

D

Die Verbindung Deutschland-Frankreich ist der Motor Europas. Der „Deutsch-Französische Wirtschaftspreis“, der am 2. Dezember im Pavillon Gabriel in Paris verliehen wird, will diese Beziehung stärken. Nominiert in einer Sonderkategorie ist die Kooperation des deutschen „Meis-

VON SABINE ENGEL

terkreis“ und des französischen „Comité Colbert“. Beide Organisationen bemühen sich in ihren Ländern und über Landesgrenzen hinweg, Werte wie höchste Qualität und Exzellenz zu fördern und zu fordern. Angesichts der Anschläge in Paris erhält der Einsatz für Werte, die unsere Gesellschaft ausmachen, eine völlig neue Brisanz. Ein Gespräch mit der Geschäftsführerin des Comité Colbert, Elisabeth Ponsolle des Portes, sowie dem Meisterkreis-Vorsitzenden Clemens Pflanz.

WELT AM SONNTAG: Angesichts des Terrors: Wie wichtig ist für Sie in der aktuellen Situation der Einsatz für zu tiefst europäische oder westliche Werte wie Individualität, Kreativität und Qualität?

CLEMENS PFLANZ: Europa ist mehr als nur ein Wirtschaftsraum. Und das, was Europa weitergehende Bedeutung verleiht, was Europa Identifikation schenkt, ist das einende kulturelle Band zwischen den Ländern. Wenn wir uns darauf besinnen, auf die Kultur, auf die gemeinsamen Werte, dann werden weder Terroristen noch Populisten ihre Ziele erreichen können. Die Werte haben in derart schwierigen Zeiten eine elementar wichtige Funktion.

ELISABETH PONSOLE DES PORTES: Die Ereignisse in Paris zeigen deutlich, wie sehr die Kultur und der französische Lebensstil – generell die Lebensart – als universelle Werte nicht nur verteidigt, sondern auch gefördert werden müssen. Der universelle Charakter dieser Werte wurde auch dadurch bestätigt, dass wir Solidaritätsbekundungen aus der ganzen Welt erhalten haben. Mehr denn je haben diese Werte Aktualität.

In Zeiten wie diesen wird schnell nach „Werten“ gerufen. Warum eigentlich?
PONSOLE DES PORTES: Die kulturellen Werte sind ein Zeichen unserer Identität. Es gilt, sie als Grundlage für einen fruchtbaren Dialog zwischen den Zivilisationen hoch zu schätzen.

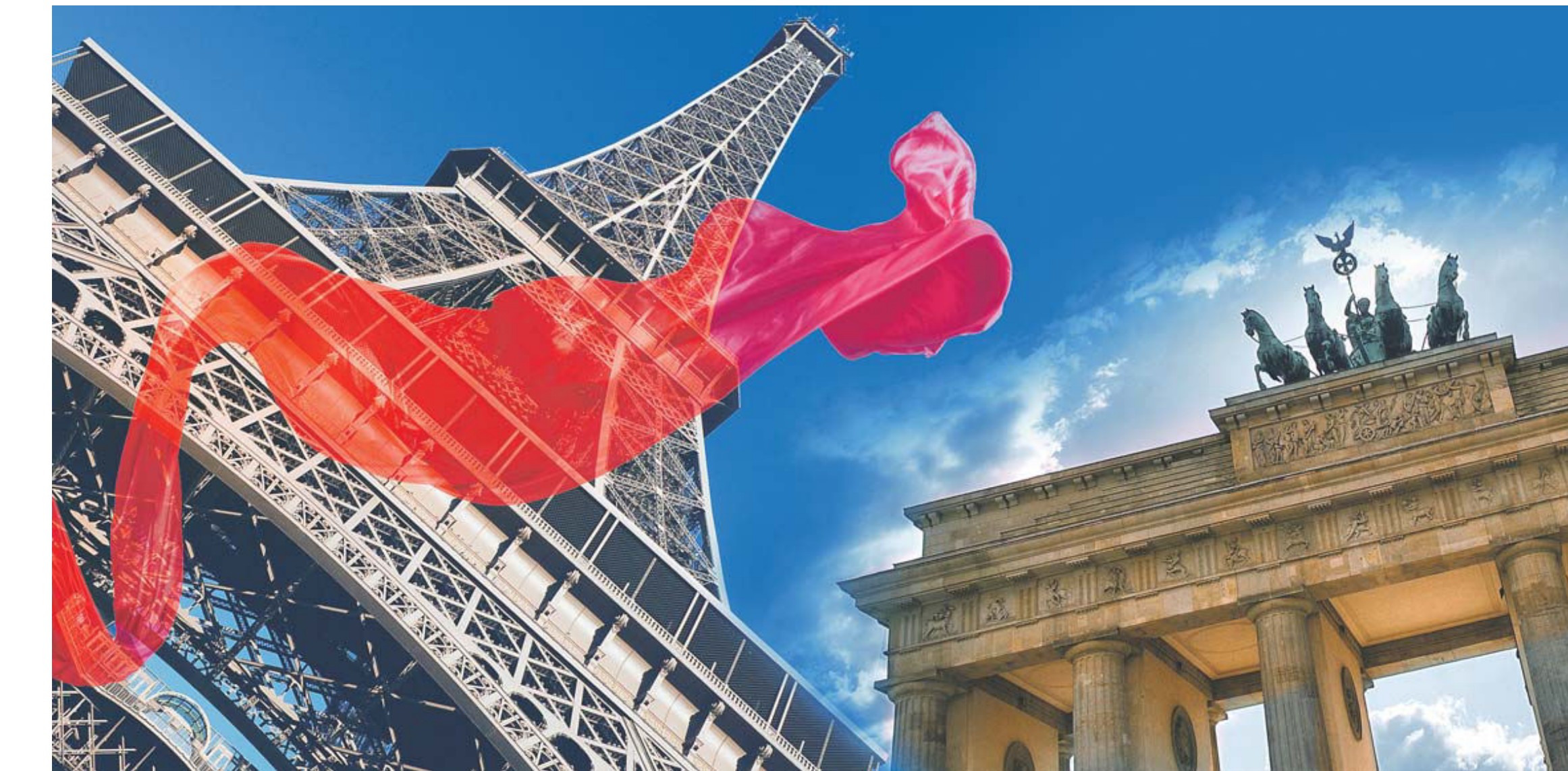
Definieren Sie sich als deutsch-französische Wertegemeinschaft?

PFLANZ: Uneingeschränkt ja. Deutsche und Franzosen teilen gemeinsame Werte. Das ist in der länderübergreifenden



Kreativität ist immer die Voraussetzung für Innovationen

Clemens Pflanz,
Vorsitzender des Meisterkreis



„Wir müssen universelle Werte fördern“

Die Chefs von Meisterkreis und Comité Colbert über den deutsch-französischen Dialog, Kultur und Individualität



Deutsche und Franzosen teilen die gleichen Werte

Elisabeth Ponsolle des Portes,
Geschäftsführerin des Comité Colbert

Freundschaft seit dem Élysée-Vertrag noch mal untermauert worden.

Und welche Werte wären das?

PFLANZ: Kreativität, Qualität und Nachhaltigkeit. Die Verpflichtung zur Kreativität ist immer die Voraussetzung für Innovationen, um neue Ideen zu entwickeln. Das ist der Rohstoff, das ist die unbedingte Voraussetzung für Qualität. Und es geht dabei nicht um irgendeine Qualität. Sondern immer um die oberste Güteklasse, die absolute Spitze des jeweiligen Segments.

Rund eine Viertelmillion Interessierte haben die Ausstellung „ImEx“ zum Im- und Expressionismus dieses Jahr in Berlin besucht. Meisterkreis und Comité Colbert waren exklusiver Partner und haben das Kulturevent mit dem Rahmenprogramm unterstützt. Wieso haben Sie sich bei Ihrer deutsch-französischen Kooperation gerade für dieses Projekt entschieden?

PFLANZ: In der Ausstellung sind die Vielfalt, die Gemeinsamkeiten und Gegensätze beider Kulturen und Stile durch eine direkt vergleichende Zuordnung sichtbar und erlebbar geworden. Diese erstmalige Gegenüberstellung hat deutlich gemacht, dass französische Impressionisten und deutsche Expressionisten sich zwar in ihrem Blick auf die Welt unterscheiden, das Wesentliche sie aber verbindet: Keiner der Maler hat qualitative Zugeständnisse gemacht, weder inhaltlich noch formal. Eine solche Haltung verbindet Menschen, Künstler, Designer und

Handwerker, wie auch Unternehmer. Sie verbindet unsere Mitglieder im Meisterkreis und im Comité Colbert.

Eine Ausstellung ist eine Ausstellung. Was kann daran so spannend sein?

PONSOLE DES PORTES: Diese Ausstellung war wirklich sinnbildlich für die deutsch-französische Beziehung. Denn die Künstler vom Ende des 19. und Beginn des 20. Jahrhunderts haben sich gegenseitig beeinflusst. Die französischen Impressionisten die deutschen Expressionisten und umgekehrt, sodass es schließlich deutsche Impressionisten und französische Expressionisten gab.

Meisterkreis und Comité Colbert sind nun dank dieser Kooperation über Ländergrenzen hinweg für die finale Runde der besten fünf Teilnehmer um den „Preis der Kultur- und Kreativwirtschaft“, einer besonderen Kategorie des Deutsch-Französischen Wirtschaftspreises, nominiert. Was bedeutet Ihnen diese Nominierung?

PFLANZ: Sie hat selbstverständlich einen besonders hohen Stellenwert. Wir betreiben diesen Austausch und die projektorientierte Zusammenarbeit mit dem Comité Colbert seit 2013. Wir schätzen und respektieren uns. Wir haben uns im Laufe dieses intensiven Austauschs auch die Fähigkeit erarbeitet, gemeinsam Projekte wie „ImEx“ oder den Studentenaustausch zwischen der Berliner Universität der Künste und der Pariser Ensaama umzusetzen. Dass so etwas dann wahrgenommen und anerkannt wird, ist auch eine Bestätigung für unsere Mitglieder und deren Engagement.

Nun gibt es diesseits und jenseits des Rheins aber auch unterschiedliche Stimmungslagen, Vorlieben und Abneigungen. Würden Sie dennoch sagen, dass Sie sich bezüglich der Kernwerte einig sind, dass sie den Nukleus der Zusammenarbeit darstellen?

PONSOLE DES PORTES: Ja, es geht beiden Seiten immer um außerordentliche Qualität, die höchste Exzellenz: Das repräsentiert in Wahrheit die Zukunft der europäischen Industrie. Es nutzt Europa heute nichts, Produkte zu produzieren, die wenig Wert schaffen, denn das existiert schon bei den großen Industriationen, wie beispielsweise China.

PFLANZ: Kreativität, Innovationen, handwerkliche Kunst und kompromisslose Qualität zeichnen die Produkte und Dienstleistungen unserer Mitglieder aus. Diese gemeinsamen Fähigkeiten und Werte verbinden uns weit über rein wirtschaftliche Interessen hinaus. Natürlich gibt es auch Unterschiede, aber sie sind Ausdruck einer Vielfalt beim Erreichen dieser gemeinsamen Ziele, die uns wie-

Fortsetzung auf Seite II

ANZEIGE

Das neue Eau de Parfum Intense

La vie est belle

Das Leben ist schön. Es liegt in Ihrer Hand.

LANCÔME
PARIS

Fortsetzung von Seite 1

derum gegenseitig inspirieren. Das sind Nuancen in der Herangehensweise.

Welche Nuancen machen den Unterschied zwischen französischer und deutscher Akzentuierung aus?

PONSOLLE DES PORTES: Das Interessante ist, dass wir zusammen viele verschiedene Sektoren abdecken.

Das klingt sehr diplomatisch, Madame, aber Sie weichen aus.

PONSOLLE DES PORTES: Wie soll ich das ausdrücken? Deutschland ist für uns Franzosen ein wichtiger Markt, doch gibt es dort vielleicht mehr Schwierigkeiten, Herausragendes anzunehmen.

Aber nicht in jedem Sektor. In der Automobilindustrie gelten die deutschen Premiumhersteller wie Daimler oder BMW mit ihren Oberklasse-Modellen als Inbegriff von höchstem Anspruch und Qualität in diesem Bereich.

PONSOLLE DES PORTES: Jedes Land hat seine eigene Persönlichkeit, seine eigenen Vorstellungen von oberster Güteklasse. Ich war vor kurzem in Polen, wir haben da ein Mitglied im Comité Colbert. Und dort habe ich angeregt, ebenfalls eine nationale Gesellschaft wie in Deutschland den Meisterkreis zu gründen. Und Polen war durchaus offen dafür – mit einer ganz eigenen Akzentuierung. Mir wurde gesagt: „Wir haben in Polen etwas ganz Spezielles, wir haben eine Pferdezucht mit reinrassigen Arabern.“ Ich habe geantwortet: „Das ist ja großartig, eine sehr gute Idee!“ Jedes Land muss seine Eigenheit, seine Persönlichkeit zu diesem Bereich beitragen. Es ist gut, dass nicht jeder dieselben Sachen macht. **PFLANZ:** Die Talente unserer Mitglieder sind vielfältig. Deshalb können wir

Wir müssen universelle Werte fördern

auch eine Menge voneinander lernen. Und die Bereitschaft dazu ist da, und zwar auf höchster Ebene. Neue Ideen, neue Sichtweisen, die Erkenntnis, warum etwas in einer bestimmten Art und Weise umgesetzt wird – all das bereichert und setzt neue Kreativität frei.

Doch was nützt so ein Branchen und Länder übergreifender Dialog konkret? Wenn der eine das eine gut macht und der andere das andere?

PFLANZ: Der Blick über den Teller lohnt sich immer. Wie gehen die unterschiedlichen Branchen an Innovationen heran? Wie kommunizieren sie mit dem Kunden? Wie stellen sie die Qualität in allen Fertigungsstufen sicher? Diese Dinge sind universell und berühren das Selbstverständnis, das al-

len Mitgliedern gleich ist. Im Top-Segment sind die Herausforderungen in allen Branchen vergleichbar.

Gut, das mag die Bedeutung eines Austauschs über Branchengrenzen hinweg erklären. Aber was hilft so etwas auf der deutsch-französischen Ebene?

PONSOLLE DES PORTES: Wir müssen uns zusammenschließen, um die europäischen Entscheidungsträger von der Wichtigkeit des Spitzensegments zu überzeugen. Das ist wichtig für die Sicherung von Arbeitsplätzen, aber auch für die Ausstrahlung Europas auf andere Länder. Als französische Staatsbürgerin glaube ich weiterhin, dass wir, Frankreich und Deutschland, ganz eng zusammenarbeiten und dieses auch deutlich machen müssen, denn unsere beiden Länder sind der Motor der Europäischen Gemeinschaft.

Aber es gibt auch Werte, die inflationär bemüht werden, wie etwa „Nachhaltigkeit“. Der einzig sichere Indikator ist doch, ob solche Dinge schnell wieder in Vergessenheit geraten.

PONSOLLE DES PORTES: Genau darum geht es ja: Das Weiterreichen der Produkte unserer Mitglieder fällt in die Sparte der Nachhaltigkeit. Unsere Industrie steht dafür, dass man ihre Produkte nicht wegwirft, sondern behält und im besten Falle sogar vererbt.

PFLANZ: Es geht dabei immer um die Aura des Besonderen, das hohe Faszinationspotenzial und die Güte des Produkts. Es geht um wirkliche Wertschätzung. Aber es geht um noch etwas: Die Erzeugnisse dieses Sektors verlangen nach Erklärung. Es geht um Geschichte und Geschichten, es geht um den Hintergrund eines solchen Produkts.

Mehr Infos finden Sie unter www.welt.de/deutschland-frankreich



GETTY IMAGES

Muscheln mit Blutwurst

Die französische Genussskultur etabliert sich auch in Berlin – ein Streifzug durch Bistros und Boulangerien

Schrippe oder Baguette, Erbsensuppe oder Bouillabaisse? Für die meisten Feinschmecker ein klarer Fall. Historisch betrachtet wurde sich in Deutschland kulinarisch schon immer nach Frankreich orientiert, nicht nur in der Grenzregion von Rheinland-Pfalz, dem Saarland und Baden-Württemberg. Keinem anderen Land in Europa werden ähnliche Genießerqualitäten zugeschrieben wie der *Grande Nation* links des Rheins.

VON SARAH WEINKNECHT

Das gilt auch für die Franzosen in Berlin. Hier behauptet sich deren Küche mit ihrer Tradition und Autorität gegen Konkurrenz aus allen Teilen unserer Erde. Französische Kulinarik ist seit 2010 offiziell besiegeltes, immaterielles Weltkulturerbe. Dieses bereichert selbst die deutsche Hauptstadt mit echtem *Savoir Vivre*. Von süßen Macarons über ungewöhnliche Rohmilchkäsesorten bis zum klassischen Austernschlürfen reichen die vielen Facetten der französischen Küche. Das schätzen auch die vielen Berlin-Besucher, zu deren ersten Anlaufstellen die Galeries Lafayette an der Friedrichstraße zählen – unweit des berühmten Gendarmenmarkts, wo bereits der Name des Platzes auf die vor allem auf die Hugenotten zurückgehenden Beziehungen Berlins zu Frankreich verweist.

Doch es gibt unzählige weitere Orte in der Hauptstadt, an denen man Spezialitäten unseres Nachbarlandes genießen kann. Ein perfekter Startpunkt für die kulinarische Entdeckungsreise ist das Restaurant von Régis Lamazère am Stuttgarter Platz in Charlottenburg. In seiner kleinen Brasserie „Lamazère“, die eigentlich eher ein Bistro mit übersichtlichem Gastraum und einer kleinen feinen Auswahl an Gerichten ist, sitzen neben Gästen aus der Nachbarschaft auch Kollegen aus der Gastro-Szene, um an blanken Holztischen französische Klassiker wie Oeufs cocotte (gestockte Eier mit Crème fraîche, Pfifferlingen und Kräutern in einem gusseisernen Töpfchen serviert) oder wagemutigere Neuinterpretationen wie Jakobsmuscheln mit Blutwurst und Apfelspalten zu testen.

Hier ist auf den ersten Blick klar, dass sich Régis nicht um Modeerscheinungen und Food-Trends schert: „Frankreich ist ein so vielseitiges Land mit seinen Regionen und Spezialitäten, dass es gar keine Grund gibt, von den traditionellen Zutaten abzurücken.“ Und die vollen Tische und positiven Besprechungen in den Medien – allen voran die „Bib Gourmand“-Auszeichnung des Guide Michelin für

tolle, aber preiswerte Küche – scheinen ihm Recht zu geben.

Stilecht auf einer Schiefertafel angepriesen, kann man im „Lamazère“ jeden Tag zwischen vier Vorspeisen, drei Hauptgängen, drei Desserts und einer feinen Käselektion wählen und bekommt damit eine schmackhafte Lektion in französischer Esskultur. Das langsame traditionelle Essen mit Apéritif, Vorspeise, Hauptgericht, Nachtisch, Käse und Kaffee liegt den Berlinern nicht unbedingt im Blut. Zu besonderen Anlässen wird schon mal die ganze Menüabfolge geordert, aber zum Standardrepertoire gehört dies an der noch Spree nicht. Nicht nur das „Lamazère“ nimmt sich dieses Bildungsauftrags gern an.

Fragt man in der frankophilen Berliner Szene nach den besten und ungewöhnlichsten französischen Weinen, wird immer wieder ein Name genannt: **Sébastien Visentin**. Sein Weingroßhandel „Vin sur Vin“ beliefert die ersten Adressen der Berliner Gastronomieszene wie Tim Raue, das Hotel Adlon oder den Grill Royal. In der angeschlossenen Weinhandlung „Passion Vin“ in der Köpenicker Straße in Kreuzberg kann man auch als Privatperson von Sébastiens breitem Wissen und besten Kontakten in die Anbauregionen seiner Heimat profitieren und großartige französische Tropfen einkaufen. Die Weinseminare sind ebenfalls empfehlenswert, wenn man tiefer in bestimmte kulinarische Themen



IMPRESSUM Eine Veröffentlichung der Redaktion Sonderthemen für „Welt am Sonntag“ **Redaktionsleitung:** Astrid Gmeinski-Walter **Redaktion:** Björn Engel, Uwe Sauerwein **Produktion und Gestaltung:** Bettina Jülich **Gesamtanzeigenleiter:** Stefan Mölling; Nationale Vermarktung: Silvana Kara, Alexander Kühl alexander.kuehl@axelspringer.de, Philipp Stöhr philipp.stoehr@axelspringer.de

ANZEIGE

DORN BRACHT

Dornbracht Culture Projects

DIS
The Island (KEN)



Created by artist collective DIS in collaboration with Dornbracht and co-designed by Mike Meiré on the occasion of the New Museum Triennial 2015. Exhibited at „CO-WORKERS – Network as Artist“, Musée d'Art Moderne de la Ville de Paris, October 9th 2015 – January 31st 2016.

dornbracht.com/culture-projects
Photography Heji Shin Concept MeiréundMeiré

Culturing Life

Fake oder Original?

Die Vorstellung vom Wertvollen entsteht zuerst in unseren Köpfen. Besondere Artikel dienen als Projektionsfläche für unterschiedlichste Sehnsüchte

VON ANKE-SOPHIE MEYER

Was ist es, das bestimmte Dinge geschmacklos erscheinen lässt und andere so faszinierend, dass man zumindest in ihrer Nähe sein möchte? Warum erscheinen sie so begehrenswert? „Es ist die Aura des Wertvollen, die Aura des Originals“, schreibt Walter Benjamin bereits 1935 in seinem Aufsatz „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“. Er verweist auf das „Hier und Jetzt des Kunstwerks“, dessen Echtheit Autorität verleiht. Die Strahlkraft dieser Einzigartigkeit lässt die Menschen weltweit vor Museen anstehen.

Wie im Sommer bei „ImEx“, der großen Impressionismus-Expressionismus-Schau in Berlins Alter Nationalgalerie. Die Besucher waren in den Bann der Originale gezogen. Für eine auch noch so perfekte Fälschung hätten sie kaum

einsteigen will. Eine französische Eigenart, dem kultivierten Weinabend mit erlesenen kleinen Gerichten und Snacks, kann man im „Cantine d'Augusta“ in Schöneberg zelebrieren. Die Épicerie, der Feinkostladen, von dem in Grenoble geborenen Sébastien Gorius liegt in einer eher unscheinbaren Seitenstraße, aber hat sich in letzter Zeit zum beliebtesten Treffpunkt für Weinliebhaber und Exil-Franzosen gemausert. Gegen Abend ist es schwer, noch einen Platz zu ergattern, um Charcuterie (eine Auswahl an feinen Wurst- und Schinkenspezialitäten), Tartines (belegte Brote, die vorher in der Pfanne geröstet wurden) und die vorzügliche Käseauswahl zu probieren.

Wer zum Geburtstagsbrunch, zum heimischen Weinabend oder für den Alltag besondere Rohmilchkäse oder handgemachte Butter sucht, ist bei „Maitre Philippe & Filles“ in Wilmersdorf an der richtigen Adresse. Der aus Marseille stammende Philippe Cause und seine

Schlange gestanden. „Ein Original ist immer ein Pionier. Sein Schöpfer hat etwas riskiert und Neues hervorgebracht. Dazu gehörten Mut, der Glauben an eine Idee und oft auch ein persönliches Risiko. Es ging um alles oder nichts“, sagt der Wiener Kommunikationsberater Mario Pricken. „Dieser Pioniergeist ist es, der die Strahlkraft begründet.“

Der Österreicher hat ein Buch über „Die Aura des Wertvollen“ verfasst. „Kennst man die Lebensgeschichte von Coco Chanel“, meint Pricken, „wird deutlich, dass in ihre Schöpfungen ihre Lebenserfahrungen eingeflossen sind. Eine Fälschung würde diese Aura und die damit verbundene Autorität verlieren.“ Walter Benjamin spricht hier vom Verfall der Aura, vom Abgestoßensein beim Anblick eines auch noch so gut gemachten Plagiats.

„Der Wert eines Gegenstandes entsteht vor allem im Kopf des Betrachters und dessen Umfeld“, meint Pricken. Ein real nicht vorhandener Wert wird in einen Gegenstand projiziert, der sich zum Luxusartikel wandelt. Dieser liefert dann die Auffangfläche für Sehnsüchte vielerlei Art: nach Beachtung und Aufwertung, nach Ruhe und Sicherheit, nach Anerkennung und Bedeutung, nach gesellschaftlichem Aufstieg und Erfolg. Die Verlagerung der Sehnsüchte auf einen Gegenstand funktioniert aber nur, wenn



Schmackhafte Lektion in Esskultur: Régis Lamazère (links), Sohn eines Franzosen und einer Berliner, bietet in seiner Brasserie am Stuttgarter Platz wöchentlich neue Kreationen

Hier kann man sich Brioches, kleine Waldbeeren-Tartelettes und süße Croissants mitnehmen, um sie bei einem Spaziergang am nahe gelegenen Landwehrkanal zu verspeisen.

Herzhafter geht es zum Frühstück im „Le Midi“ in Prenzlauer Berg zu. Komplette in südfranzösischen Stil eingerichtet, ist hier eines der besten französischen Frühstücksangebote der Stadt. Ähnlich idyllisch und nicht weit von hier gelegen, ist das „La Bigoudène“ am Zionskirchplatz. Gegenüber dem berühmten Gotteshaus kann man bretonische Spezialitäten wie die Buchweizenpfannkuchen, die Galettes, kosten. Klassisch mit Käse, Schinken und Spiegelei („complète“), raffiniert mit karamellisiertem Bratapfel und Blutwurst oder vegetarisch mit Ziegenkäse, Kartoffeln, Thymian und Honig.

Vom Zionskirchplatz am Weinbergspark vorbei Richtung Torstraße dauert es keine zehn Minuten bis ins „Trois minutes sur mer“, einem Vorreiter und Flaggschiff der Gastro-Szene auf der eigentlich wenig idyllischen Hauptverkehrsader. Hier sitzt die Mitte-Prominenz bei Jakobsmuscheln mit Pommes, Kalbstarter und Fischsuppe oder beim „Croque Monsieur“-Frühstück.

Das Kontrastprogramm zur hippen Torstraße findet man in der Feinschmeckeretage des „KaDeWe“ im Berliner Westen. Dort gibt es im „Lenôtre“ authentisches Baguette, eines der wichtigsten Grundnahrungsmittel der *Grande Nation*. Mit 55 bis 65 Zentimeter Länge, 250 bis 300 Gramm Gewicht und einem Salzgehalt von unter 18 Gramm pro Kilo Mehl sind zwar die Rahmenbedingungen gesetzt, aber scheinbar nehmen es in Berlin nur wenige Bäcker richtig Ernst damit. Umso besser, dass es in der Stadt noch sechs Filialen der Boulangerie „Aux Delices Normandes“ gibt.

Sie können dem Berliner und Berlin-Besucher dank ihrer oft offenen Ware über die triste Jahreszeit hinweghelfen. Und wem dennoch die Küste oder der Atlantik Frankreichs fehlt, findet wenigstens in der legendären *Austernbar* des KaDeWe Trost. Sie bietet von Fine de Claire bis Tsarskaya sieben verschiedene Sorten Austern.

Familie betreiben diesen Berliner Traditionsladen seit 20 Jahren und sind eine Institution für ungewöhnliche Käsesorten geworden. Oder haben Sie schon mal vom baskischen Ardi Gasna Ziegenkäse mit seinem mild-nussigen Aroma oder leicht säuerlichen Brin D'Amour mit korsischen Kräutern gehört?

In der durch uninspirierte Aufbackshop-Tristesse geprägten Berliner Bäcker-Szene leuchten ein paar Läden den Weg in Richtung Pariser Qualität: In Mitte sind vor allem die Pâtisseries „Du Bonheur“ in der Brunnenstraße und „Les Pâtisseries de Sébastien“ unweit der Elisabethkirche zu nennen. Hier gibt es großartige Éclairs, Croissants und die kleinen rosa Schachteln des „Du Bonheur“, in denen man kunstvoll verpackte Leckereien nach Hause trägt. Wer sich in Kreuzberg auf die Suche nach französischer Backkunst macht, sollte dem „Salon Sucré“ am südlichen Ende der Görlitzer Straße einen Besuch abstatten.

So bleibt der Reiz des Einzigartigen, der Kultwert erhalten, denn nur wenige können dieses knappe Gut besitzen. Wer aber zur Gruppe der Wenigen gehört, demonstriert seine Exklusivität.

Dies nutzten bereits die Könige und Kaiser des Mittelalters. Auf ihren Reisen führten sie stets Krone, Zepter, Reichsschwert und Granatapfel – Insignien der Macht – mit sich. Ihre Stellung, ihre Privilegien wurden so für jeden sichtbar und untermauert. Was früher die Kaiserpfalzen waren, sind heute die VIP-Logen in den Fußballstadien, auf Pferderennbahnen oder den Formel-1-Strecken dieser Welt. Sie haben sich zu exklusiven Business-Treffpunkten für Manager und Geschäftsleute entwickelt. Wer eine der wenigen Logen zum Kauf angeboten bekommt, erhält die Eintrittskarte für einen exklusiven Kreis und erschließt sich ein hilfreiches Netzwerk.

Auch Mode besitzt die Fähigkeit, Exklusivität herzustellen. Der Soziologe Georg Simmel spricht in seinen Abhandlungen über die Psychologie der Mode bereits 1895 vom Wunsch des Individuums nach Differenzierung, nach Einzigartigkeit und einem Sich-Abheben-Wollen. Gleichzeitig biete Mode aber die Chance der Nachahmung und befriedige das Bedürfnis sozialer Anlehnung. Der französische Kultursoziologe Pierre Bourdieu greift diesen Gedanken in sei-

nem Buch „Die feinen Unterschiede“ auf und spricht vom Distinktionsverhalten als einem Habitus, den Menschen je nach ihrer sozialen Zugehörigkeit pflegen. Eliten bliebe letztlich nichts anders übrig, als immer neue Formen und Objekte der Distinktion zu finden und sich mit diesen zu umgeben. Bei diesen auralischen, besonderen Gegenständen gehe es weniger um Funktionalität. Sie dienen vielmehr dazu, Grenzen zu setzen, Abstand zu halten und Exklusivität zu dokumentieren. „Mit ihrer Symbolik sind sie gewissermaßen die weiche Form von Machtausübung“, so Bourdieu.

Der Besitz eines Plagiaten hingegen offenbart die Sehnsucht nach dem Original. Eine Nachahmung demaskiert die Trägerin oder den Träger und weist sie oder ihn als eine Person aus, die eben nicht zur Clique, zum auserlesenen Kreis zählt, deren Gesellschaft so erstrebenswert scheint. Selbst wenn die Kopie sich nicht vom Original unterscheidet, lässt sie den Träger doch immer mit einem Gefühl der Unzulänglichkeit und damit des Nichtdazugehörens zurück.

Audrey Hepburn, die in „Frühstück bei Tiffany“ in der glanzvollen Atmosphäre eines Schmuckgeschäftes in der Fifth Avenue auflebte, erfasst das intuitiv. Sie fühlte sich in der Umgebung des Erlesenen und Erhabenen aufgehoben und beschützt.

Ein Dorf mit Schloss denkt über Europa nach

Als sich die B 101 in den 1990er-Jahren noch zweispurig durch die Dörfer südlich der Berliner Stadtgrenze wand, führte sie direkt am Schloss vorbei. Heute herrscht am Genshagener Dorfkern beschauliche Ruhe. Dank der neuen vierspurigen B 101, die den Verkehr nun ein paar hundert Meter weiter entfernt vorbei rauschen lässt. Nach Genshagen gelangt nur noch, wer den Ort gezielt aufsucht. Das tun erstaunlich viele, weil sich das architektonische Kleinod mit seiner romantischen Parkanlage in rund 20 Jahren zu einem wichtigen Zentrum der deutsch-französischen Beziehungen entwickelt hat – von der Öffentlichkeit nahezu unbemerkt.

VON JOCHEN CLEMENS

Lange war Schloss Genshagen eine von Politikern beider Länder gern aufgesuchte Stätte, wenn sie sich frei von den Zwängen des politischen Alltags bewegen und begegnen wollten. Das Treffen des damaligen Bundeskanzlers Gerhard Schröder und des französischen Staatspräsidenten Jacques Chirac im Februar 2004 ist nur eines von vielen im Gästebuch verewigten Beispielen. Diese Rolle hat Genshagen inzwischen weitestgehend abgegeben. Was bleibt und auch stetig ausgebaut wird, ist seine Funktion als interkulturelle Begegnungsstätte mit rund 30 Veranstaltungen und Tagungen pro Jahr.

Wegen der gewachsenen Bedeutung ist das 1993 gegründete Berlin-Brandenburgische Institut für deutsch-französische Zusammenarbeit in Europa 2005 in die gemeinschaftlich von der Bundesrepublik und dem Land Brandenburg getragene Stiftung Genshagen eingeflossen. Wer die Tätigkeiten, Aufgaben und Ziele der Stiftung im Schnellverfah-

Genshagen hat sich zu einem wichtigen Ort für die bilateralen Beziehungen entwickelt



Die Geschäftsführer Martin Koopmann und Christel Hartmann-Fritsch auf Schloss Genshagen

ren überblicken möchte, könnte die Seiten 16 und 17 des Jahresberichtes 2014 aufschlagen. Die Stiftung, so heißt es dort, möchte Akteure aus Kultur, Medien, Politik, Wirtschaft und Wissenschaft zusammenbringen, künstlerisch-kulturelle Projekte und den politischen Dialog befördern – insbesondere im Rahmen des aus Deutschland, Frankreich und Polen bestehenden Weimarer Dreiecks – sowie Brücken bauen zwischen Zivilgesellschaft und Staat.

Auch als „Forum und Denklabor für europäische Zukunftsfragen“ versteht man sich. „Genshagen ist eine einzigartige Dialogplattform, die es so in Frankreich nicht gibt. Bei uns werden europä-

relevante Themen besprochen“, sagt Martin Koopmann, der mit Christel Hartmann-Fritsch seit 2005 die geschäftsführende Doppelspitze der Stiftung bildet. Eines dieser Formate ist der „Genshagener Dialog“. Ein weiteres ist die noch junge deutsch-französische Reflexionsgruppe: Jeweils Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik und Kultur bei der Länder treffen sich einmal jährlich zu einer zweitägigen Klausurtagung. Die erste Veröffentlichung 2014 war ein Grundsatzpapier und befasste sich mit der Rolle Deutschlands und Frankreichs im europäischen Verbund. Das in Kürze erwartete zweite Papier behandelt die Sicherheitspolitik und will mit Blick auf Ukraine-Frage und Flüchtlingsproblematik den politischen Gremien Lösungsvorschläge liefern.

Christel Hartmann-Fritsch arbeitete früher in Berlin-Kreuzberg mit Jugendlichen aus sozial schwächeren Schichten. Ihre heutige stattliche Dienstadresse „Am Schloss 1“ sieht sie als Ansporn und Verpflichtung. Ähnliches auch hier zu tun. Kaum etwas eignet sich da besser als Kunst und Kultur. Eines der herausragenden Ereignisse von 2016 soll ein Projekt zu kultureller Vielfalt sein, an dem neben Deutschland und Frankreich „auch ein oder zwei weitere europäische Länder“ beteiligt sein werden. „Wir wollen den Jugendlichen zuhören und anhand ihrer alltäglichen Lebensumstände erfahren, wie Kunst an der Basis entsteht.“

Seit 2010 bietet Schloss Genshagen auch den würdigen Rahmen für den Franz-Hessel-Preis an zeitgenössische Autoren, die im Nachbarland noch unbekannt und meist noch nicht übersetzt sind. Jährlich erhalten ein deutscher und ein französischer Autor den mit jeweils 10.000 Euro dotierten Preis.

Weitere Infos: www.stiftung-genshagen.de

ANZEIGE



Frankreich ist ein so vielseitiges Land, dass es keinen Grund gibt, von den traditionellen Zutaten abzurücken

Régis Lamazère, Gastronom



Die Modeschöpferin Coco Chanel steht für französische Haute Couture

dieser die notwendigen Ingredienzien mitbringt. Dazu gehören Echtheit, Einzigartigkeit und die Wertzuschreibung innerhalb eines exklusiven Zirkels. Ebenso muss es sich einer unkontrollierten Vervielfältigung entziehen. Deshalb gibt es in Kunst, Mode, exzellenter Uhren- und Autoindustrie limitierte Auflagen.

WALTER KNOLL



THE TRUE LUXURY OF LIVING.

Grand Suite. Die Inszenierung von Sofa-Couture de luxe. Gestaltet mit den wahren Werten der Kultur des Wohnens: meisterhafte Handwerkskunst, feinste Materialien und eine Ästhetik von bleibender Gültigkeit. Exzellenz mit der Aura des Besonderen. Design: EOOS. www.walterknoll.de.

1865
150 YEARS OF WALTER KNOLL
2015

Ist das Vollkommene der Feind des Sinnlichen?

Christophe Salin von Château Lafite und Olaf Maninger von den Berliner Philharmonikern erklären, warum es nie genügt, nur perfekt sein zu wollen

Christophe Salin produziert die besten Weine der Welt, er versucht aus dem Unperfekten das Optimale zu machen. Olaf Maninger ist gefeierter Musiker, er versucht aus perfekter Beherrschung das Unperfekte zu wecken. Zwei Männer diskutieren über die Suche nach der Perfektion. Und sie gehen dabei unterschiedliche Wege.

VON LUTZ MEIER

Christophe Salin steuert seit Jahren die Geschäfte des Château Lafite und der Weingüter der Barons de Rothschild. Ein perfekter Wein bei ihm beginnt fast immer mit unperfekten Voraussetzungen: Das Wetter ist nicht optimal, die Trauben sind von unterschiedlicher Qualität, was bei der Gärung passiert, ist nicht bis ins Letzte vorherzusagen. „Wir haben keine völlige Kontrolle der Parameter“, sagt Salin. „Wir fügen zusammen, wir komponieren und organisieren das, was die Natur uns gibt.“

Das Beste aus dem machen, was die Natur vorgibt, die per definitionem nicht perfekt sein kann: Das ist alles, was die Kellermeister in Salins Haus tun können. „Wir müssen die Essenz, das Potenzial jeden Jahrgangs zum Vorschein bringen“, sagt Salin.

Zwei Männer, ein Deutscher und ein Franzose, die sich täglich höchsten Qualitätsanforderungen stellen, kennen den Preis der Vollkommenheit. Maninger ist Cellist der Berliner Philharmoniker und außerdem Medienvorstand des weltberühmten Orchesters. Dort, sagt er, beginnt die Arbeit mit der Perfektion, aber das Ergebnis darf nie im klassischen Sinne perfekt sein. „Für uns als klassische Musiker ist Perfektion die Basis von allem“, sagt Maninger. Wer in einem solchen Ensemble spielt, muss sein Instrument perfekt beherrschen, aber wenn er auf der Bühne agiert, darf Perfektion keine Rolle mehr spielen.

„Man geht auf die Bühne und es passiert sofort ein chemischer Prozess, der überhaupt nichts mit einer ausrechenbaren Abfolge zu tun hat“, berichtet der Musiker. „Eine so aufgeladene Atmosphäre, dass der Humus für große Kunst da ist.“ Die wirklich große Kunst, sagt er, kommt dadurch, dass es einen Moment der Imperfektion gibt. Um diesen aber zu schaffen, braucht man perfekte Handwerker.

So könnte man Perfektion auch begreifen: Dass das Zusammenspiel des überall ein bisschen Imperfekten so anrührend ist, dass es eigentlich ein per-



Herr der Weine: Christophe Salin verbrachte einen Teil seiner Studienzeit in Deutschland



Olaf Maninger ist gefeierter Cellist und Medienvorstand der Stiftung Berliner Philharmoniker

fektes Erlebnis wird. Wer mit Salin und Maninger eine Weile über die Perfektion philosophiert, der lernt, dass es nicht nur die kühle, technische Perfektion gibt, das Seelenlose der Makellosigkeit. Manchmal gibt es auch in diesem Sinne perfekte Weine, aber die findet Christophe Salin eher uninteressant. Und Olaf Maninger berichtet, dass die großen amerikanischen Orchester lange Zeit als zu perfekt charakterisiert wurden. Da war Perfektion aber eher ein Schimpf-

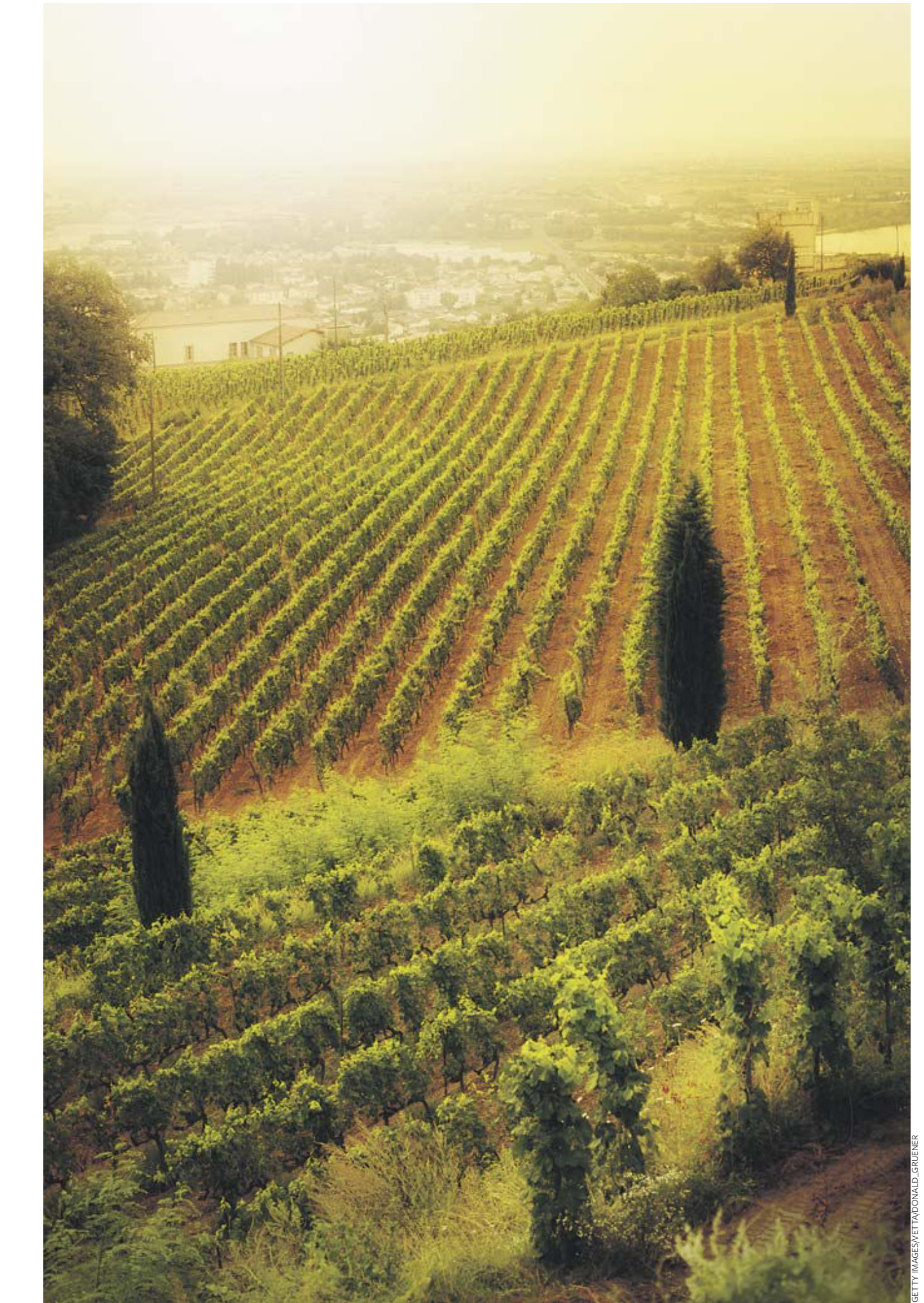
wort. Die Emotion habe gefehlt, die Distanz war zu groß. Da will einer das Perfekte liefern, indem er alles richtig macht. Doch für den Rezipienten, der den Wein oder das Konzert genießt, liegt die Perfektion im perfekten Moment. „Es ist eine Perfektion, die aus der Harmonie kommt“, so Salin. „Es gibt zwei Worte, die Sie mit Perfektion verbinden können, Effizienz und Harmonie“, ergänzt er. „Ja es stimmt: Wenn es die perfekte Effizienz ist, ist es nicht so romantisch.“

Der Franzose Salin hat wie selbstverständlich alle seine Haushaltsgeräte bei deutschen Marken gekauft. Er fährt ein deutsches Auto. Fotografiert mit Leica. Deutsche Präzision: Salin weiß, was das ist, er hat einen Teil seiner Studienzeit in Deutschland verbracht. „Dort gibt es eine Eigenschaft, die ist der Anspruch“, erzählt er. „Man kann nicht Perfektion erstreben, ohne anspruchsvoll zu sein.“

Maninger war unlängst in Frankreich. „Welche Zeit, welcher Aufwand betrieben wird, um feinste Speisen herzustellen!“ ruft er. „Das ist schon etwas, das mit Perfektion gemacht wird.“ Davon könnten wir viel lernen, glaubt der Cellist. „In Deutschland ist es so, dass wir uns erst mal antrainieren müssen, was die Südländer vormachen. Nämlich auch mal loslassen zu können. Aus einem Korsett einer Disziplin herauszutreten und zu merken, dass es auch Genüsse gibt, die man mit einer Perfektion beherrschen kann.“ Salin sagt es so: „In Frankreich ist es Lebenskunst, in Deutschland ist es ein Konzept, um das Leben angenehmer zu machen.“ Wobei sich die Berliner Philharmonie als Gegenbild zum Klischee von der reinen deutschen Effizienz versteht, so Maninger: „Dunkler warmer Klang, Flexibilität, musikalische Exzellenz, Zusammenführen der Einzel Talente, das würde den Leuten einfallen.“ Aber nicht: Musikmaschine.

Ist Exzellenz nur etwas für die, die es sich leisten können? Maninger ist in einer Zeit groß geworden, in der viele Kinder zur Musikschule geschickt wurden. In der fast alle ein Instrument lernten. Er hängt dem Ideal nach, dass das Beste allen zugänglich sein sollte. Aber er sagt auch, dass das vielleicht in dieser Welt nicht realistisch sei. Es ist eben selten, daher muss es teuer sein.

„Wenn man sieht, dass das Besondere auch eine besondere zeitintensive Zuzwendung braucht, dass die Ingredienzien dafür besonders schwer zu beschaffen sind, dann führt es auch zu einem höheren Preis“, erklärt Olaf Maninger und ergänzt: „Wir bekommen die besten Musiker der Welt natürlich nur, wenn die Rahmenbedingungen und auch die



Südfranzösische Weinlandschaft im Herbst: Weinbauern können nur das verarbeiten, was die Natur hergibt

Verdienstmöglichkeiten zumindest wettbewerbsfähig sind.“ Das ist beim Wein kaum anders. Die besten Weine sind selten und seltene Weine sind oft gut. Aber was, wenn die besten Weine aus Frankreich hauptsächlich an Sammler und Spekulanten aus China oder den Emiraten gehen? Was, wenn die Karten für die Philharmonie alle von Hotels und Touristengruppen aufgekauft werden? Ohne

die Kenner des Besonderen kann das Besondere nicht überleben. „Exzellenz und derjenige, der Exzellenz schätzt, die brauchen einander“, sagt Maninger. Darauf sind Winzer und Musiker angewiesen, aber ebenso der Schreiner, der Dachdecker, der Koch.

Auch der Ungebildete, hofft Maninger, werde ein Gefühl für das Besondere entwickeln, wenn er das Glas Wein vor sich

hat oder im Konzertsaal Platz nimmt. Das glaubt Salin auch. Er hätte nicht einmal etwas dagegen, wenn sich Kim Jong-un, Nordkoreas Diktator, die Weine seiner Châteaus kommen lässt. „Wenn er vom Trinken eines Château Lafite sympathischer und klüger wird, dann ist das doch ein positiver Effekt.“ Der Manager des Weinhauses sagt, er sei eben ein von Grund auf optimistischer Mensch.

Wo Sehnsüchte Gestalt annehmen

Deutsch-französische Ideenschmiede: Der Design-Workshop Instéternel bringt Studierende an Orte, an denen erstklassige Produkte entstehen

Was wäre Gosciny ohne Uderzo, Gilbert ohne Sullivan, Christo ohne Jeanne-Claude? Als Einzelkämpfer würden wir sie vermutlich nicht einmal kennen. Doch gerade aus den Gegensätzen und den verschiedenen Perspektiven entsteht jenes Spannungsgelände, das Innovation, Kreativität und Witz erst ermöglicht.

VON CHRISTINA PETRICK-LÖHR

Dualität ist denn auch das Grundprinzip des Projekts Instéternel, eines internationalen Design-Workshops, an dem jeweils 20 Studierende der Berliner Universität der Künste (UdK) sowie der Pariser Designschule Ensaama derzeit teilnehmen. Aus Berlin kommen dabei angehende Mode- und Produktdesigner, in Paris werden neben Mode- auch Interieur-Designer ausgebildet.

Während des Projekts besuchen Studierende und Professoren beide Hochschulen sowie fünf französische Unternehmen aus dem Luxusbereich – Mitglieder des Comité Colbert – und fünf deutsche Meisterkreis-Firmen, die ihrerseits High-end-Produkte herstellen. Dafür reisen sie rund 2000 Kilometer per

Bus durch Frankreich und Deutschland, machen überall dort Station, wo Sehnsüchte unterschiedlichster Art Gestalt annehmen. In Frankreich bei Champagne Krug, der Cristallerie Saint-Louis, bei den Goldschmieden von Lorenz Bäumer, bei Modeikone Christian Dior und dem Parfumeur Frédéric Malle. Auf deutscher Seite sind der Küchenhersteller Gaggenau, Fotolegende Leica, der Exklusiv-Möbelproduzent Walter Knoll, der Kopfhörer-Hersteller Sennheiser und die Uhrenmanufaktur Glashütte die Gastgeber.

„Instéternel ist ein Kunstwort, aus ‚éternel‘ also ‚ewig‘ und ‚instant‘, was ‚schnell und sofort‘ bedeutet“, erläutern die UdK-Professoren Achim Heine und Valeska Schmidt-Thomsen den Titel. Darin schwingt vieles mit, was den Workshop ausmacht. Heine: „Wir sehen heute überall das Neben- und Miteinander einer Sehnsucht nach hochwertigen, individuellen Objekten, die eine eigene Geschichte haben und dem rasanten Tempo von Moden und Strömungen, die in Echtzeit über die modernen Kommunikationswege um die Welt gehen.“

Das Zwillingprinzip des Workshops dient als roter Faden. „Jeweils ein deutscher und ein französischer Student bilden gemeinsam ein Team, das sich ein

Projekt ausdenken und erarbeiten muss“, so Heine. „Das Projekt wiederum bezieht sich immer auf die Kombination eines deutschen und eines französischen Unternehmens. Wenn also etwa zu Christian Dior und dem Kopfhörerproduzenten Sennheiser eine Idee entwickelt werden soll, dann kann es nicht darum gehen, dass deutsche Kopfhörer mit einem Stoff von Dior umkleidet werden – da erwarten wir deutlich tiefer gehende Ansätze.“ Mitte Januar werden alle Teams ihre Arbeiten in Paris vorstellen.

„Instéternel ist ein Kunstwort, aus ‚éternel‘ also ‚ewig‘ und ‚instant‘, was ‚schnell und sofort‘ bedeutet“, erläutern die UdK-Professoren Achim Heine und Valeska Schmidt-Thomsen den Titel. Darin schwingt vieles mit, was den Workshop ausmacht. Heine: „Wir sehen heute überall das Neben- und Miteinander einer Sehnsucht nach hochwertigen, individuellen Objekten, die eine eigene Geschichte haben und dem rasanten Tempo von Moden und Strömungen, die in Echtzeit über die modernen Kommunikationswege um die Welt gehen.“

Das Zwillingprinzip des Workshops dient als roter Faden. „Jeweils ein deutscher und ein französischer Student bilden gemeinsam ein Team, das sich ein

Für die Studierenden ist das Projekt eine einmalige Chance. Ronja Kösters, die im fünften Semester Modedesign an der UdK studiert, interessiert besonders „der Einblick in die Firmen, die Produktion, das Handwerk zu sehen, das dahinter steckt. Die Chance, so nah an alles heran zu kommen.“

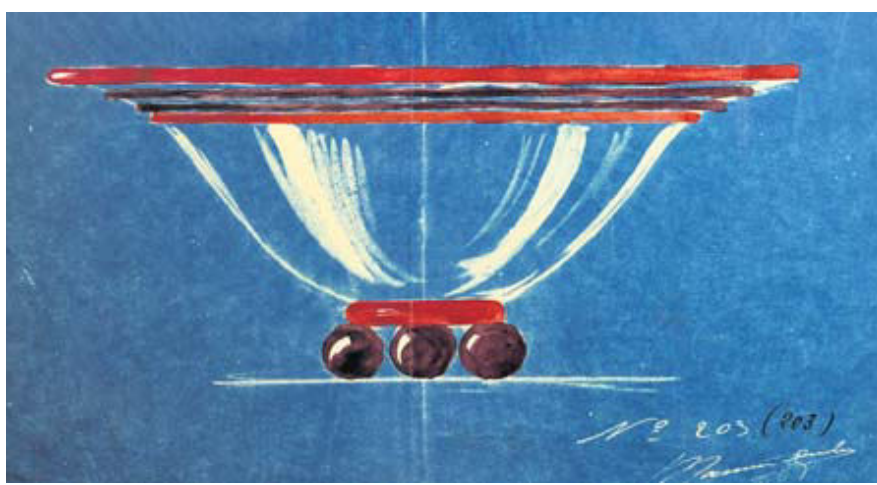
Ihr Kommilitone Julian Ribler sieht das ähnlich: „Die Möglichkeit, einmal einen Blick hinter die Kulissen solcher Firmen werfen zu können, ist natürlich ein besonderer Reiz. Aber auch die Charak-

tere kennenzulernen, die solche Häuser leiten und die Produkte entwerfen.“

Ausgesprochen spannend, da sind sich die Studierenden und ihr Professor einig, ist der ganz unterschiedliche Ansatz, den die verschiedenen Unternehmen im Umgang mit den Themen Tradition, handwerklicher oder industrieller Exzellenz pflegen. Achim Heine: „Bei allem gemeinsamen Streben der Unternehmen nach höchster Qualität und Perfektion sind doch die Strategien, wie man diese erreicht, durchaus unterschiedlich, auch im direkten Vergleich der französischen mit den deutschen Unternehmen.“

Eines jedoch eint die Unternehmen in beiden Ländern, hat der angehende Produktdesigner Jonathan Ihm bemerkt: „Fast alle Unternehmen haben eine lange Tradition. Die Gründer der Firmen hatten Visionen, die über Generationen weitergetragen werden. Teilweise hat man das Gefühl, dass die Menschen dort für die Firma leben.“

Auch wenn sich etliche der Workshop-Teilnehmer durchaus vorstellen können, in Zukunft bei einem ihrer Gastgeber auch einmal zu arbeiten, ist die direkte Jobakquise nicht Ziel der Reise, wie Ulrike Kranz, die Sprecherin der Uhrenmanufaktur Glashütte erläutert: „Wissens-transfer mit jungen klugen Köpfen ist



Historischer Entwurf der Kristall-Manufaktur de Saint-Louis in einer Ausstellung