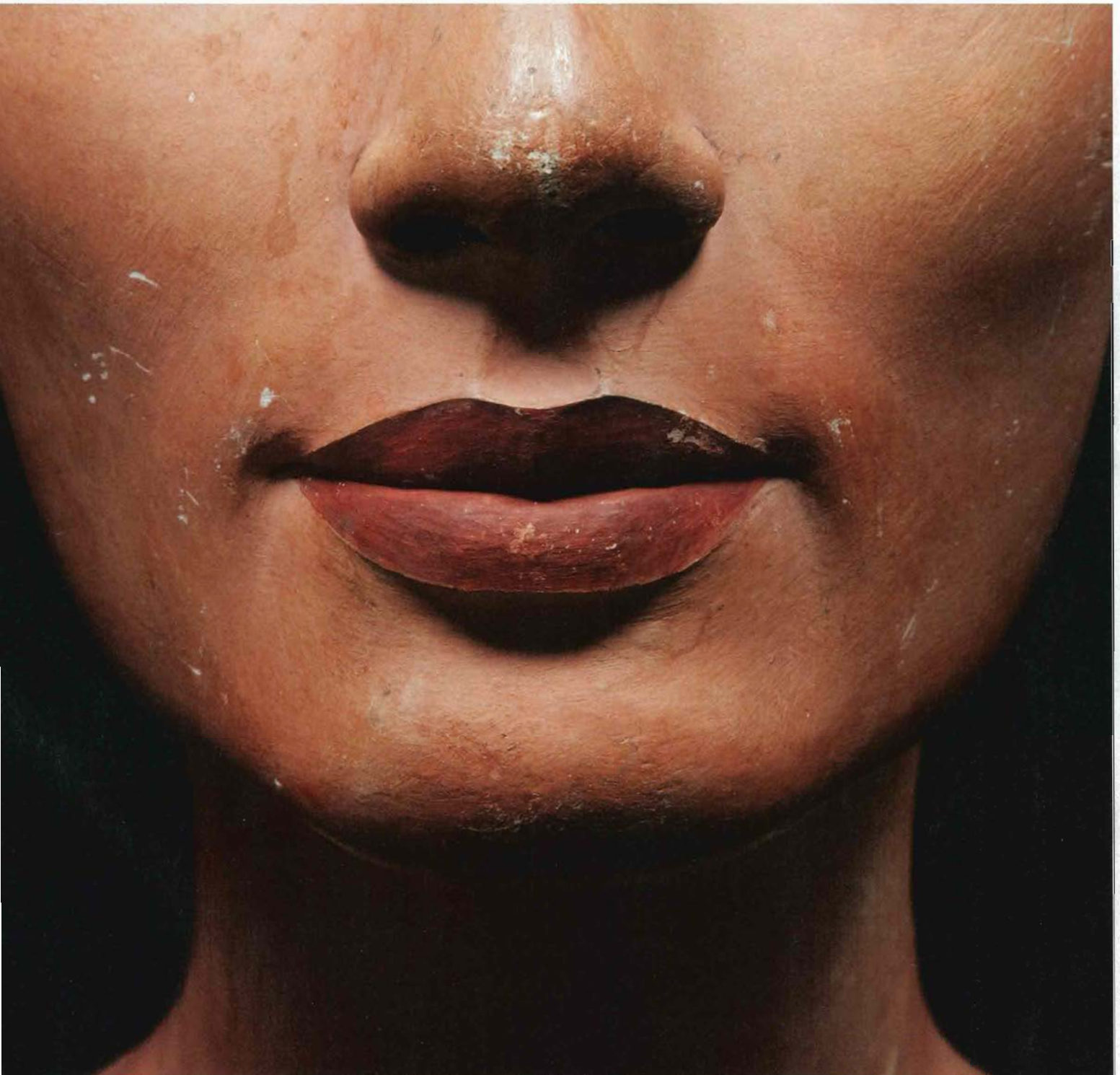


# WELTKUNST

Dezember 2012

Seit 1930

Nofretete: Der Kult um die schöne Königin



*Deutsche Meister* Wo sich Handarbeit und Kreativität vereinen *Abgehoben* Ernesto Neto in Tokio  
*Bienvenidos* Zu Gast in der charmantesten Privatsammlung von Buenos Aires



# DIE HAND DES MEISTERS

WAS MACHT EINEN ROLLS-ROYCE ENDGÜLTIG ZUM KUNSTWERK?  
DIE VON HAND GEMALTE COACHLINE AUF SEINEN FLANKEN

Der Job von Mark Court ist schnell beschrieben. Der Brite muss einen Strich zeichnen. Ein Strich kann aber auch ein Kunstwerk sein. In der japanischen Kalligrafie müssen alle Zeichen aus einem Handschwung kommen. Wer unterbricht, zerstört das Werk, bevor es fertig ist. Ein solches Werk muss auch Mark Court täglich vollbringen. Nur dass er es nicht auf Papier tut, sondern auf einem Auto. Court ist der Coachlinepainter von Rolls-Royce. Er zeichnet auf die Flanke des Luxusfahrers eine feine, einfache oder doppelte Linie, die sich sechs Meter lang vom vorderen Kotflügel bis zum Heck zieht. Diese dunkelrote Linie muss stets von Hand gezeichnet werden – und zwar ausschließlich von Courts Hand.

Natürlich wäre die Coachline weniger bedeutsam, würde sie nicht ein besonderes Auto zieren. Ein Rolls-Royce ist selbst ein Produkt von Handarbeit. Jedes Teil wird in der Manufaktur im englischen Goodwood als Einzelstück gefertigt.

Mark Court ist der Letzte, der Hand an einen Rolls-Royce anlegt. Bei mehr als 1500 dieser Wagen hat er das bisher getan. Auf seinen Strich kommt es an. Denn sollte Court mal danebenliegen, ist die gesamte Lackierung hinüber. Aber Court verhält sich nicht. Bis er den perfekten



Strich beherrscht, hat es fünf Jahre gedauert. Das ist nichts, was jeder lernen könnte, sagt er: „Entweder man kann es, oder man kann es nicht. Ich kann nach 20 Minuten sagen, ob jemand das Talent dazu hat.“ Die Pinsel aus seiner Ausbildungszeit hat er immer noch. Court benutzt Fehhaarpinsel aus Eichhörnchenfell. Den dunkelroten Lack rührt er auf einer kleinen Palette an. Bis er die vollen sechs Meter auf beiden Seiten gemalt hat, vergehen drei Stunden. In dieser Zeit arbeitet er

**Schicker Strich: die fertige Coachline auf einem Rolls-Royce, unten ihr Maler Mark Court bei der Arbeit. Drei Stunden benötigt er für beide Seiten**

sich mit kaum merklichen Bewegungen vom vorderen Blinker zum Heck vor, mit zwei Fingern hält er den Pinsel, mit den restlichen drei Fingern der rechten Hand tastet er sich an der Karosserie entlang

Der Strich, der dabei entsteht, ist so gleichmäßig, dass er von einer Maschine stammen könnte. Was das Schwerste daran ist, kann er leicht sagen: „Man muss innerlich mit der Tatsache fertig werden, dass der Wagen 350 000 Euro kostet.“

Die Coachline, auch Pinstripe genannt, gehört nicht zur Serienausstattung eines Rolls-Royce. Man muss sie eigens ordern. Das fällt manchem erst spät ein. Ein Prinz aus Dubai hatte sich sein Auto ohne den schmucken Streifen an der Seite ausliefern lassen. Erst in Dubai merkte er, dass alle anderen Rolls-Royce-Fahrer dort eine Coachline am Wagen haben. Da wollte er nicht hintanstellen und fragte beim Hersteller an, ob die sich denn nachbestellen ließe. Mark Court stieg ins Flugzeug, flog in die Wüste, zog seinen Strich. Dann flog er wieder zurück. ×



Tillmann Prüfer ist Style Director des ZEITmagazin. Er stellt in der WELTKUNST herausragende Leistungen der Handwerkskunst vor



# Deutsche Meister

Es gibt sie hierzulande noch, die schönen und guten Dinge, die mit einem hohen Anteil an Handarbeit gefertigt werden. Sie stehen für eine Qualität, die man sonst nirgends auf der Welt findet. Wir haben drei solcher Hersteller besucht

Von Tillmann Prüfer Fotos Gregor Hohenberg











*Oben: die Bechstein-Fabrik in Seiffhennersdorf. Li. der Tischler Markus Roscher, u. das Rohlinglager und die Prüfung der Tasten. Am Ende werden die Flügel gestimmt (li. Seite)*



**D**ie besten Pianos des Landes werden im äußersten Osten der Republik gebaut. Jenseits von Bautzen, im sächsischen Seiffhennersdorf. Dort steht ein alter Stahlbetonbau mit der Aufschrift „C. Bechstein Pianofabrik“. Die Firma, im 19. Jahrhundert in Berlin gegründet, ist einer der weltweit führenden Hersteller hochwertiger Flügel und Klaviere. Schon der Komponist Franz Liszt schwörte auf die Instrumente, die in Königshäusern standen. In Berlin sitzt nun nur noch die Verwaltung, seit Ende der 1990er wird in den früheren DDR-Piano-Werken produziert.

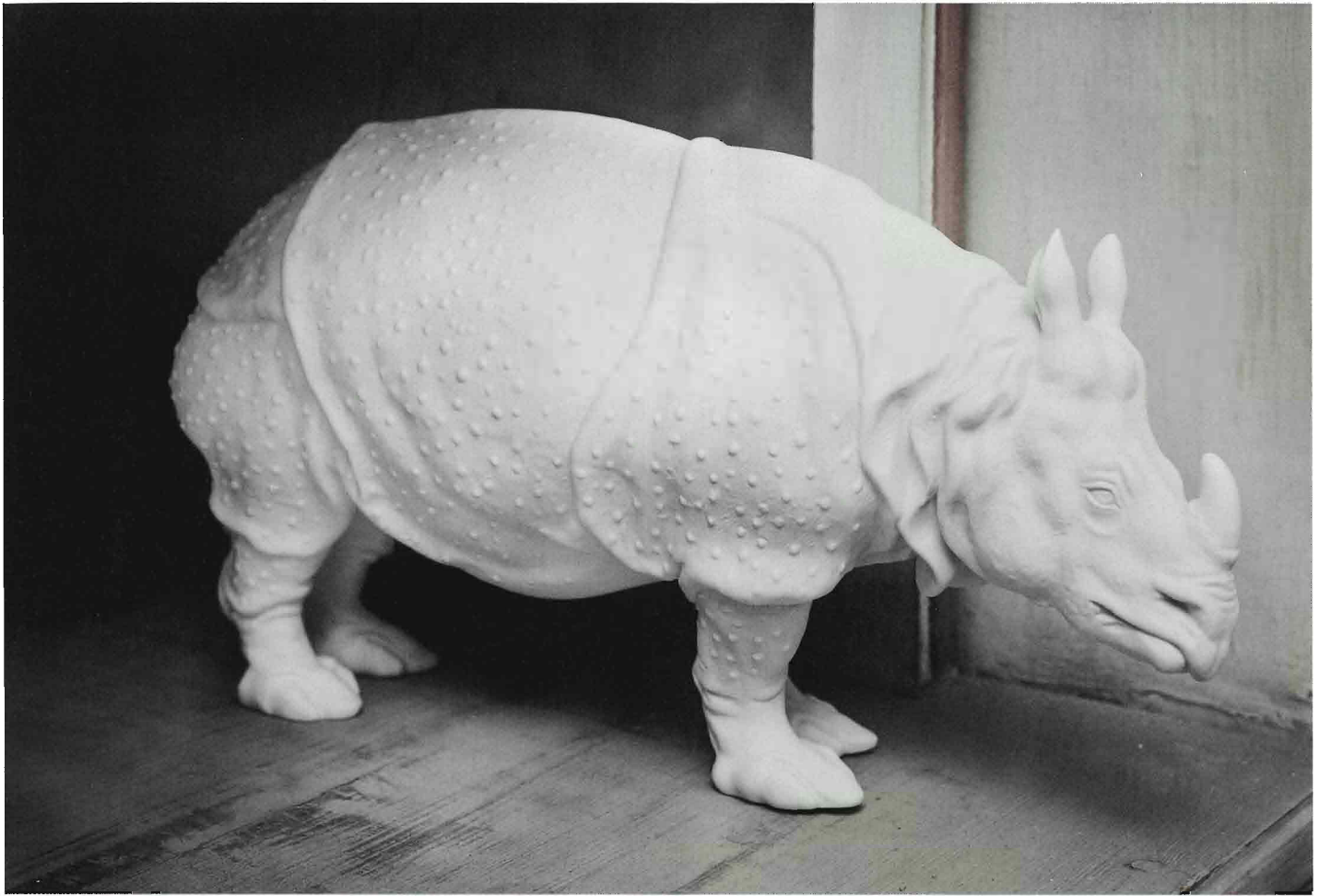
Karl Schulze hat Bechstein 1986 gekauft. Er beschäftigt 340 Mitarbeiter.

Wenn er durch den Betrieb führt, kann er seinen Stolz nicht verhehlen. Er zeigt hier auf computergesteuerte Fräsen, dort auf die Feinarbeit der Stimmmeister. Es riecht nach Sägemehl, Leim und Lack. Bei Bechstein wird stets an fünfhundert Flügeln gleichzeitig gearbeitet, die Fertigung dauert mindestens ein Jahr. Das Gehäuse des Flügels besteht aus Buche, Kiefer und Ahorn, die so miteinander verleimt werden, dass der Klang präsent, aber nicht zu hart ist. Hundert Teile hat solch ein Gehäuse, das Spielwerk, in dem die Saiten angeschlagen werden, gut tausend. Das Herstellen ist eine Kombination aus digitaler Fertigung und teilweise schwerer Handarbeit. Drei starke Männer braucht es, um das aus 40 Schichten ge-

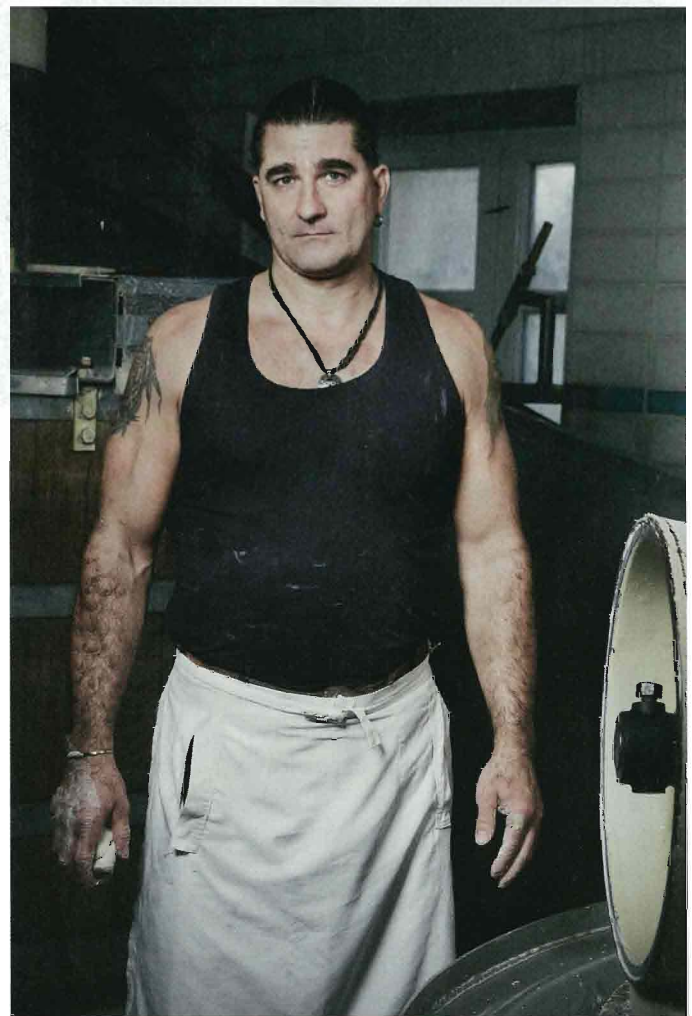
leimte Gehäuse in die Form zu zwingen, die die typische Flügel-Silhouette schafft. Ein Jahr lagern die Deckel, um sicher zu stellen, dass das Holz sich nicht verzieht. Der Resonanzboden aus Bergfichtenholz harrt sogar bis zu fünf Jahre im Klimaraum aus. Auf die Frage, ob er Luxusobjekte herstelle, antwortet Schulze: „Selbstverständlich, kein Mensch braucht einen so hochwertigen Flügel. Es sei denn, er will das Beste.“

Bechstein steht für einen unterschätzten Wirtschaftszweig in Deutschland: die Hersteller handgemachter Premiumprodukte. Es gibt hierzulande eine beträchtliche Anzahl von Unternehmen, die mit einem hohen Anteil von Handarbeit Produkte herstellen, die man in die-





**Mit Dieter Zeus leistet sich die Porzellanmanufaktur Nymphenburg sogar einen eigenen Massemüller. U. bemalt Katharina Neumann einen Totenkopf. Tierfiguren sind besonders beliebt, egal ob kleine Wildkatzen (u.) oder ein weißes Rhinoceros aus Biskuitporzellan**







*Fast wie zu Wittelsbacher Zeiten:  
Ein Laborarbeitsplatz der Porzellanmanufaktur, die seit 1747  
im Münchner Schloss Nymphen-*





*Die Formen zum Stanzen li., mit denen bei Robbe&Berking in Flensburg edles Silberbesteck gefertigt wird. Die Vorlagen für die verschiedenen Typen (g.o.) hängen in der Schleiferei. oben das Werkzeug, mit dem die Gravuren ausgeführt werden*

ser Qualität nirgends auf der Welt findet. Sie beschäftigen rund 140 000 Mitarbeiter und erzielen mehr als 50 Milliarden Euro Wertschöpfung. Vielen dieser versteckten Meister wird gerade erst bewusst, dass sie gemeinsam eine Branche bilden. Während in Frankreich die „feinen Künste“ schon lange zum kulturellen Erbe zählen, begreift man sich hierzulande noch zu sehr im industriellen Kontext. Wer edles Porzellan herstellt, vergleicht sich eher mit anderen Geschirrh Herstellern, anstatt zu überlegen, ob es nicht auch Gemeinsamkeiten mit einem Autohersteller oder einer HiFi-Manufaktur gibt – sprich Kunden, die bereit sind, für besondere Qualität einen besonderen Preis zu zahlen.

Ein schönes Beispiel dafür ist die Porzellanmanufaktur Nymphenburg. Aus dem gleichnamigen Schloss sind die Wittelsbacher längst ausgezogen, doch die von ihnen 1747 gegründete Manufaktur ist

noch immer in Betrieb und produziert weitgehend wie früher. Im Erdgeschoss des Schlosshinterbaus wirkt Dieter Zeus, letzter Mاسemüller der Welt und Mammut von einem Mann. Aus Calcit, Feldspat und Kaolin mischt er die Porzellan-Grundmasse zusammen. „Das mache ich seit mehr als 30 Jahren“, sagt er. Alle anderen Hersteller beziehen ihr Porzellan gemischt vorgefertigt. Nur hier werden alle Teller, Tassen und Kerzenhalter von Hand aus der Scheibe geformt – mit Handsignatur des Drehers. Wer diesen Aufwand sieht, weiß, warum ein Nymphenburg-Teller 200 Euro kosten muss. In Zeiten, in denen das „gute Geschirr“ als altmodisch gilt, ist man damit kaum konkurrenzfähig. Und obgleich bei Nymphenburg ein unvergleichliches Knowhow gepflegt wird, werden derlei Betriebe kaum unterstützt, anders als Kulturbe-wahrer wie Museen oder Theater.

„Ich vertraue lieber nicht auf Förder-gelder“, sagt Oliver Berking, der die Silberschmiede Robbe&Berking führt. „Ein Geschäft muss so funktionieren.“ Robbe&Berking in Flensburg ist Weltmarkt-führer für Tafelsilber, 80 Tonnen des Edelmetalls werden pro Jahr verarbeitet. „Es ist ein enger Markt“, sagt Berking, „Aber wir spüren, dass es wieder wichtiger wird, Gäste stilvoll zu bewirten.“ Bis in der Manufaktur aus einem Stück Silberblech ein Besteck geworden ist, sind 50 Arbeitsschritte nötig. Für einen neunarmigen Kerzenhalter muss man fast 30 000 Euro zahlen, ein Silberlöffel kostet 175 Euro. Die stagnierende Nachfrage im Einzelhandel gleichen Großaufträge aus: Bei der Ausstattung von Hotels ist deutsches Handwerk gern gesehen.

Diese Erfolgsgeschichten täuschen ein wenig darüber hinweg, dass hierzulande zuletzt viele traditionsreiche Fein-



handwerksbetriebe vom Markt verschwunden sind. Es gibt kaum noch Uhrmacherbetriebe im Schwarzwald, die Glaskunst ist im Bayerischen Wald fast ausgestorben. Doch es entsteht auch Neues, selbst da, wo man es kaum vermutet. So schaffte es die Berliner Manufaktur Burmester mit ihren HiFi-Anlagen zum Markenzeichen für perfekten Klang zu werden. In der Schöneberger Fabrik setzen die 50 Mitarbeiter alle Kondensatoren von Hand ein, keine einzige Platine wird aus China geliefert. Es gibt hier sogar einen Raum, in dem die Lautsprecher so lange gerüttelt werden, bis sie schön weich sind. Kein Aufwand scheint zu groß oder zu teuer zu sein, was sich im Preis wieder spiegelt. Für eine Burmester-Anlage kann man ohne Probleme 80 000 Euro ausgeben. Den Absatz schmälert das nicht. „Unsere Bestseller sind nicht die günstigeren Komponenten“, sagt Dieter Burmester und zeigt auf eine Palette Ver-

stärkerendstufen, jeweils zu 30 000 Euro, die gerade versandfertig gemacht wurden.

In den 1970er Jahren, als der Student anfangs aus hochwertigen Komponenten von Messinstrumenten Verstärker zu bauen, gab es in Deutschland noch eine florierende Unterhaltungselektronik mit Grundig, Telefunken und Nordmende. Sie alle sind im Preiskampf mit Asien untergegangen. Nun hat ein Betrieb, der kein einziges Media-Markt-Produkt anbietet, das Prädikat Hi-Fi „Handmade in Germany“ fast exklusiv.

Damit wird er auch interessant für die typischen deutschen Luxuswarenhersteller, die Autobauer. Gegen einen Aufpreis von einigen tausend Euro rüstet Porsche das Modell Panamera mit einer HiFi-Anlage von Burmester aus.

Bei Porsche setzt man auch selbst auf Handarbeit. Der neue Spider 918 wird ab nächstem Jahr komplett in Handarbeit hergestellt werden. Zu diesem Zweck

wird gerade in Zuffenhausen eine alte Lackiererei als Manufaktur hergerichtet. Premium-Handwerk ist eben nicht nur für Mittelständler interessant, sondern funktioniert auch im großen Maßstab.

Auch Karl Schulze von Bechstein setzt auf fachübergreifende Zusammenarbeit: Er plant ein ganz besonderes Objekt aus seinem Hause zusammen mit anderen deutschen Premiumherstellern (im Gespräch sind Meissen und Leica) in China zu präsentieren. Es handelt sich um das Replikat eines Flügels, den Bechstein vor 140 Jahren an das englische Königshaus geliefert hat. Eine mandarinfarbene Schönheit mit Goldborten, Watteau-Bildern, Tieren und Engeln. Zwei Jahre dauerte die Herstellung, der Käufer wird dafür etwa 1,7 Millionen Euro zahlen müssen. „Gemessen an den Arbeitsstunden, die da drin stecken, ist das nicht viel“, sagt Schulze. Wer hätte gedacht, dass Luxus so günstig sein kann. ×



**Martin Lorenz baut beim HiFi-Spezialisten Burmester Lautsprecher zusammen. Zum 25-jährigen Firmenjubiläum erschien eine Sonderedition des Vorverstärkers 808 MK5 in Gold (o.), den komplexen Schaltplan li. liest man am besten mit Lupe**





# Vereinigte Stile von Europa

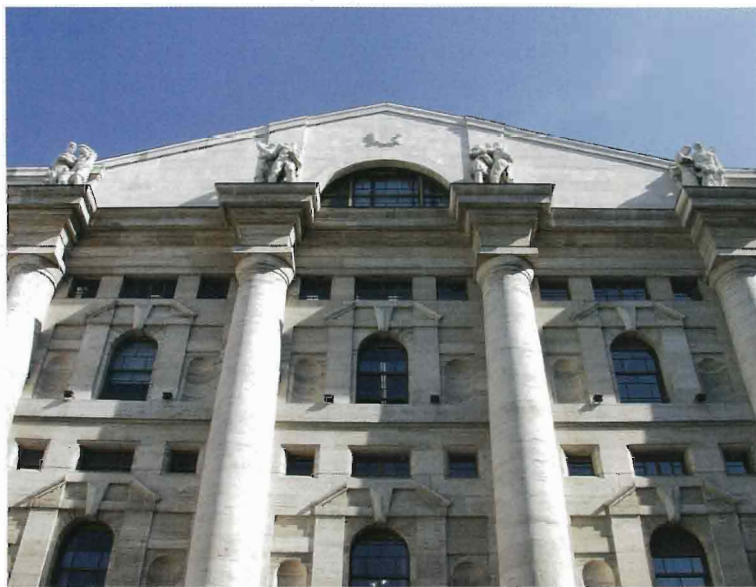
Mit einer Stimme sprechen: Europäische Luxushersteller wollen ihre Interessen stärker gemeinsam vertreten. Ein Treffen in Mailand machte das deutlich

von Tillmann Prüfer

Es herrscht Hochbetrieb in der alten Börse von Mailand. In dem ehrwürdigen Gebäude drängen sich die Stuhlreihen, es klimpern die Espressotassen. Unter den erschienenen Anzugträgern ist alles zu finden, was in Italien Rang und Namen hat. Die Chefetagen des Della-Valle-Konzerns sind ebenso vertreten wie die Spitzen von Zegna und Ferrari. Im Konferenzsaal treffen sich Manager, die sonst erbitterte Gegner sind und solche aus Branchen, die überhaupt nichts miteinander zu tun haben. Was sollte ein Manager aus

der Modebranche auch mit einem Weinproduzenten zu bereden haben? Doch hier, auf der Sitzung der Fondazione Altagamma, des Verbandes der italienischen Luxusindustrie und des Feinhandwerks, ist alles anders. In diesem Verband sind alle Unternehmen vereint, die sich in Italien um eine Kundschaft bemühen, die gerne etwas mehr investiert, um etwas Besonderes zu bekommen.

Vorne am Pult steht Armando Branchini und wirft die Zahlen an die Wand, die hier alle entscheidend finden: Das Wachstum des europäischen und weltweiten Luxusmarktes. Die Zahlen versprechen Hoffnung in krisengeplagten Zeiten. Der Heimatmarkt in Italien schwächelt, die miserablen Arbeitsmarktdaten verageln das Konsumklima. Aber die Chinesen gleichen die Stagnation in Europa mehr als aus. Besonders der Duty-Free-Markt legt zu, vor allem Uhren- und Schmuckhersteller profitieren. „Uhren und Schmuck werden in der Krise umso beliebter“, erklärt Branchini, der dem Altagamma-Verband seit vielen Jahren vorsteht. In Italien ist man sich bewusst, welche Bedeutung der weltweite Markt für



**Wo sich Wirtschaft und Kreativität symbolisch vereinen: Die alte Börse von Mailand war der Schauplatz des Treffens der Luxusverbände**

hochwertige Produkte für die heimische Wirtschaft hat. Schließlich sind Firmen wie die Edelschneider Zegna und Brioni oder die Modemarken Prada und Gucci Aushängeschilder des Landes und haben ein besseres Image als so manches, was sonst aus Italien kommt. Die Fondazione Altagamma ist ihr Interessenverband. Denn Exzellenz hängt von vielen Faktoren an. Wer gute Täschner haben will, muss dafür sorgen, dass es genügend Auszubildende gibt und die Handwerksberufe attraktiv bleiben. Es gilt Vertrauen darin zu schaffen, dass diese Berufe auch künftig erhalten bleiben und bei der Politik Werbung in eigener Sache zu machen. Wenn die Branche sich im Ausland präsentiert, öffnen die Botschaften wie selbstverständlich die Pforten. Und es gibt viele internationale Kooperationen, die Unternehmen ganz neue Möglichkeiten eröffnen, etwa mit der Tate Modern in London.

Mittlerweile verstehen die Luxushersteller allerdings, dass sich ihre Interessen längst nicht mehr nur national vertreten lassen. Handelsbeschränkungen und Markenpiraterie sind grenzübergreifende Pro-

bleme. „Wir müssen unsere Interessen stärker bei den europäischen Institutionen vertreten“, sagt Branchini. Deshalb wurde kürzlich die ECCIA (European Cultural and Creative Industries Alliance) gegründet. Die Allianz setzt sich aus den fünf großen Verbänden der kreativen und kulturellen Luxusbranche in Europa zusammen. Darunter ist neben der Fondazione Altagamma auch das traditionsreiche Comité Colbert, das 75 französische Hersteller vereint. Ein weiteres Mitglied im ECCIA ist der britische Luxusverband Walpole, von dem sich 180 Firmen vertre-

ten lassen. Pro Jahr veranstaltet Walpole mehr als 50 Workshops, auf denen sich die Branche trifft. Ein Schwerpunkt ist dabei die Nachwuchsförderung. „Wir haben im Luxusmarkt viele Stellen, aber wir müssen die richtigen Leute dafür finden“, sagt Walpole-Chefin Julia Carrick.

Vergangenes Jahr traten auch der spanische Circulo Fortuny und der deutsche Meisterkreis der europäischen Luxus-Plattform bei. Der Düsseldorfer Unternehmensberater Clemens Pflanz hat den Meisterkreis gegründet, in dem bereits mehr als 50 Unternehmen aus verschiedenen Bereichen versammelt sind. „Unser Anspruch ist es, auf die außergewöhnlichen Leistungen der Branche hinzuweisen. Und wir wollen das öffentliche Bewusstsein für die kulturelle Bedeutung meisterhaft gefertigter Produkte schärfen“, sagt Pflanz.

Dabei setzt der Meisterkreis einerseits auf klassische Interessenvertretung, aber auch auf die Kooperation zwischen den einzelnen Mitgliedern. So sollen etwa bei einem Trainee-Programm künftig Hersteller für einen begrenzten Zeitraum ihre Mitarbeiter tauschen. ×





# Die Skulptur atmet

Ernesto Neto hat im Espace Louis Vuitton Tokio eine verzaubernde Installation geschaffen, die wie eine seltsame Spezies wirkt

*Interview* Cameron Allan McKean









**Der brasilianische Künstler Ernesto Neto ist durch seine mit allen Sinnen erfahrbaren Hängeskulpturen berühmt geworden. Seine Installationen sind immer auch Auseinandersetzungen mit Raum und Leere**

– wahrscheinlich gerade deshalb, weil er mit seinem mitreißendem Temperament ihren öffentlichen Gepflogenheiten so entgegensteht. Im gläsernen Ausstellungsschrein des Espace Louis Vuitton Tokio zeigt Ernesto Neto nun bis zum 6. Januar eine Landschaft von Hängeskulpturen vor grandioser Stadtkulisse.

**Welche Verbindung besteht zwischen der neuen Installation im Espace Louis Vuitton und Ihren früheren Arbeiten?**

Das Konzept, vom Boden abzuheben, versuche ich schon seit Langem umzusetzen. Meine erste Ausstellung, bei der ich diese Idee realisieren wollte, war 2007 in der Galerie Max Hetzler in Berlin. Damals entwarf ich einen Horizont aus Stoff und teilte die Galerie in zwei Hälften. Ich baute ein paar Stufen, damit man durch ein Loch im Stoff auf den Horizont schauen kann. Ich mag es, wenn man durch Stufen und Hindernisse verpflichtet wird, Entscheidungen zu treffen.

**Hier scheint die Entscheidung darin zu liegen, ob man die Schuhe auszieht und in die Skulptur klettert.**

Für mich repräsentiert das Ausziehen der Schuhe ein Abstreifen unserer Grenzen. Es erlaubt uns, den Raum direkter zu erfahren; wir fühlen uns wohler und kommen der Landschaft näher. Diese Beziehung zwischen Figur und Landschaft ist die Basis meiner Arbeit.

**Welche Art von Räumen interessiert Sie?**

Ich möchte Räume nicht als leer denken. Mich interessiert, was zwischen diesen Lücken liegt. Ein Raum ist für mich eine Beziehung, das Auffüllen einer Leere.

**Können Sie dafür ein Beispiel geben?**

Chili essen. Dank Chili spüren wir die innere Form unseres Mundes. Man spürt die Grenzen des körperlichen Raums, und die Wände sind bemalt mit Gewürzen, eine Farbe, die uns schmerzt, aber uns ebenso die Form unseres Mundes aufzeigt.

**Ihre Hängeskulptur hier in Tokio wirkt hingegen wie ein von der Schwerkraft animierter Beziehungsraum.**

Ich sehe diese Skulptur als einen Raum, in dem Dinge passieren. Die Skulptur er-

**S**eine Kunst ist eine ganzheitliche körperliche Erfahrung. Sie spricht all unsere Sinne an: die Augen, die Nase, die Tastorgane und auch die Ohren, die gerade durch die Stille in den Installationen empfindsam werden. Ernesto Netos hängende Stoffskulpturen sind mit Gewürzen und anderen Materialien gefüllt, man wird von betörenden Düften umnebelt – intensiv, aber nie penetrant. Ernesto Neto ist jemand, für den Raumerkundung zuallererst eine körperliche Wahrnehmung ist. Damit steht er ganz in der Tra-

dition der Moderne seines Heimatlandes Brasilien. Prägend waren für ihn die raumgreifenden Skulpturen der Fünfziger und Sechziger und vor allem der Neoconcretismo der Sixties in seiner Geburtsstadt Rio de Janeiro, insbesondere die mobilen Kunstwerke Hélio Oiticicas und die Körperexperimente Lygia Clarks.

Die großen Hängeskulpturen und oft schlundartigen Gebilde, in die man auch kriechen darf, sind populäre Attraktionen. Kein Wunder, dass Neto mittlerweile in der ganzen Welt nachgefragt ist. Die Japaner lieben ihn schon seit Langem



eignet sich hier. Kunst geschieht in diesem Moment. Diese Skulpturen fallen hinunter und verlieren ihre Form, wenn man sie umhängt. Sie besitzen keine stabile physikalische Identität, sie sind in einem Zustand des Lebens.

Christine Vendredi-Auzanneau, die Direktorin des Espace Louis Vuitton Tokio, sagt, dass die Künstler keine ortsspezifischen Werke schaffen, sondern ihrem eigenen Antrieb folgen sollen. Wie wichtig war in Ihrem Fall der Ort?

Sehr wichtig, da ich große, hängende Objekte geschaffen habe. Der Raum ist vollständig aus Glas, hat ein großzügiges Dach, dank des erhöhten Bodens hat man das Gefühl, über der Stadt zu schweben. Ich hätte diese Arbeit unter anderen Bedingungen nicht realisieren können.

Gibt es bestimmte Schlüsselmomente, die mit dieser Arbeit verbunden sind?

Ich denke, als Philippe Petit die Wolkenkratzer in New York auf einem Drahtseil überquerte, war dies eine der größten Meisterleistungen des Jahrhunderts. Es liegen so viele poetische Ebenen darin. Die Schwierigkeit, das Seil unbemerkt zu befestigen, die Beziehungen zu Zuschauern und Polizisten. Aber tatsächlich bekam all dies erst eine Bedeutung, als Petit seinen Fuß auf das Seil setzte.

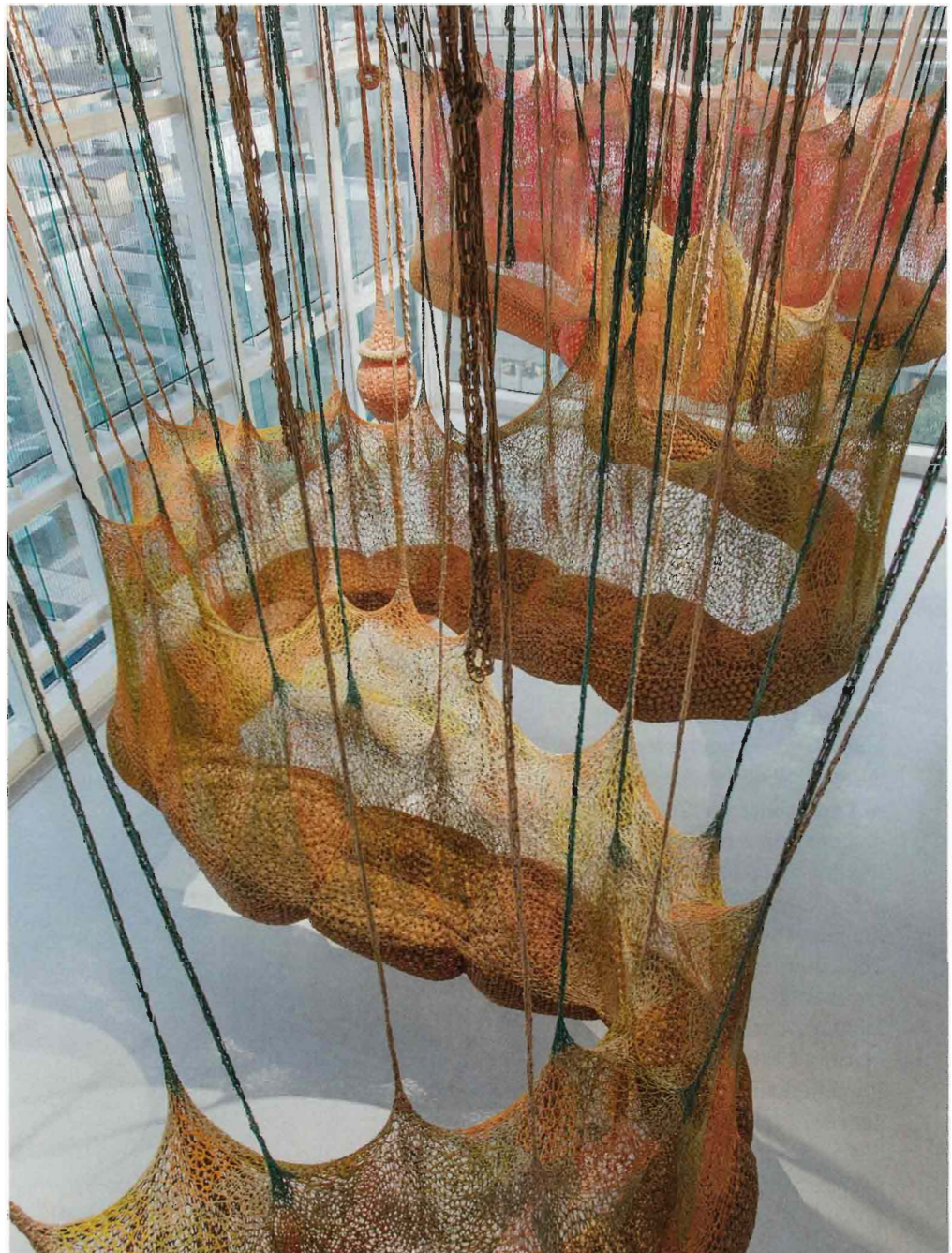
Ihre Skulpturen sind oftmals prekär, aber im Gegensatz zu Petits Heldentat niemals gefährlich. Sie sind sicher und umhüllen wie eine Gebärmutter.

Definitiv. Und wieder reden wir über Räume, die mich auf diese Weise interessieren. Ein Raum der Nachbarschaft, ein Raum, in dem eine Haut die andere berührt, der Raum unseres Verstandes.

Sie leben in Rio de Janeiro. Welchen Einfluss hat die Landschaft Ihrer Heimat?

Dort hast du die Weiten des Meeres, die endlosen Berge und die Zivilisation, die zwischen ihnen zusammenfließt. Dies brachte mich dazu, zu glauben, dass wir die Kultur überschätzen. Wir sind wie ein Fluss, der über diese älteren Räume hinüberströmt, und wir können nie gewiss sein, dass es uns auch in 200 Jahren hier gibt. Mein Vertrauen gehört der Natur. ×

**Die gläserne Umgebung habe seine Arbeit erst ermöglicht, sagt Ernesto Neto. Unten der 2011 eröffnete Espace Louis Vuitton, der als transparenter Quader über Tokios flimmernder Stadtlandschaft schwebt**



*Einen Raum als Beziehung zu verstehen ist wie Chili essen.  
Durch Chili wird die innere Form des Mundes spürbar*

