

# STIL & REISEN

WELT AM SONNTAG | NR. 13 | 27. MÄRZ 2016 | SEITE 61



## STILGEWITTER

### Demokratie und Schweiß



**Gefahren der Demokratie** – Die Briten sind traditionell kreativ, was die Namenswahl angeht. So steht es jedem Bürger frei, zu entscheiden, wie er oder sie heißen will. Der Mann von Kate Winslet nennt sich etwa ganz offiziell Ned RocknRoll. Paare fusionieren bei der Hochzeit ihre beiden Nachnamen zu einem (aus Miss Mull und Mr. Griffin könnten beispielsweise die Eheleute Muffin werden). In einer aktuellen Internet-Abstimmung über den zukünftigen Namen eines neuen Polar-Forschungsschiffes entschied sich die überwiegende Mehrheit der votierenden Netzgemeinde bislang für den Namen „Boaty McBoatface“. Brüller. Wir finden „Welcher Eisberg?“ aber auch ganz gut. anwa ☹☹

**Lob des Huhns** – Ja, ja, der Osterhase bringt also die Eier. Wer älter als vier Jahre ist, weiß, dass es Hühner sind, die die formschönen Grundnahrungsmittel aus sich herauspresen. Und weil das naturgemäß nur die Weibchen können, werden jedes Jahr sehr, sehr viele Hähnchen kurz nach dem Schlüpfen getötet. In guten Biomärkten gibt es längst Eier, für die kein Tier sterben musste, für je vier Cent Aufschlag. Stichwort: Brudertiere. Frohe Ostern! Und danke, liebe Hühner. anwa ☹☹☹

Alles Gute! Das Haushuhn kann man nicht nur zu Ostern feiern



GETTY IMAGES

**Freudlose Esser** – Bei Gisele Bündchen und Tom Brady, in Sachen Schönheit und Geld in einer ähnlichen Gewichtsklasse operierend wie Brangelina, scheint's zu Hause deutlich trister zuzugehen als bei Hollywoods fröhlicher Riesenfamilie. Um die Kinder des brasilianischen Supermodels und des US-Footballstars muss man sich fast schon Sorgen machen, glaubt man den Verlautbarungen von deren Privatkoch. Auf die Aussage, im Bostoner Heim der Bündchen-Bradys kämen weder Zucker, Weißmehl, Milchprodukte und Geschmacksverstärker auf den Tisch, außerdem keine Tomaten, Paprika, Pilze oder Auberginen („versuchen Entzündungen“), folgte nun die Bestätigung, dass auch in den Ferien keine Ausnahme von der Selbstkasteiung gilt. Im Zweitdomizil in Costa Rica, so der Koch, esse man statt der Alltagsquote von 80 Prozent Gemüse und Getreide und 20 Prozent fettarmem Fleisch und Fisch fast ausschließlich Gemüse-Rohkost. Schönen Urlaub! lha ☹☹☹

**Die duftende Seite der Macht** – Der Berliner Modedesigner Michael Michalsky ist ohne Zweifel ein Genie der Häutung und der Selbstvermarktung. Zur vergangenen Fashion Week im Januar zeigte er eine Miniatürkollektion von Puppen aus dem 3-D-Printer in einer Kunstgalerie, nun hat er schon wieder eine neue Mission. Den vielleicht größten Job, den die Parfümbranche zu bieten hat: Er entwarf drei Flakons für den neuen „Star Wars“-Duft. Wonach mag der wohl riechen? Altmännerschweiß (Harrison Ford)? Mutantenfahnen (Weltraumkneipe)? Rost (Millennium Falcon)? Michalsky jedenfalls, natürlich ein Fan der Serie, geht kein Risiko ein. Er hält sich penibel an den Retrofuturismus von „Das Erwachen der Macht“. Die Fläschchen sehen aus wie Sexspielzeug von gestern für übermorgen. as ☹

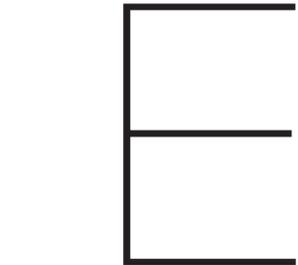
**Endlich glücklich** – Die britische Künstlerin Tracy Emin hat einen Stein geheiratet. Der Glückliche liegt in ihrem Garten in Frankreich. „Er ist mein Anker“, sagt Emin. Und: „Er geht nirgendwohin.“ anwa ☹☹☹



Britisches Gewächs: Künstlerin Rebecca Louise Law verwandelt das „Bikini Berlin“ in eine Blumenwiese, die kopfüber von der Decke hängt

# STILBLÜTEN

Blütenmeere machen glücklich. Gestresste Großstädter, Modemacher und Hipster entdecken den guten alten Blumenstrauß wieder



Es ist ein frühlingshafter Samstagnachmittag in Berlin-Mitte: Neunzehn Frauen und ein Mann zwischen 25 und 60 Jahren drängen sich um fünf große Holztische und hantieren mit zarten Anemonen, duftenden Rosen und leuchtenden Nelken. Sie alle wollen lernen, wie man den perfekten Blumenstrauß bindet. Solche Workshops veranstaltet das Blumen- und Interiorgeschäft „Marsano“ schon seit 2010, doch seitdem ist die Zahl der Anmeldungen konstant nach oben geklettert. Sogar für Firmen-Weihnachtsfeiern wurden die Kurse schon gebucht. Auch in Paris übt man sich im floralen Arrangieren: „Colette“, die Mutter aller Concept Stores, läutete den Frühling vergangene Woche mit einem ausgebuchten Kurs zum Binden von Blütenkränzen ein.

VON KATHARINA DIPPOLD

Egal ob in Mode, Kunst oder Interior – überall gibt es plötzlich „blühende Landschaften“. Als der Antwerpener Florist Mark Colle im Juli 2012 für die Haute-Couture-Schau von Dior mehrere Wände mit Pfingstrosen, Dahlien und Rittersporn verzierte, war das der Beginn einer ganzen Bewegung. Dahinter steckt die gleiche Mischung aus Entschleunigung, Natur- und Handwerkssehnsucht, die Trend-Hobbys wie Gärtnern, Kochen oder Töpfern befeuert hat.

Auch Rebecca Louise Law steht für die große Lust an der Botanik: Seit ihrem Kunststudium arbeitet die 35-jährige Britin viel mit Blumen und hat bereits für Hermès, Tiffany und Vitra märchenhafte Installationen entworfen. Ihr neuestes Werk „Garten“ feierte vergangenen Mittwoch in Deutschland Premiere: Über 30.000 Friesen, Hortensien und Chrysanthenen hängen in der kuratierten Shoppingmall „Bikini Berlin“ einzeln und an dünnen Fäden Kopf über von der Decke. Vier Wochen wird das dekorative Schauspiel zu sehen sein und dabei – weil die Blüten langsam verwelken – seine Anmutung immer wieder verändern.

Der Concept Store „The Store“ im Berliner Soho House hat für die Australierin Ruby Barber mit ihrem Blumenservice „Mary Lennox“ eine eigene Präsentationsfläche eingerichtet. Hier tragen hippe Großstadtmenschen am Wochenende nicht nur Designerteile, sondern auch leuchtende Dahlien oder stachelige Kakteen nach Hause. Sogar die Torten der hauseigenen Patisserie werden mit essbaren Pfingstrosen oder Hortensien gekrönt.

„Blumen anzufassen macht glücklich“, lautet das Motto von „Colette“-Partner „Popfleurs.com“. So glücklich, dass manche für den Umgang mit der blühenden Pracht die Branche wechseln: Adam Wilkie, langjähriger PR-Director von Tom Ford, gründete einen Online-Blumenhandel in London, der ausschließlich einfarbige Bouquets vertreibt. Und Taylor Tomasi Hill, ehemalige Stylistin beim Online-Luxus-Modehändler Moda Operandi, eröffnete in New York einen Blumenbringdienst. Aber auch hierzulande gibt es solche Geschichten: Die gebürtige Belgierin Isabelle Niehsen ist eigentlich studierte Grafikdesignerin, hat schon in einer Männermodelagentur und für den deutschen Designer Stephan Schneider gearbeitet – heute betreibt sie ein kleines, feines Blumengeschäft am Kölner Rathenauplatz: „Où j'ai grandi“ (deutsch: Wo ich aufwuchs). Dieser Neuanfang sei schlüssig, sagt sie. Schließlich gehe es auch bei floralen Arrangements um „Formen, Farben und Texturen“.

Und weil die Mode-Avantgarde am besten weiß, wie man Trends ansprechend etikettiert, hat sie auch gleich den passenden Begriff generiert. Statt von Floristenhandwerk spricht man von „Floral Design“. Denn hier werden nicht einfach ordinäre Blumensträuße gebunden. Die Quereinsteiger setzen auf florale Konzepte: Bei Wilkies „Flowerbox“ gibt es Monochromes, Tomasi Hill von „@ttbblooms“ liefert Miniatur-Sträuße, und Niehsen lässt sich von flämischen Stillleben aus dem 16. Jahrhundert inspirieren. Sie selbst inspiriert damit wiederum gelernte Floristen. „Viele wollen weg von handwerklichen Richtlinien und hin zu einem freieren Stil“, sagt Niehsen.

Die Zahl der Bewerbungen, insbesondere von Fachfremden, ist bei etablierten Blumengeschäften wie „Scarlet & Violet“ in London oder eben „Marsano“ in Berlin in den letzten Jahren sprunghaft gestiegen: „Gab es früher eine Bewerbung pro

Jahr, kommen wir mittlerweile auf eine pro Woche“, sagt „Marsano“-Geschäftsführerin Annett Kuhlmann. „Viele der Bewerber unterschätzen den Sinn des Wortes in den Boden und kehren zu hauswirtschaftlichen und landwirtschaftlichen Tätigkeiten zurück.“

Dementsprechend sehen die Blumensträuße dann auch aus: ungezähmt, ein bisschen wie im eigenen Garten gepflückt. Orchideen und Gerbera gelten mittlerweile als zu künstlich. Stattdessen sind Arrangements gefragt, die möglichst natürlich aussehen, locker gebunden sind: Anemonen, Ranunkeln, Hortensien, Dahlien und Pfingstrosen sind die Blumen „du jour“ – am besten aus der Region und der Saison entsprechend, denn das ganze Jahr über ein festes Sortiment aus Übersee zu haben ist mittlerweile nicht nur beim Essen verpönt – selbst bei Blumen möchte man wissen, woher sie kommen. Auch Anne Petersen, Redaktionsleiterin von „Salon. Magazin für Lebensart und Gastlichkeit“, sieht Parallelen zum Megatrend Food: „Bei beiden geht es um das Authentische, um eine direkte Erfahrung mit allen Sinnen. Einer-



Florales Hippetium: Maggie Coker und Jasmin Lünstroth von „Poems & Posies by Wildflowers Berlin“

seits verkörpern Blumen Energie, Wachstum, ewige Erneuerung, den Kreislauf des Lebens, andererseits sind sie verletzlich und müssen geschützt werden – genau wie die Schönheit der Welt.“

Mittlerweile sind Blumensträuße auch als vollwertiges Geschenk beliebt – und nicht mehr nur als

Beigabe: Ein am besten selbst zusammengestellter Strauß gilt heutzutage als ein Zeichen besonderer Wertschätzung, ähnlich exotisch wie ein handgeschriebener Brief. Die beiden Berlinerinnen Maggie Coker und Jasmin Lünstroth versehen ihre hippiesken Bouquets gar mit kleinen handgeschriebenen Gedichten oder Song-Zitaten: Blumen als poetischer Gegenentwurf zu WhatsApp und Tinder.

Dabei hat ausgerechnet das Internet den Blumenboom befeuert: Online-Plattformen wie „Freunde von Freunden“ stellen kreative Menschen in ihrem Zuhause vor, und da kommt selten ein Couchtisch ohne einen opulenten Strauß aus. Und schöne Blumenbilder sind wie geschaffen, um sich in Windeseile über die sozialen Netzwerke zu verbreiten. Wohin es in Sachen Blumen geht, wird deswegen vor allem auf Instagram entschieden: Blumenkränze für die Haare zum Beispiel sind heute auch deswegen so begehrt (H&M hat acht verschiedene Stoffversionen im Sortiment), weil sich Mädchen, Models, It-Girls damit auf Musikfestivals wie dem kalifornischen Coachella oder dem britischen Glastonbury fotografieren und diese Bilder anschließend durch die sozialen Netzwerke jagen. Beim Pariser Blütenkranz-Workshop von „Colette“ und „Popfleurs“, der sich eigentlich an Kinder richtete, sah man denn auch auffällig viele erwachsene Frauen.

Die Berliner Poetinnen Coker und Lünstroth arbeiten derzeit an einem anderen Comeback: Sie wollen die Knopflochblume reaktivieren – ein Musterstück haben sie schon entworfen, mit einer roten Nelke. Das einstige Symbol der Arbeiterbewegung wird nun zum Ornament einer neobürgerlichen Sehnsucht.