoren ihn zunächst ausgelacht hatten: »Ich erzählte ihr, es hätte geklappt mit der Finanzierung, ich bräuhete nur noch Geld für den Anwalt.« Anschließend habe er mit dem mütterlichen Zuschuss das erste Lager angemietet.

Man könnte denken, dass er dort vor allem Bier und Chips vorhalten muss. Doch Sümer sagt, er verkaufe viel Frischware, zum Beispiel Beeren. 1,80 Euro Liefergebühr verlangt Gorillas, unabhängig vom Warenwert. Eine Mindestbestellsumme gibt es nicht, und die Preise liegen auf Supermarkt-Niveau. Die Frage, wie sich das rechnen soll, amüsiert Sümer: Gorillas erwirtschaftet an einigen Standorten bereits operative Gewinne, sagt er. Dabei gilt das Liefergeschäft als schwierig, selbst Edeka und Rewe sind mit ihren Diensten noch nicht profitabel. Man sehe, so Sümer, dass die Nutzer ihre Warenkörbe mit der Zeit vergrößern, da sie Vertrauen in den Service und die Produkte gewinnen. Mehr Lager sollen es künftig zudem ermöglichen, die reine Fahrzeit zum Kunden von acht auf fünf Minuten zu reduzieren. Auch die Gorillas-Rider sollen vom Wachstum profitieren: Eine Million der jüngsten Finanzierungsrunde wurde als Bonus an sie verteilt, mit einem Fortbildungsprogramm sollen sie künftig zudem die Chance erhalten, in andere Unternehmensbereiche aufzusteigen. Gorillas will in mehr als zehn Länder und über 50 Städte expandieren, darunter New York. Kağan Sümer wirkt allerdings aufgeregter, wenn er über einen anderen Standort spricht, der bald bedient werden soll: »Mannheim ist einfach meine Lieblingsstadt«, sagt er. Sümer hat dort eine Weile gewohnt und die Subkultur dort schätzen gelernt. »Dort werde ich zum Start auf jeden Fall selbst ausliefern.« Was soll man sagen: Kağan Sümer fährt einfach sehr gerne Fahrrad.

## 01



01



02



03

01 **Kağan Sümer**, 33, der Chef-Gorilla, liebt Radfahren, sieht aus wie einer seiner Kuriere und versteht es, gleichzeitig so aufzutreten, dass er Hunderte Millionen Euro zur Expansion erhält

02 **Riders** nennt Gorillas seine aktuell rund 1000 Fahrradkuriere, die in schwarzer Uniform in derzeit 16 Städten im Blitztempo ausliefern

03 **Warehouses**, 40 gut sortierte Lager in urbanen Zentren, schaffen die Logistik für Blitz-Lieferungen von aktuell rund 2000 Produkten



Fotos: Vincent Callebaut



**Von Bienen lernen**  
Der »Pollinator Park« (großes Foto) von Vincent Callebaut ist eine reine Vision. In der Virtual Reality Experience wird eine Insektenwelt erlebbar: [https://ec.europa.eu/environment/pollinator-park\\_fr](https://ec.europa.eu/environment/pollinator-park_fr)



**Turmtwist**  
Callebauts Wohnturm »Tao Zhu Yin Yuan« in der taiwanesischen Hauptstadt Taipeh wurde 2018 fertiggestellt und mit mehreren Umweltzertifikaten ausgezeichnet

# 02

Ich stamme aus La Louvière, einer vom Kohlebergbau und der Stahlindustrie geprägten Kleinstadt in Belgien, deren Niedergang ich in den Achtzigerjahren hautnah mitbekam. Viele Innenstädte, deren Abstieg in der Zeit begann, suchen heute nach neuer Lebensqualität. Mir wurde damals klar, wie wichtig Architektur und Stadtentwicklung für das Glück der Menschen sind.

Die Pandemie hat gezeigt, wie wichtig die Natur auch für unsere Städte ist. Landleben im Urbanen ist möglich, indem wir Natur und technischen Fortschritt vereinen. Ich nenne dieses Konzept »Archibiotic«, eine Vereinigung von Architektur, Bionik, Technologie der Information und Kommunikation. Mit einem Minimum an Ressourcen soll eine zirkuläre Wirtschaft erschaffen werden, die Stadt wandelt Abfälle in erneuerbare Energien um. Das kann zum Beispiel mit Ökosystemen aus Miniwäldern, bepflanzten Häusern und begrünten Hügeln auf Dächern gelingen. Bauernhöfe in der Stadt können Biogemüse direkt dort produzieren, wo es verzehrt wird. CO<sub>2</sub>-Neutralität lässt sich erreichen, indem erneuerbare Energie effizienter genutzt und mit Sonnenkollektoren oder Windrädern umweltschonend erzeugt wird. Ich habe solche Projekte bereits vor 15 Jahren entwickelt, aber damals interessierte sich kaum jemand dafür. Inzwischen haben viele Gemeinden Bürgermeister, die versuchen, Urbanität und Ökologie zusammenzubringen. Wissenschaftler mahnen, die Generation Z rebellierte – es geht um die Ökologie unseres Lebensstils! Metropolen dürfen sich nicht weiter horizontal ausweiten. Wir brauchen dichtere, also vertikalere Städte, in denen alles, was man braucht, in 15 Minuten Fußweg erreichbar ist. Wir schaffen »energetische Solidarität«, indem Büro- und Wohngebäude untereinander Energie austauschen: Werden etwa im Sommer tagsüber die Büros gekühlt, kann die Energie nach Dienstschluss in den benachbarten Wohnungen genutzt werden. Die Energierechnung halbiert sich. Diese Idee habe ich unter anderem in dem Stadtkonzept für »Paris Smart City 2050« vorgesehen.

Beim Wohnturm »Tao Zhu Yin Yuan« in Taipeh konnten wir durch den Einsatz von Techniken aus der Bionik ebenfalls viel CO<sub>2</sub> einsparen. Beim Bau haben wir zum Beispiel stärker auf Holz gesetzt als auf Beton und Stahl. Das Hochhaus ist in sich gedreht, die Balkone sind versetzt angelegt und mit insgesamt 23.000 Bäumen bepflanzt, die Kohlendioxid absorbieren und für Kühlung sowie etwas Feuchtigkeit sorgen. Dieser Turm beweist, dass der Einklang mit der Natur und das Prinzip Landleben mitten in der Stadt möglich sind. *Protokoll: Barbara Markert*

**Aus Utopien wird Realität** Vincent Callebaut ist Fan von Comics und Jules-Verne-Romanen. Schon als Kind hat er schwimmende Städte gezeichnet. Der belgische Architekt galt als Utopist, bis seine Projekte auf der Weltausstellung in Shanghai 2010 schließlich internationale Anerkennung fanden. Heute zählt er zu den besten »grünen Architekten« der Welt.





# 03

Bis ein Maßanzug sitzt, reisen unsere Schneider viermal im Jahr zu unseren Kunden nach Asien oder in die USA. Mit Ausbruch der Pandemie war das nicht mehr möglich. Wir entwickelten in kürzester Zeit eine Technologie, die die aufwendigen Sitzungen ersetzt – und trotzdem einen perfekt sitzenden Anzug hervorbringt. Der Kern unseres »Teleporting Bespoke Service« ist eine Art Roboter: »Mr Hammick«, benannt nach unserem berühmten Maßschneider aus den Siebzigerjahren. Gängige Körperscanner arbeiten für unsere Zwecke nicht präzise genug. Mr Hammick besitzt jedoch einen dreifachen optischen Zoom und liefert hochauflösende Bilder, anhand derer unsere Schneider in London präzise arbeiten können – fast so wie bei bildgebenden Verfahren in der Chirurgie. Der Vorteil für den Auftraggeber: Er erhält seinen Anzug bereits nach sechs Monaten, also doppelt so schnell wie bisher. Die Kunden sind zudem viel entspannter, wenn Mr Hammick sie vermisst. Das macht sich am Ende auch bei der Passgenauigkeit bemerkbar. *Protokoll: Barbara Markert*

**Traditionsbruch an der Savile Row** Taj Phull ist Jurist, Technikfreak und seit 2019 Verkaufschef beim Londoner Traditionsschneider Huntsman, für den mittlerweile acht Roboter in den USA, in China, Südkorea, Singapur und Japan im Einsatz sind. Ein menschlicher Assistent steht ihnen zur Seite.

# 04



**Pionier für verantwortungsbewusste Mode** Seinen Namen hat er zum Programm gemacht: »Raemade, Raeduced, Raecycled«. Der Brit gilt als einer der innovativsten Designer der Gegenwart. Er hat eine eigene Kollektion, kooperiert mit der Pflegemarke Aesop und arbeitet als Kreativchef des Outdoorlabels Timberland

Ich bin mit zwei älteren Brüdern in Kent südöstlich von London aufgewachsen. Die Grafschaft wird auch der »Garten Englands« genannt. Die Liebe zur Natur wurde mir in die Wiege gelegt, und sie war wichtig in unserer Erziehung. Gern gingen wir auf Erkundungstour und erfanden Dinge. Unser Vater forderte uns oft auf, etwas zu malen, das wir danach gemeinsam zusammenzubauen versuchten. Ihm war es wichtig, unsere Schaffenskraft und unseren Einfallsreichtum zu fördern.

Der Begriff »Innovation« bedeutet für mich Verantwortung und Verpflichtung zugleich. Nur wer sich verantwortlich fühlt, treibt Entwicklungen voran. Und ich möchte nur Dinge schaffen, die wirklich wertgeschätzt und gebraucht werden. Wir leben in einer Zeit, in der es nicht mehr nur darum geht, sich als Designer ästhetisch zu verwirklichen. Design sollte Problemlösung bieten und schöne Produkte erschaffen. Kreativität heißt, Lösungen zu finden. Dabei gibt es einen Handlungsrahmen und Herausforderungen.

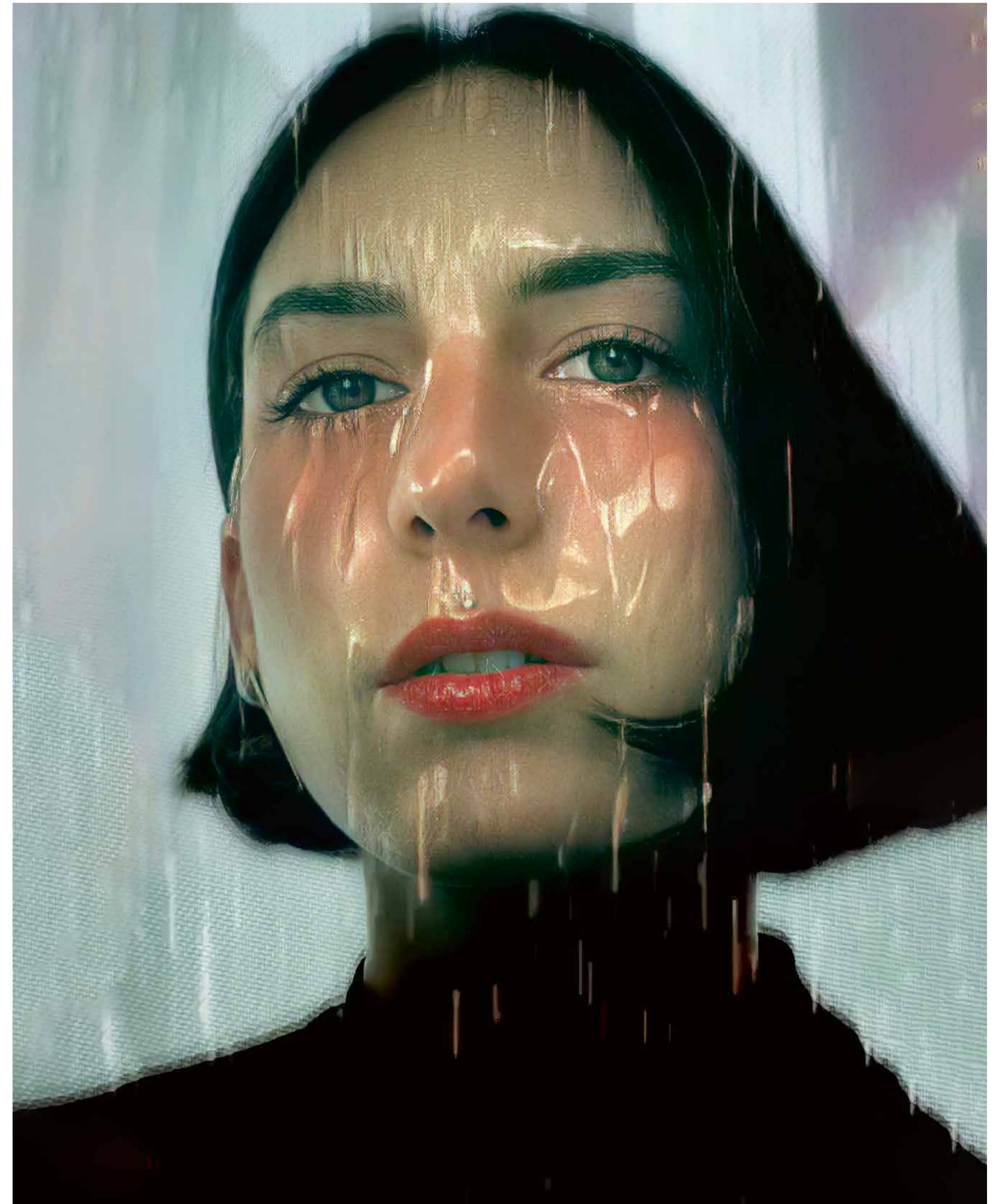
Wer jetzt liefert, ist wirklich kreativ. Besonders die Modeindustrie ist an einem Punkt angelangt, an dem sich etwas ändern muss. Das wissen sowohl Produzenten als auch Designer, und die Konsumenten fordern es ein. Wie innovativ und glaubwürdig nachhaltig eine Marke in dieser Branche ist, sieht man nicht zuletzt daran, wie sie mit Materialien umgeht. Ich habe mit meinem Team einen Sneaker aus Zuckerrohrfasern entwickelt. Diese Fasern sind ein Abfallprodukt, das sich hervorragend dazu eignet, Mode daraus zu machen. Die Sohle besteht aus Naturkautschuk. Der ganze Schuh ist biologisch abbaubar.

Es ist nicht neu, Naturfasern zu abbaubaren Stoffen zu verarbeiten. Die Möglichkeiten werden aber noch nicht so genutzt, dass diese Materialien in Masse produziert werden könnten. Das wäre eine Innovation: ein Sneaker für alle, der ohne ein Gramm Plastik auskommt und unserer Erde nicht schadet.

Ich will Dinge besser machen. Wir müssen – um klimaneutral und kreislauffähig zu produzieren – viel mehr Materialien nutzen, die sonst im Müll landen würden: auch Plastikflaschen, Leder- oder Wollreste. Recycling allein wird die Umwelt nicht retten, aber es ist wichtig, dass Kleidungsstücke am Ende ihrer Nutzung zerlegt und wiederverwertet werden können. Ich setze auf Langlebigkeit. Bei Timberland kann ein Schuh länger als 20 Jahre halten. Die Lederreste können danach weiter genutzt werden.

Wir setzen bei der Marke sehr viele natürliche Materialien ein und fokussieren uns zudem auf regenerative Landwirtschaft, um einen positiven Beitrag für den Planeten zu leisten. Viele Technologien sind noch in einer Testphase. Aber die ganze Branche rückt zusammen, versucht, gemeinsam Lösungen zu finden. Das ist radikal neu und führt weg vom Wettbewerbsdenken, das wir bislang kannten.

Wir müssen nicht verzichten, wir brauchen aber gute Produkte. Ich habe mir etwa einen Komposthaufen angeschafft, sehr zu empfehlen! Aus seinem Kreislauf entsteht Leben. Ich empfinde es als Wunder, dabei zuzusehen. Alte Blätter und Zweige, Obst- und Gemüsereste – all das wird zu fruchtbarem Humus. Und über Kompostwärme lässt sich noch Energie gewinnen. Einfach und sinnvoll. *Protokoll: Aicha Reh*



# 05

Foto: Jana Jaskowska

Ich erforsche die Zukunft der Schönheit. Wie können unsere Körper mit der Technik fusionieren? Man kann mich einen Nerd nennen. Früher habe ich Computerspiele gehackt, weil ich sie mir nicht leisten konnte. Erweiterte Realität ermöglicht Dinge, die im echten Leben nicht möglich wären. Meine Filter sind eine Art körperliche Kunstform, eine Möglichkeit, sich virtuell neue Identitäten zuzulegen. Privat bin ich zurückhaltend, online kann ich dagegen auftragen wie eine Dragqueen. Ich glaube, wir werden immer mehr zu Cyborgs. Die Grenzen zwischen physischem Sein und digitalem Selbst brechen auf. Mein Traum? Dass wir irgendwann Upgrades für uns selbst kaufen können. *Aussagen aus Social Media*

**Virtuelle Identitäten** Die diplomierte Multimediakünstlerin entwickelt individuelle Gesichtsfiler für Instagram – etwa für die Musikerinnen Lady Gaga und Billie Eilish. Die Französin arbeitet zudem für Marken wie Nike, Burberry oder Microsoft und hat das erste digitale Kleid entwickelt, das über Blockchain verkauft wurde. Die Kultzeitschrift »Dazed« kürte sie 2020 zu einem der 100 kreativsten Köpfe einer neuen Generation.

# 06

Die Schönheit, aber auch die Zweckmäßigkeit der Natur faszinieren mich. Ich bin davon überzeugt, dass wir von ihr lernen und so eine bessere Zukunft gestalten können. Es wird eines Tages normal sein, Autos, Häuser und Computer zu schaffen, die auf von Tieren oder Pflanzen inspirierten Technologien aufbauen, etwa auf selbst wachsenden korallenähnlichen Strukturen. Ohne Abfall und ohne lange Transportwege bei der Herstellung.

Die Natur ist ein unerschöpfliches Ideenreservoir, die Blätter von Schattenpflanzen etwa besitzen Oberflächenstrukturen, mit denen sich die Funktionalität von Solarzellen verbessern ließe. Momentan arbeite ich daran, die effektivsten Muster auf Zikadenflügeln zu identifizieren und mittels eines Abdruckverfahrens auf andere Oberflächen zu übertragen. Bakterien und Viren werden auf den Flügeln mittels Vibrationen zerstört: eine Eigenschaft, die auch bei medizinischen Instrumenten oder Türklinken nützlich sein könnte.

Innovation bedeutet heute leider oft, dass aus alten Hüten neue gemacht werden. Die meisten Forschenden arbeiten in einer Innovationsindustrie, die ständig neue Produkte auf den Markt bringt, die möglichst viel können. Viele Leute glauben deshalb, wir befänden uns auf der Reise in eine bessere Zukunft. Wir sollten allerdings nicht nur unmittelbar anwendungsorientiert denken, sondern auch gesellschaftliche Probleme lösen: Wir sind jetzt schon acht Milliarden Menschen, die immer hungriger werden – nicht nur nach Nahrung, sondern auch nach Digitalisierung, nach einem höheren Lebensstandard. Wichtiger also als Innovationen, die entstehen, weil wenig risikobereite Investoren unter Erfolgsdruck auf kurzfristige Lösungen setzen, ist es, eine neue Form des Denkens zu entwickeln. Man sollte andere Sichtweisen und interdisziplinäre Arbeit nutzen. Schon Einstein hat gesagt, dass man Probleme niemals mit derselben Denkweise lösen kann, durch die sie entstanden sind.

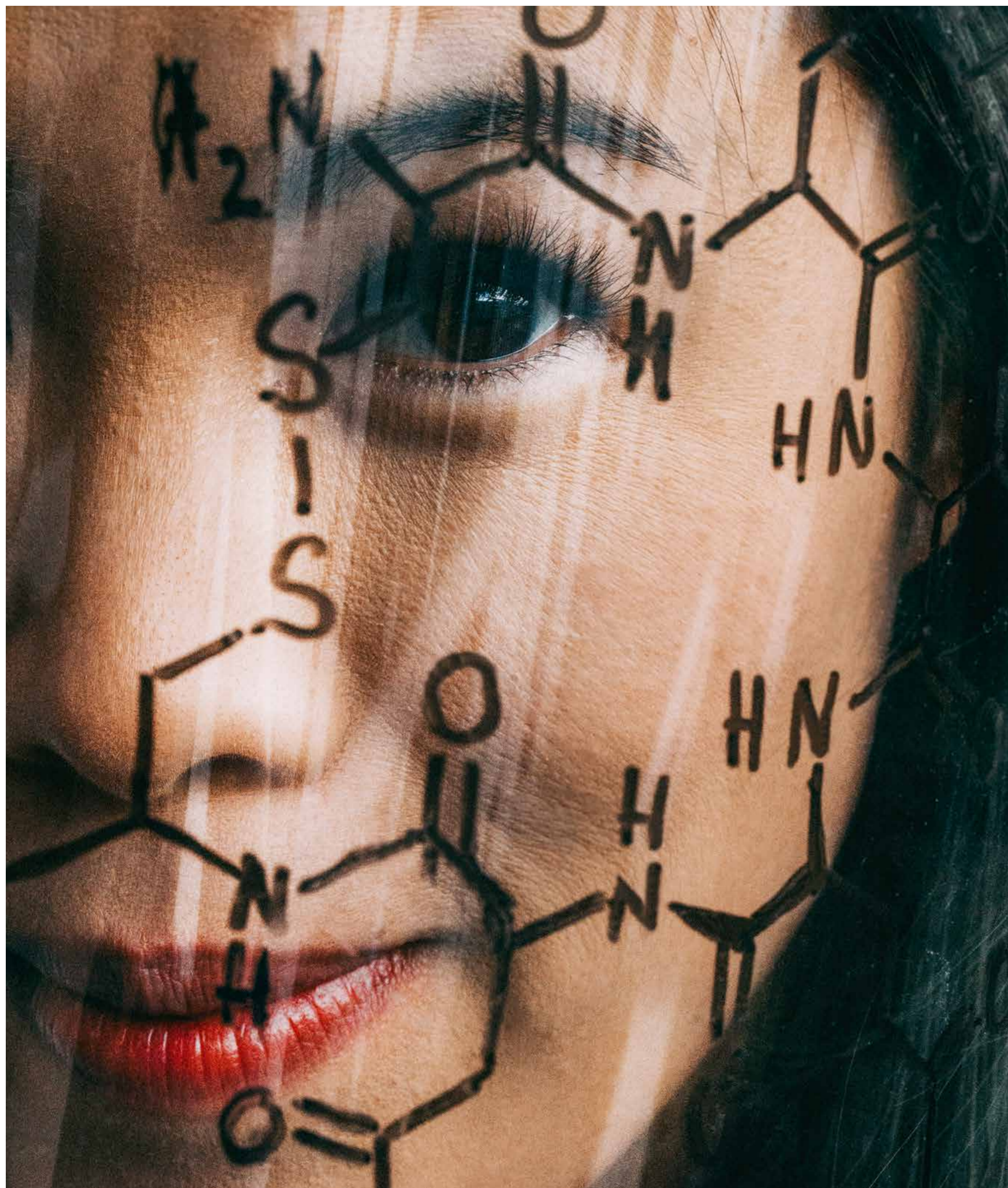
Wir stehen an einem Wendepunkt. Bis 2050 wird ein neues Zeitalter eingeleitet, in dem wir uns mit der Verbindung von Mensch und Maschine beschäftigen: mit neuronalen Implantaten, virtuellen Parallelwelten oder der Erfassung von Gehirnwellen statt akustischer Sprache. Wir müssen überlegen, wie eine Welt aussehen kann, die nicht Gefahr läuft zu kollabieren. Wir brauchen Systeme, die unabhängig von globalen Krisen funktionieren. Mir schwebt etwas vor, das ich »Ei« nenne: ein energieoptimiertes integriertes Werkzeug, das unter geringer Energiezufuhr aus regionalen Materialien schnell Strukturen produzieren und am Ende wieder zersetzen kann – wie ein Samenkorn, dessen genetische Information die Lichtenergie dazu verwendet, in der Natur vorkommende Stoffe in eine Ordnung zu bringen und wieder verrotten zu lassen. So könnten unsere Nachkommen vieles zu Hause »wachsen« lassen, ohne auf Fertigungsanlagen und globale Lieferketten angewiesen zu sein. Das »Ei« wäre vernetzt mit dem Menschen und dessen Informationswolke und würde dadurch zu einem dienstbaren Geist. Es könnte das ultimative Werkzeug der Zukunft sein.

*Protokoll: Beatrix Gerstberger*

**Vorbild Natur** Ille Gebeshuber ist Professorin an der Technischen Universität Wien und beschäftigt sich mit Fragen der Nanophysik und Bionik. Sie zählt zu den 100 wichtigsten Physikerinnen weltweit. 2020 erschien ihr Buch »Eine kurze Geschichte der Zukunft« im Herder-Verlag.



Foto: Andreas Jackwerth / laif



# NOMOS GLASHÜTTE



07

Impfstoffe werden immer mit einem Restrisiko für eventuelle seltene Nebenwirkungen zugelassen. Die Risiko-Nutzen-Abwägung ist ein »Nobrain«<sup>er</sup>, wie man im Englischen so schön sagt. Momentan freuen sich manche schon auf ihre Corona-Impfung, wollen aber lieber erst noch ein paar Monate die »Risikofreudigen«<sup>er</sup> beäugen, die scheinbar mutig ihre Oberarme für die Spritze frei machen. Doch in Wirklichkeit sind die Risikofreudigen nicht diejenigen, die sich bereits in Phase IV, also unmittelbar nach der Zulassung, impfen lassen, sondern diejenigen, die sich dagegen entscheiden.

**Erklär mir die Welt** Mai Thi Nguyen-Kim wuchs als Kind vietnamesischer Einwanderer in einer baden-württembergischen Kleinstadt auf. Sie studierte Chemie in Mainz und Boston und wurde 2017 an der Universität Potsdam promoviert. Seit 2015 erklärt sie auf YouTube naturwissenschaftliche Themen. Ein Video zur Pandemie auf ihrem Kanal »maiLab« vom letzten Frühjahr war mit über sechs Millionen Aufrufen das meistgesehene auf YouTube in 2020. Seit April ist die Trägerin des Verdienstkreuzes am Bande für mehrere ZDF-Sendungen tätig. *Der Text ist eine leicht bearbeitete Exzerpt aus Nguyen-Kims neuem Buch „Die kleinste gemeinsame Wirklichkeit“ (Droemer, 368 Seiten, 20 Euro).*



Illustration: Julia Seifmann / laif



**Metro neomatik 41 Update.** Das einzigartige, patentierte NOMOS-Ringdatum in Neonorange lässt sich schnell und komfortabel stellen – vorwärts wie rückwärts. Dafür sorgt das hochpräzise Manufakturkaliber DUW 6101 mit Automatikaufzug und ebenfalls patentiertem Datumsmechanismus. Im besten Fachhandel, etwa hier: Aachen: Lauscher, Lüscher; Augsburg: Bauer, Hörli; Berlin: Brose, Leicht, Lorenz; Bielefeld: Böckelmann; Bochum: Mauer; Bonn: Hild, Kersting; Bremen: Meyer; Darmstadt: Techel; Dresden: Leicht; Düsseldorf: Blome; Erfurt: Jasper; Essen: Mauer; Frankfurt am Main: Pletzsch; Glashütte: NOMOS Kaufhaus; Hamburg: Cabochon, Becker, Mahlberg; Hannover: Kröner; Köln: Berghoff, Schmuck + Form; Konstanz: Baier; Lübeck: Mahlberg; Mannheim: Wenthe, München: Fridrich, Hilscher, Kiefer; Münster: Oeding-Erdel; Stuttgart: Kutter; Ulm: Scheuble. Und überall bei Brinckmann & Lange, Bucherer, Rüschenbeck und Wempe sowie hier: [nomos-glashuette.com](http://nomos-glashuette.com)



## 08

In unserer Firma dreht sich alles um Innovation. Seit der Gründung 1949 wurden Materialien, Technologie, Design und Produktion ständig verbessert. Mein Großvater und seine Frau waren Pioniere in der Herstellung von Kunststoffmöbeln. Er war Chemiker und Schüler des Nobelpreisträgers Giulio Natta, sie Architektin. Zunächst haben sie mit kleinen Gegenständen experimentiert, 1964 kam der Durchbruch mit dem Kinderstuhl »K1340« – dem ersten komplett aus Plastik hergestellten Sitzmöbel. Mein Vater hat sich später auf die Verbesserung der Qualität konzentriert und auf neue Materialien.

Nachhaltigkeit ist seit 20 Jahren bei uns Thema, damals machten wir erste Versuche mit recyceltem Kunststoff. Das Material war nicht robust genug und noch unangenehm. Wenn Sie sich heute den neuen »Re-Chair« anschauen, stellen Sie keinen Unterschied fest gegenüber unseren restlichen Möbeln. Seit diesem Jahr arbeiten wir bei transparentem Kunststoff mit einem Material, das bei der Produktion von Zellulose und Papier anfällt. Dadurch konnten wir den CO<sub>2</sub>-Ausstoß gegenüber herkömmlichem Kunststoff um 60 Prozent senken. Acht unserer Bestseller sind in dem neuen Material erhältlich. Wir beschäftigen uns auch viel mit Biokunststoff – aus Zucker und Pflanzenabfällen. Er kommt etwa bei dem Schreibtischcontainer Componibili zum Einsatz. Vor Kurzem haben wir mit dem Technologieunternehmen Autodesk sogar einen Stuhl mithilfe künstlicher Intelligenz konstruiert. Technologie ersetzt nicht den Designer, aber sie beschleunigt Prozesse. Die Entwicklungsdauer eines Stuhls hat sich auf ein Jahr halbiert, unter anderem weil wir uns aufwendige Stabilitätstests sparen können.

Unsere Möbel lassen sich vollständig recyceln. Genutzte Stücke aus unserer Kollektion arbeiten wir auf Wunsch aber auch auf – und schenken ihnen so ein zweites Leben.  
*Protokoll: Christian Baulig*

**Plastik ohne Müll**  
Lorenza Luti gehört zur dritten Generation des italienischen Familienunternehmens Kartell. Die Absolventin der Bocconi-Universität in Mailand ist für das Marketing und den Einzelhandel der Designmarke zuständig.

## 09

Der Zeitgeist steht auf Innovationen. Zusammen mit dem Wandel der Gesellschaft führt das zu der Frage, welche Rolle der Mensch in Zukunft einnehmen wird. Welche Fähigkeiten braucht er, um sich zurechtzufinden und zu entfalten? Um Antworten zu finden, müssen wir bereits in der Bildung kreatives Denken, eine eigenständige Entwicklung sowie Anpassungsfähigkeit und Risikofreude fördern.

Unsere Schule, das »Institut auf dem Rosenberg«, wurde 1889 gegründet. Wir verstehen uns gleichwohl als Start-up mit einer jungen Unternehmenskultur. Wir bieten viel an, was in der klassischen Ausbildung fehlt: Es gibt Kurse für Robotik, Modedesign, molekulare Küche oder Investment. Die Schülerinnen und Schüler haben die Möglichkeit, mit Experten aus der Industrie in Kontakt zu kommen. Aktuell arbeitet eine Gruppe gemeinsam mit dem Möbelhersteller Vitra an der Entwicklung neuer Schulmöbel. Andere bauen in unserem Kreativlabor eine Drohne oder eine E-Gitarre. In unserem »Future Park« erforschen wir Zukunftstechnologien vor allem in Bezug auf Nachhaltigkeit. Wir haben vertikale Gärten entwickelt, und in einem Versuchslabor simulieren wir, welche Folgen unser Klima im Jahr 2085 für die Umwelt hat.

Natürlich müssen die Kinder auch bei uns klassische akademische Leistungen abliefern, aber es geht nicht um das Auswendiglernen von Fakten, sondern um das Verstehen von Konzepten. Wir haben einen Lehrplan entwickelt, in dem jeder Schüler gemäß seinen Fähigkeiten unterrichtet wird. Um diesen individuellen Ansatz umzusetzen, nutzen wir künstliche Intelligenz: Eine von uns entwickelte Software erstellt für jeden Schüler einen Stundenplan. Als wir die Schule wegen der Pandemie schließen mussten, haben wir in nur zwei Tagen über alle Zeitzonen hinweg auf Online-Liveunterricht umgestellt. Wir mussten zwar das ganze Gebäude neu verkabeln, aber wir konnten unseren Bildungsauftrag erfüllen. *Protokoll: Barbara Markert*

**Bildung, neu gedacht**  
Bernhard O.A. Gademann hat die Privatschule »Institut auf dem Rosenberg« 2011 von seinem Vater übernommen. Das Schweizer Bildungsinstitut in Sankt Gallen gehört seiner Familie seit vier Generationen und gilt als eine der prestigeträchtigsten internationalen Privatschulen der Schweiz. Derzeit werden dort 230 Schüler aus der ganzen Welt unterrichtet. Seit 2016 hat der ehemalige Medien- und Finanzmanager auch die Schulleitung inne und baut seitdem das Angebot aus.



# DIESES KUNSTWERK KANN JEDER HABEN, ABER NUR 150 BEKOMMEN ES.

HANDSIGNIERTE, LIMITIERTE KUNST ONLINE UND IN 25 GALERIEN WELTWEIT



**LILROZE CAPRICE**  
Auf. 150, handsigniert, 104,4x84,4 cm  
Art.-Nr. LIL02, 799 €

LUMAS ART EDITIONS GmbH, Ernst-Reuter-Platz 2 10687 Berlin.  
Änderungen und Irrtümer vorbehalten. Foto © livingmedia



LUMAS.DE

BERLIN · LONDON · NEW YORK · PARIS · WIEN · ZÜRICH  
DORTMUND · DÜSSELDORF · FRANKFURT · HAMBURG · HANNOVER · KÖLN  
MANNHEIM · MÜNCHEN · STUTTGART · WIESBADEN

LUMAS

THE LIBERATION OF ART

## SCHÖN UND SCHLAU

Künstliche Intelligenz revolutioniert die Beauty-Branche. Algorithmen finden das perfekte Make-up oder liefern die Formel für personalisierte Hautpflege. Corona beschleunigt diesen Trend.

Von Alke von Kruszynski

# 10



01

Jede Frau, die sich gern schminkt und dabei eine Grundierung benutzt, kennt das Problem mit dem Make-up. Die Suche nach der richtigen Foundation ist meist frustrierend. Aus Hunderten Angeboten probiert man im Kunstlicht auf dem Handrücken bis hoch zum Ellenbogen verschiedene Produkte aus, um dann doch das falsche zu kaufen und zu Hause festzustellen: wieder zu gelblich, zu rot, zu dunkel.

Aber das Ende dieses Kosmetikdilemmas ist nah: Bei dem amerikanischen Beauty-Unternehmen Il Makiage etwa ergibt sich die Auswahl der richtigen Foundation aus einem Quiz: »Welcher Hauttyp bist du?«, »Welcher Hautton entspricht am ehesten deinem?«, »Um deinen Hautunterton herauszufinden: Sind die Venen an deinen inneren Handgelenken eher blau oder grün?« So klickt man sich ein paar Minuten durch den Fragenkatalog, und schon spuckt der Algorithmus seine Empfehlung aus für den entsprechenden Hauttyp, das Alter und die Vorlieben – ermittelt aus 50 Farbtönen.

In 94 Prozent aller Fälle trafen die Empfehlungen die Erwartungen, behauptet Il Makiage. Künstliche Intelligenz (KI) sticht Kunstlicht. Schließlich liegt dem Rat der Firma die Analyse von mehr als 15 Millionen Fragenkatalogen zugrunde, die bislang ausgefüllt wurden.

Gegründet haben das auf Instagram bekannt gewordene Unternehmen die Geschwister Oran Holtzman, 37, und Shiran Holtzman-Erel, 33. »Wir wollten uns als digitale Marke positionieren«, sagt Oran Holtzman. Deshalb entwickelten die beiden Diversity-gerechte Tutorials, vernetzten sich mit Influencerinnen, gingen in den direkten Austausch mit den Kundinnen und ließen sich von einem israelischen Datendienstleister für ihre Schminke einen Algorithmus bauen. »Make-up hat eine so große Präsenz in den sozialen Medien, aber nur ein Bruchteil der Käufe erfolgt online«, so Holtzman. »Uns war klar: Die Branche ist bereit für die digitale Disruption.«

KI-Technologien halten nicht nur in der Computertechnik und in der Autoindustrie Einzug, sondern auch in der Kosmetikbranche. Um Tausende kosmetische Produkte für Gesichter jeden Alters, jeder Hautfarbe und mit jedweden ethnischen Merkmalen passgenau zu empfehlen oder zu personalisieren, setzt die Branche auf Algorithmen. »KI wird in den nächsten zehn Jahren entscheidend für alle Unternehmen sein. Auch in der Beauty-Industrie wird sie zur Schlüsseltechnologie für alle klassischen Unternehmensprozesse«, sagt Nikolaus Röttger, Herausgeber von KI-Briefing.de, einem Newsletter zu künstlicher Intelligenz. Der Trend zu digitalen Produkttests mittels Selfie, Kamera und Fragebogen sei »längst in Fahrt«, so Röttger. Start-ups erobern weltweit mit neuen Tools den Markt ebenso wie große Tech-Unternehmen aus Asien und Amerika.

### Neue Technologien für eine neue Generation

Marktbeobachter gehen davon aus, dass die Kosmetikbranche bis 2022 weltweit 7,3 Milliarden Dollar in KI-Technologie investieren wird. Im richtungsweisenden US-Markt soll bereits 2023 die Hälfte aller Kosmetikverkäufe online erfolgen. Kundinnen und Kunden werden beraten durch Bots, analysierende Algorithmen und Augmented-Reality-Tools. Wie dieser Trend den Handel verändert, lässt sich schon heute in den Einkaufsstrassen beobachten: Douglas etwa schließt 60 seiner 430 Filialen – und investiert in E-Commerce. Im Kalenderjahr 2020 verbuchte die Parfümeriekette online erstmals mehr als 1 Milliarde Euro Umsatz.

Der Kosmetikkoloss L'Oréal setzt bereits seit zehn Jahren auf die neuen Technologien. Mit jeder Online-Kundenrückmeldung lernen die firmeneigenen Algorithmen dazu. Durch Übernahmen wie der des kanadischen Technologieunternehmens Modiface 2018 kaufte sich der Konzern Know-how in Sachen Gesichtserkennung hinzu. Damit war L'Oréal im Vorteil, als Anfang 2020 weltweit Parfümerien, Drogerien und Friseure dichtmachten – und Verbraucher zum Umdenken zwangen. Das Unternehmen konnte seine On-

line-Umsätze im Pandemiejahr um 62 Prozent steigern. »Beauty-Tech mit virtuellen Anproben wird eine neue Art von Kundenbeziehung ermöglichen«, sagt KI-Experte Röttger.

Nicht nur soziale Medien und Shoppingkanäle verstärken den Trend, auch Videospiele, in denen Avatare mit »Virtual-only-Make-up« von Luxusmarken zurechtgemacht werden. Konsumentinnen, die bei Instagram oder YouTube unterwegs sind, treiben das Wachstum zusätzlich an. »Wer möchte ich sein, wie will ich mich über mein Aussehen ausdrücken? Darum geht es«, sagt Laurence Pardieu-Duthil, Marketing- und Social-Media-Chefin bei L'Oréal Deutschland. Für den Austausch mit der Generation Z nutzt das Unternehmen Technik, die für die Zielgruppe alltäglich ist.

### Neue Produkte zur Personalisierung

Beim digitalen Test von Lippenstift-, Haar- oder Mascara-Farben helfen Augmented-Reality-Anwendungen: Dutzende Datenpunkte des Gesichts wie die Position der Augen werden analysiert, individuelle Merkmale wie Falten oder Augenringe ausgewertet und dann mit einem Foto oder Video überdeckt, die ausgewählte Produkte auf dem Gesicht abbilden. Basis der L'Oréal-Technologie ist ein Datenstamm aus 10 000 Gesichtern, die von Ingenieuren und Dermatologen gesammelt wurden. Ein verknüpfter Algorithmus bietet die über KI ermittelten Produkte direkt online oder in der App an.

Insgesamt 14 sogenannte Digital Services betreibt L'Oréal mittlerweile. 2014 hat »Makeup Genius« das Handy erstmals zum Spiegel gemacht, in dem man dekorative Kosmetik ausprobieren und von allen Seiten begutachten konnte. Es folgten Online-Tools wie die virtuelle Hautalter-Analyse »Skin Genius«, »Virtual Try-on« zum Testen von Haarfarben und der Sensor »My Skin Track UV« von der Tochterfirma La Roche-Posay: In Kombination mit einer App ermittelt das Gerät neben der UV- auch die Feinstaubbelastung oder den Pollenflug in der Umgebung des Nutzers.

KI-Tools finden mittlerweile sogar heraus, welches Make-up zur jeweiligen Garderobe passt. So mixt »Perso« mit seinem knapp 300 Euro teuren Gerät »Rouge Sur Mesure« für Yves Saint Laurent Beauty das passende Lippenrot zum neuen Kleid. Zusammen mit einer App werden 5000 Pigmentvarianten auf die Wünsche der Besitzerin abgestimmt. Personalisierbare Pflegeprodukte sollen folgen.

Diese hat in Deutschland bereits Ave+Edam im Angebot. Das Clean-Cosmetic-Start-up wurde von der Juristin Franziska Leonhardt und dem Datenwissenschaftler Dominik L. Michels gegründet. Es bietet eine webbasierte Hautanalyse an, aus der personalisierte Formulierungen für Tages- und Nachtcremes für Männer und Frauen entstehen. Hautpflegeprodukte sind das zweitstärkste Kosmetikmarktsegment in Deutschland. »Mithilfe von KI lernen wir schnell, welche Produkte besonders gefragt sind und für welchen Kundentyp sie funktionieren«, sagt Michels.

### Neue Noten für die Parfümindustrie

In der Welt der Düfte versucht KI sich bereits als »Nase«. »Eve« heißt die Erfindung des schweizerischen Duftentwicklungshauses Givaudan, das Parfüms nach Kundenvorlieben für große Marken von Victoria's Secret bis Valentino mischt. Schneller als jeder Mitarbeiter durchläuft die Technik Duftentstehungsprozesse, analysiert Kundenprofile, regulatorische Anforderungen, die Positionierung des Produkts, die Formel und den möglichen Verkaufspreis.

In den USA ist die Duftzukunft in Form des futuristischen Parfümzerstäubers »Ninu« schon auf dem Markt. In Nachfüllbehältern speichert er bis zu 100 Düfte und mixt im heimischen Badezimmer mittels KI und App die passende Note für jede Eventualität des Tages. Das erspart die bis zum Schwindel führende Geruchsexplosion, die bislang beim Ausprobieren in der Parfümerie drohte. Und das Ergebnis der errechneten Düfte? Gefällt mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit.

02



03



04



01

**Individueller Schutz**  
Zusammen mit einer App ermittelt das Gerät »My Skin Track UV« von La Roche-Posay etwa UV- und Feinstaubbelastung

02

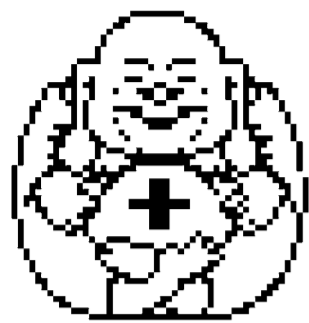
**Maßgefertigtes Lippenrot**  
»Rouge Sur Mesure« heißt das Gerät von YSL, das mit einer App die gewünschte Lippenstiftfarbe annimmt und 2022 auf den Markt kommt

03

**Personalisierte Cremes**  
Das deutsche Kosmetik-Start-up Ave+Edam bietet individuell komponierte Pflegeprodukte für Männer und Frauen an

04

**Passendes Make-up**  
Die US-amerikanische Beauty-Marke Il Makiage empfiehlt mittels KI etwa Foundation und Concealer im richtigen Farbton



## KLICK FÜR DIE SEELE

Apps für mehr Belastbarkeit, Selbstvertrauen und Konzentration boomen. Wir stellen fünf Programme für die geistige Gesundheit vor, zeigen ihre Chancen und Grenzen. *Von Anne Otto*

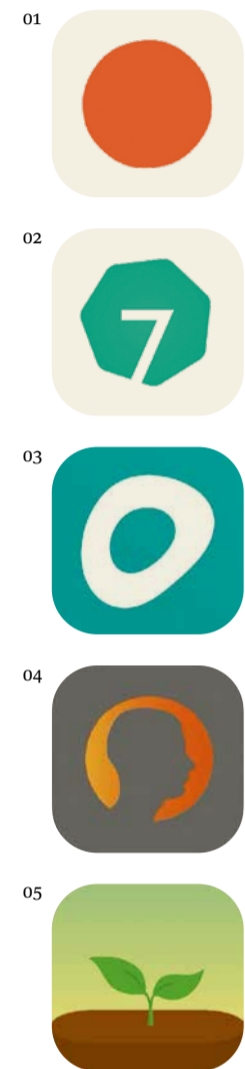
In ihrer Rolle als Hermine Granger hätte sie es vielleicht mit einem Zaubertrank gelöst. Im echten Leben aktiviert Schauspielerinnen Emma Watson fürs innere Gleichgewicht die Meditations-App »Headspace«. Schwimmweltmeister Michael Phelps schwört auf das Online-Therapie-Portal »Talkspace«. Schauspielerin und Wellnessunternehmerin Gwyneth Paltrow hat sogar Millionen in eine eigene Mental-Health-App investiert. Aber nicht nur unter Prominenten kommen Onlineangebote rund um die seelische Gesundheit gut an. Jahr für Jahr lassen sich mehrere Millionen neue Nutzer registrieren, Tendenz steigend. Auch hiesige Anbieter berichten über zunehmendes Interesse an Programmen für mehr Gelassenheit und Krisenkompetenz.

Der Bedarf liegt auf der Hand: Seelische Belastungen und Erkrankungen nehmen zu. So stieg der Krankenstand in Unternehmen, der durch psychische Erkrankungen bedingt ist, in den letzten 40 Jahren von zwei auf 16 Prozent. In einer Zeit, in der alle rund um die Uhr mit der digitalen Welt verbunden sind, nimmt zudem der alltägliche Stress zu, die Aufmerksamkeitsspanne sinkt. Aktuelle Studien von Psychologen der Ruhr-Universität Bochum belegen, dass viel Mediennutzung eher unglücklich macht und die subjektiv empfundene mentale Gesundheit leidet.

Da klingt es einigermassen paradox, dass Hilfe oder gar Heilung für die Seele wiederum aus der digitalen Welt kommen soll. »Für mich ist das kein Widerspruch. Ich erlebe es als positive Entwicklung, wenn das Mobiltelefon nun auch mit seelischer Gesundheit verbunden wird«, sagt Professor Dirk Lehr von der Leuphana Universität Lüneburg. Der Psychologe entwickelt digitale Gesundheitsinterventionen und forscht zu deren Wirksamkeit. Dass viele der entsprechenden Onlineangebote heute mit dem Begriff »Mental Health« hantieren, begrüßt Lehr. Seelische Gesundheit erhalte dadurch einen höheren Stellenwert.

Doch tatsächlich ist nicht überall Mental Health drin, wo es draufsteht. Wenn eine Meditations-App Menschen entspanne, eine App besseren Schlaf fördert und ein Präventionsangebot zur psychischen Gesundheit depressive Stimmungen verbessert, sei das ein richtiges Signal, so Lehr. Zur Wirksamkeit einiger bekannter Meditations- und Therapie-Apps liegen sogar Studien vor, die von manchen Anbietern als Beleg herangezogen werden. Wichtig sei allerdings, sagt Lehr, dass die Anbieter auch tatsächlich Studien heranziehen, die die Wirksamkeit ihrer eigenen App überprüfen – und nicht irgendeiner. Werde auf Portalen lediglich beteuert, dass digitale Therapieangebote generell wirksam sein könnten, habe das wenig Aussagekraft. Krankenkassen bemühen sich gerade verstärkt, standardisierte Wirksamkeitskriterien für Präventions-Apps zu schaffen.

Grundsätzlich begrüßt Lehr die neue Vielfalt: »Die Zeiten sind vorbei, in denen es nur ein einziges Therapie-, Präventions- oder Meditationsangebot für alle gibt«, sagt Lehr. Jeder könne sich heute das Programm herausuchen, das den eigenen Bedürfnissen und dem eigenen Stil am besten entspreche. Bevor man viel Geld in ein teures Präsenz-Programm stecke, sei es einen Versuch wert, ein kostengünstiges digitales Angebot auszuprobieren. Zudem sind sie rund um die Uhr nutzbar und oft sehr kreativ. In einer App der Lüneburger Forscher zum Thema Dankbarkeit etwa knipst man täglich Fotos von schönen Dingen oder Momenten. Einfach, effektiv und analog kaum möglich. Deshalb stellen wir hier fünf Beispiele vor, die eine Schnupperstunde wert sind.



Icons Die Motive der fünf vorgestellten Apps: Headspace, 7Mind, Mindshine, Get.on, Forest

### 01\_Die Bunte: Headspace

Das Erfinder Andy Puddicombe das Meditationshandwerk auf die harte Tour als buddhistischer Mönch in Tibet gelernt hat, merkt man der App nicht an. Bunte Figürchen und Symbole verdeutlichen auf unterhaltsame Weise das Atmen, Sitzen und Konzentrieren. Kritische Stimmen äußern deshalb, »Headspace« lasse weniger Raum im Kopf für freies Denken, als der Name vermuten lasse. Eher helfe die App Anfängern, einen Einstieg in Meditationsroutinen zu finden. Das spricht viele an: Die App wurde weltweit bereits 70 Millionen Mal heruntergeladen. Ständig führt das Unternehmen neue Studien zur Wirksamkeit durch und entwickelt das Angebot weiter. Das Feature »Focus« liefert etwa spezielle Konzentrationsübungen für Pandemiezeiten. Die dazugehörige Playlist wurde von Popmusiker John Legend zusammengestellt.

12,99 Euro monatlich, für iOS und Android, [headspace.com](https://www.headspace.com)

### 02\_Die Solide: 7Mind

Ein Siebeneck im minimalistischen Design, das im Atemrhythmus pulsiert. Dieses optische Element zieht sich durch alle Übungen und schafft so Klarheit und Vertrauen. Das in Deutschland entwickelte Angebot bietet Meditationen für Einsteiger und Fortgeschrittene, aber auch Kurse für achtsames Essen oder Einschlafgeschichten wie »Der milde Westen«. Eine Wirksamkeitsstudie zur App wurde von Tobias Esch, Gesundheitswissenschaftler an der Universität Witten/Herdecke, begleitet, einige Krankenkassen erstatten die Kosten der App-Nutzung. Ergänzend geben Podcasts Hilfe bei aktuellen psychosozialen Fragen, zum Beispiel »Wie überlebe ich das Homeoffice?«.

5 Euro monatlich (bei Jahresmitgliedschaft), für iOS und Android, [7mind.de](https://www.7mind.de)

### 03\_Die Ambitionierte: Mindshine

Ein Begleiter für die mentale Fitness will diese App sein. Sie verbindet Elemente aus dem Sportcoaching, hilft bei der persönlichen Zielfindung und hält Anleitungen für Meditationen, Morgen- und Abendroutinen bereit. Gründer Stephan Hauner hat zuvor die Sport-App Freeletics mit aufgebaut, er nutzt gern Begriffe wie »Mindset«, »Motivation« und »Mission«. Dieser leistungsorientierte Sprachstil zieht sich auch durch die Übungen, zielt also eher auf eine sportliche Klientel ab. Die Vielfalt der Programme und die ansprechenden Illustrationen sind Pluspunkte, die Studienlage zur Wirksamkeit ist bei dieser App noch etwas intransparent.

12,99 Euro monatlich, für iOS und Android, [mindshine.app](https://www.mindshine.app)

### 04\_Die Therapeutische: Get.on

Nicht hip, aber wissenschaftlich überzeugend: Auf der Webseite testet ein Team der Leuphana Universität Lüneburg um Professor Dirk Lehr verschiedene Apps und Online-Therapie-Programme zur Behandlung von Depressionen oder zum Abbau von Stress und Belastungen im Berufsleben. Gerade prüft das Team ein Angebot für mehr Krisenkompetenz mit dem Titel »Get calm and move on«. Mental-Health-Programme sind in verschiedenen Phasen der Entwicklung, Interessierte können an Forschungsprojekten und bereits entwickelten Kursen teilnehmen.

kostenfrei, Onlinekurse über [geton-training.de](https://www.geton-training.de)

### 05\_Die Botanische: Forest

Fans von Farmsimulationen werden diese Digitaldetox-App lieben, denn sie ist aufgebaut wie ein Videospiel. Während der Zeit, die man das Handy in Ruhe lässt, wächst ein Baum – mit den Wochen und Monaten sogar ein ganzer Wald. Wenn man den gesperrten Bildschirm vor der eingegebenen Zeit öffnet, verdorrt der Baum. Geeignet für alle, die glauben, dass regelmäßige Offlinezeiten mehr zur Entspannung beitragen als jede Meditations-App.

Für Android kostenfrei, für iOS 2,29 Euro, [forestapp.cc](https://www.forestapp.cc)



## „Das beste Fotolabor der Welt“

Ausgezeichnet von den Chefredakteuren 26 internationaler Fotografie-Magazine  
TIPA-Awards-Gewinner 2013, 2017 und 2020



## Mr. NYC Subway

WhiteWall Ambassador

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

[WhiteWall.com](https://www.whitewall.com)

Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, Köln, München, Stuttgart, Wien, Zürich



## JETZT GEHT'S ANS EINGEMACHTE

*Diesmal:* Christoph Hauser, ehemaliger Mitinhaber und Küchenchef des Berliner Szenerestaurants »Herz & Niere«, vertreibt jetzt Hausmannskost in Gläsern und veranstaltet Pop-up-Dinner an außergewöhnlichen Locations.



»Jetzt ist mal Schluss mit all dem Kohl und der Winterschwere«, sagt Christoph Hauser, 35. Sein Frühjahrsangebot: Maibock mit gebratenen Pfifferlingen. Hauser arbeitete in der Berliner »Weinbar Rutz«, leitete dort anschließend ein französisches Bistro und betrieb bis Herbst 2020 das »Herz & Niere«, eines der ersten Nose-to-Tail-Restaurants

»Das Projekt »Weck die Heimat« begann schon während unserer Restaurantzeit. Wir kauften und verwerteten immer ganze Tiere, wollten aber im Menü kein Gulasch servieren. So kamen wir auf die Idee, Gerichte einzudecken. Nicht selten nahmen die Gäste ein Glas mit, wenn sie gingen. Heute bereite ich die Gerichte in einer angemieteten Küche zu, verkaufe sie online und in wenigen Berliner Geschäften. Ich genieße es, nicht mehr sieben Tage die Woche an einem festen Ort zu sein, freue mich aber auch wieder darauf, Gäste zu empfangen. Ab sofort wird es an zwei Abenden im Monat Pop-up-Dinner geben, mal an einem Teich, in einem Garten oder auf einer Dachterrasse. Es gibt Menüs für eine kleinere oder größere Anzahl von Gästen. So kann ich flexibel auf mögliche Corona-Maßnahmen reagieren. Außerdem biete ich Wildkochkurse für Jungjäger an. Ich erkläre, wie man ein Tier zerlegt und verwertet. Wild liegt ja zu Recht im Trend: ein natürlich wachsender Rohstoff und auch noch »Fairtrade«. Eines meiner Lieblingsgerichte im Frühjahr, passend zum Start der Rotwildsaison, ist die Maibock-Schulter mit Pilzen. Superzartes Fleisch in heller Sauce, dazu frisch gebratene Pfifferlinge. Damit ist der Sommer nah.«

»Weck die Heimat«, [the-good-taste.de](http://the-good-taste.de)

## Maibockschulter, Estragon & Pfifferlinge

(für 4 Personen)

### Für den Maibock mit Sauce

1 Maibockschulter küchenfertig, 1,2 kg  
2 EL Öl, 300 g Pfifferlinge,  
1 kleine Zwiebel, 100 g Knollensellerie,  
1 Karotte, 200 ml Weißwein,  
400 ml Wildfond, Maisstärke,  
1 Zweig Rosmarin, Salz, Pfeffer,  
Apfelessig, Butter

### Für die Estragoncreme

6 große Kartoffeln, vorwiegend  
festkochend, 1 Bd. Estragon,  
60 g Butter, 200 g Crème fraîche, Salz,  
Pfeffer, Muskatnuss

### Zubereitung Maibock

Maibockschulter halbieren und in einem Topf mit etwas Öl von allen Seiten scharf anbraten. Schulter beiseitelegen. Pfifferlinge waschen. Zwiebel, Sellerie und Karotte schälen und in kleine Würfel schneiden, mit 50 g Pfifferlingen in den Topf geben und anrösten. Mit Weißwein und Wildfond ablöschen. Schulter dazugeben und gegebenenfalls mit Wasser auffüllen, sodass die Schulter komplett bedeckt ist. Mit einem Deckel im Ofen bei 160 Grad zwei Stunden schmoren. Tipp: Nach dem Garen im Ofen die Schulter im Topf mit der Sauce auskühlen lassen. So saugt sich die Schulter mit der Sauce voll und wird nicht trocken. Nach dem Auskühlen die Schulter aus dem Topf nehmen und in Scheiben schneiden. Die Sauce auf ca. 300 ml reduzieren, mit etwas Maisstärke abbinden bis zur gewünschten Konsistenz. Rosmarin fein hacken und zur Sauce geben, mit Salz, Pfeffer und etwas Apfelessig abschmecken. Pfifferlinge in etwas Butter anbraten, salzen, pfeffern und zur Schulter geben.

### Zubereitung Creme

Die Kartoffeln schälen, waschen und in einem Topf mit Deckel, knapp mit Salzwasser bedeckt, 30 Minuten kochen. Estragon waschen, vom Stiel zupfen und fein hacken. Butter in einem kleinen Topf bräunen, Crème fraîche sowie die garen, abgetropften Kartoffeln dazugeben und mit einem Kartoffelstampfer stampfen. Mit dem gehackten Estragon, Salz, Pfeffer und Muskatnuss abschmecken.



Illustration: Ulrike Kröner

## Kaltes Glück

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



Kühlschränke besitzen eine merkwürdige Zauberkräft. Sie wirkt offenbar besonders auf männliche Wesen. Das könnte an der Genussempfindung liegen, die viele Menschen mit dem Konsum künstlich gekühlter Getränke verbinden. Vielleicht hängt es auch damit zusammen, dass Kühlschränke meist friedlich vor sich hin brummen. Eine philosophische Erklärung für die Faszination aller menschlichen Abkühlungsbestrebungen stammt von dem US-Meisterdiplomaten George F. Kennan. »Die Kühle ist das Klima des Erfolges«, verkündete er. »Am meisten erreicht man auf kaltem Wege.«

Ich bin ein begeisterter Kühlschrank-Einkäufer. Auf kein Sofa, kein Bett, keinen Teppich verwende ich bei der Auswahl so viel Sorgfalt und Hingabe wie auf das Kühlmöbel, das in unserer Küche steht. Kürzlich durften wir uns einen neuen Kühlschrank kaufen. Das alte Gerät war kaputt.

Dazu muss ich sagen: Ich unterhalte mich keineswegs in einsamen Minuten mit Küchengeräten, wie es der Schriftsteller Axel Hacke tut, der über seine Konversationen mit seinem – sprechenden – Lieblingskühlschrank das schöne Buch »Meine Nächte mit Bosch« geschrieben hat. Ich liebe Kühlschränke gerade dafür, dass sie in der Regel nicht reden. Ich mag sie wegen ihrer robusten Optik. Vor allem aber verkörpern Kühlschränke für mich die Fähigkeit zu einigermaßen vernunftgeleiteter Innovation.

In meiner Studentenzeit waren Kühlschränke Symbole für den Weltuntergang. Die damals als Kältemittel eingesetzten Fluorchlorkohlenwasserstoffe, kurz FCKW, zerstören die Ozonschicht. Deshalb wurde FCKW irgendwann international geächtet. Die Kühlschrankindustrie ließ sich neue, offenbar schonendere Techniken einfallen – und praktisch gleichzeitig wurde die Wahl des richtigen Kühlschranks für viele Menschen zu einer zentralen Frage der Lebens- und Wohnungseinrichtung. Heute gilt es darüber zu entscheiden, ob ein neues Gerät der sparsamsten Energieklasse A+++ entsprechen muss oder ob ein + weniger genügt. Passt ein pastellfarbener Retrokühlschrank mit runden Ecken besser zu dem, was man für den eigenen Lebensstil hält? Oder vielleicht doch eher eine zweiflügelige Kühlgefrierkombination mit Eisdispenser in Mattmetallverkleidung?

Unseren neuen Kühlschrank habe ich nach eifrigem Studium sehr vieler Modelle ausgesucht. Seither freue ich mich über unseren neuen Mitbewohner. Über seine feinen, glatten Außenflächen, seine schmal aufragende Gestalt. Über die originell verteilten Lagerflächen, die geräumigen Türregale, das topmoderne LED-Licht in seinem Inneren. Über die noble Gelassenheit, die das ganze Gerät verstrahlt. Ich ahne natürlich: Manche Leute könnten meine Leidenschaft ein bisschen verdreht finden. Dazu gibt es in der Geschichte des Kühlschranks ein interessantes Detail. Der Mensch, der als Erster ein chemisches Mittel zur künstlichen Kühlung benutzte, war der schottische Gelehrte William Cullen. Er experimentierte 1756 mit einer Substanz namens Dithylether. Berühmt wurde Mr Cullen aber mit einer ganz anderen Erfindung. Er war es, der den Begriff »Neurose« in die Welt setzte. Er meinte damit bedenkliche, schwer zu erklärende Zustände des menschlichen Nervensystems – nicht allein des männlichen.

Ausgabe 13



»Nach einem Jahr Pandemie freue ich mich umso mehr, mal wieder ein S-Magazin im Spiegel zu finden – endlich mal nicht nur Corona-Schreckensnachrichten, sondern auch etwas für Geist und Auge.«

Klaus Wiedemann

»Ich finde, das Magazin gibt immer einen guten Einblick in das aktuelle Gesellschafts-, Design-, Denkgeschehen.«

Susanne Farwer

»Das Stil-Magazin ist eine willkommene Bereicherung des üblichen Wochenrundblicks! Gefallen hat mir an der Ausgabe wie immer der Foodbereich und der Bericht über den Männerrock.«

Klaus-Jörg Schuster

»Ich halte dieses Magazin für eines der überflüssigen Leserzeugnisse auf Hochglanzpapier (o.k., blauer Engel). Alles, was einen gewissen Inhalt hat, könnte in den normalen Spiegel.«

Corinna Schmidt

»Die Idee, das Thema Freiheit zu wählen, finde ich gut, da sich herausgestellt hat, wie facettenreich dieses Thema gesehen werden kann. Selbst die Negation der Freiheit als Thema wurde akzeptiert. Weniger gefallen haben mir die Mode- und Designseiten, die bisweilen Freiheit als Beliebigkeit erscheinen lassen. Aber das Interview mit den jungen Schauspielern und ihre Sicht auf die damalige und heutige Freiheitssehnsucht war wiederum interessant.«

Paula Lefering

### Impressum

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

**Herausgeber:**  
Rudolf Augstein (1923–2002)

**Chefredakteur:**  
Steffen Klusmann (V.i.S.d.P.)

**Verantwortlich für Anzeigen:**  
André Pätzold

**Anzeigenobjektleitung:**  
Petra Küsel

**Objektleitung:**  
Manuel Wessinghage

**Redaktion:**  
brookmedia Management  
GmbH, Straßenbahnring 13,  
20251 Hamburg

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

**Artredaktion:**  
Johannes Erler

**Grafik:**  
Jamal Buscher  
Büreau Johannes Erler

**Autoren und Mitarbeiter dieser Ausgabe:**

Christian Baulig,  
Beatrix Gerstberger,  
Wolfgang Höbel,  
Katharina Holzle,  
Silvia Ihring,  
Thomas Künzel (Lektorat),  
Philipp Löwe,  
Barbara Markert,  
Parvin Nazemi,  
Anne Otto,  
Jana Paskova,  
Aicha Reh,  
Stephan Reinhardt,  
Anja Rützel,  
Claudia Voigt,  
Alexander Ernst Voigt,  
Alke von Kruszynski,  
Dr. Susanne Weingarten

**Bildbearbeitung:**  
PIXACTLY media GmbH,  
Hamburg

**Druck:**  
appl druck GmbH, Weimding



[www.blauer-engel.de/uz195](http://www.blauer-engel.de/uz195)  
Dieses Druckerzeugnis ist mit dem  
blauen Engel ausgezeichnet.



**Das nächste S-Magazin**  
Ihnen hat das S-Magazin gefallen?  
Wir freuen uns über Ihre Zuschriften  
an [s-magazin@spiegel.de](mailto:s-magazin@spiegel.de).  
Unsere nächste Ausgabe erscheint  
im Oktober 2021.

## ALEXANDER ERNST VOIGT

Der gebürtige Berliner besuchte die Kunstakademie Düsseldorf, ging in die Klasse von Jörg Immendorff und Eberhard Havekost, dessen Meisterschüler er wurde. Schon während seines Studiums hatte der Maler erste Einzelausstellungen und erhielt mehrere Kunstförderpreise der Stadt Düsseldorf. Die Hauptrolle spielen in den Gemälden des heute 40-jährigen meist parallel angeordnete Linien, mit denen er die Welt beschreibt, mal abstrakt, mal figurativ. Voigt kooperiert aktuell für eine »Art-meets-Fashion-Kollektion« mit dem Solinger Modeunternehmen Walbusch. Die Technik, die er für die Designs der heimatischen Kapsel-Kollektion verwendet hat, ist die gleiche wie die seiner Antworten für dieses Interview: Monotypien. Für sie hat Voigt hier Ölfarbe auf Glasplatten aufgetragen und dann die Bilder auf Papier gedruckt.

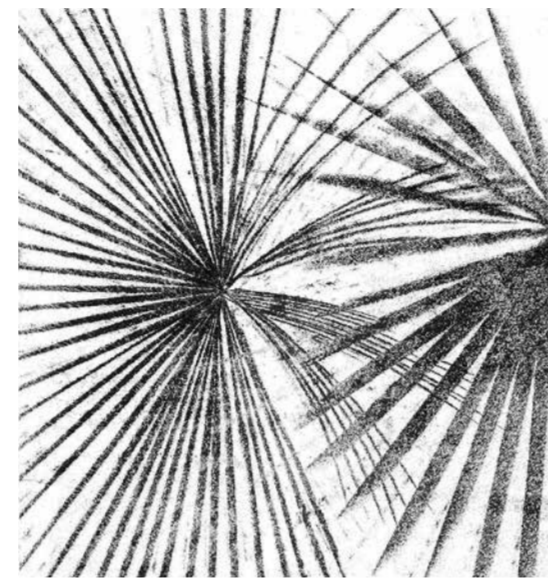
Schreiben Sie an [s-magazin@spiegel.de](mailto:s-magazin@spiegel.de), wie Ihnen die Ausgabe gefallen hat. Als Dankeschön verlosen wir unter den Einsendern eine der signierten Zeichnungen von Alexander Ernst Voigt



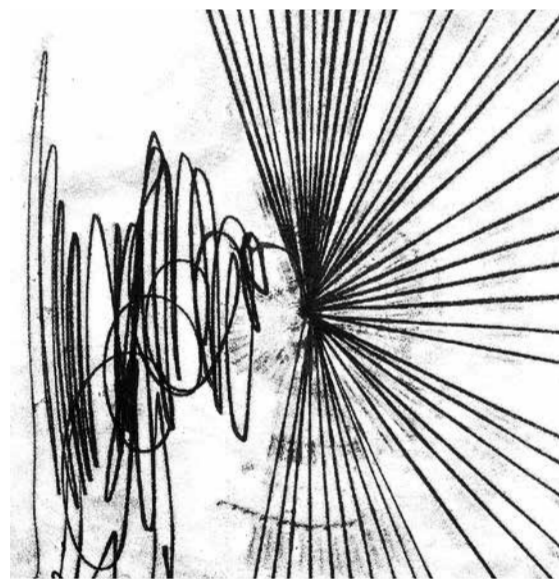
Wie sehen Sie sich selbst?



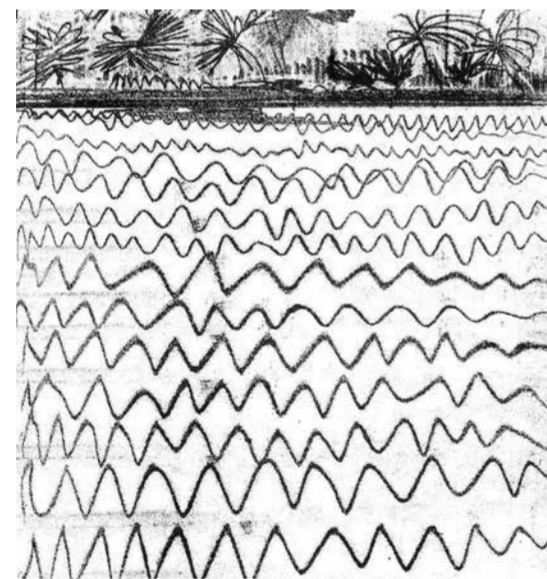
Was macht Ihnen Hoffnung?



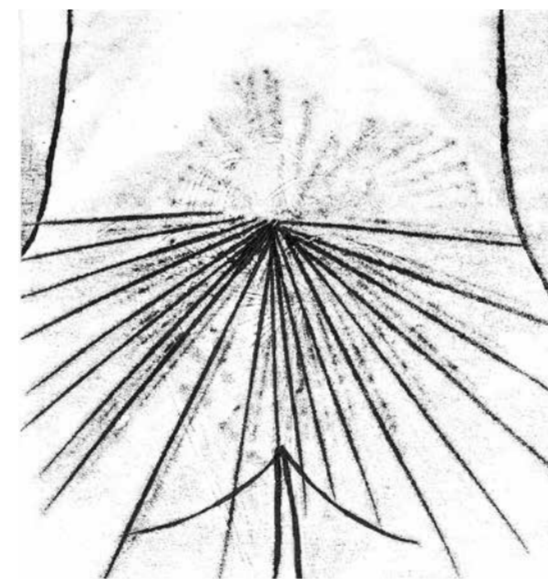
Die schönste Linie der Natur?



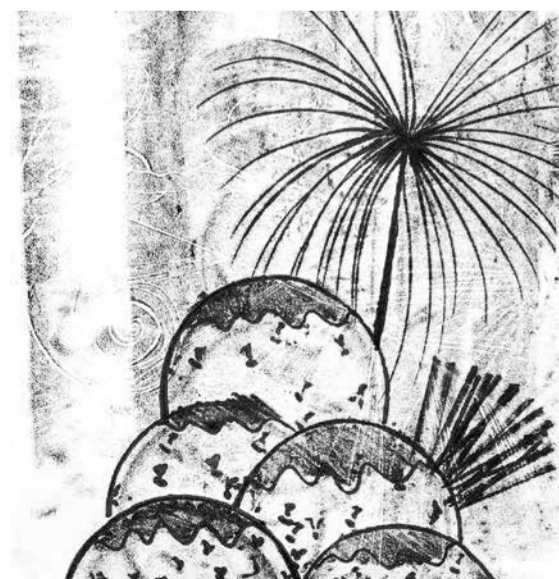
Was macht die Krise mit der Kunst?



Wovor fürchten Sie sich?



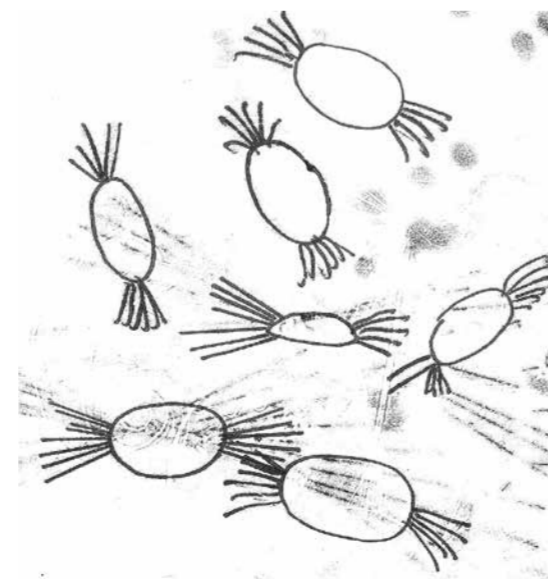
Ihr liebstes Kleidungsstück?



Wofür haben Sie eine heimliche Schwäche?



Wo sind Sie glücklich?



Wovon träumten Sie als Kind?

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



### TERATAI BY BRETZ

ALEXANDER-BRETZ-STR. 2 • D-55457 GENSINGEN • TEL. 06727-895-0 • INFO@BRETZ.DE • BRETZ.DE  
 FLAGSHIPS: STILWERK BERLIN • HOHE STR. 1 DORTMUND • WILSDRÜFFER STR. 9  
 DRESDEN • STILWERK DÜSSELDORF • ALTE GASSE 1 FRANKFURT • STILWERK HAMBURG  
 HOHENSTAUENRING 62 KÖLN • REUDNITZER STR. 1 LEIPZIG • HOHENZOLLERNSTR. 100 • MÜNCHEN  
 HALLPLATZ 37 NÜRNBERG • KÖNIGSBAU PASSAGEN STUTTGART • SALZGRIES 2 WIEN

**Bretz**  
 TRUE CHARACTERS





# PATEK PHILIPPE

## GENEVE



TWENTY~4

BEGINNEN SIE IHRE EIGENE TRADITION

MEHR INFORMATIONEN ERHALTEN SIE BEI DEN UNTEN GENANNTEN  
PATEK PHILIPPE PARTNERN SOWIE IM AUTORISIERTEN FACHHANDEL.

AUGSBURG Hörl | HAMBURG Mahlberg | KÖLN Gadebusch | MANNHEIM Nitsch | MÖNCHENGLADBACH Krebber  
MÜNSTER Oeding-Erdel | STUTTGART Kutter | WIESBADEN Oberleitner