



DAS MAGAZIN FÜR LIFESTYLE & MOBILITÄT



*Althoff Hotel
Collection*
GoSixt-Gespräch mit
Grandhotelier
Thomas H. Althoff



SALZBURG

ERFINDUNGEN: HELGA RABL-STADLER,
PRÄSIDENTIN DER SALZBURGER FESTSPIELE,
ÜBER KUNST, RISIKO UND ERFOLG.



MÜNCHEN

EMOTIONEN: STARBARITON
THOMAS HAMPSON UND SEINE OPERNHelden
TRAGEN CHARAKTER. EIN PORTRÄT.



BAYREUTH

EVOLUTIONEN: EVA WAGNER-PASQUIER,
INTENDANTIN DER BAYREUTHER FESTSPIELE, IM
DUETT MIT SOHN ANTOINE WAGNER.



Cabri olé.

**(Das BMW M6 Cabrio ab € 204,- / Tag*
unter sixt.de)**

*Bei einer Anmietung von 7 Tagen, inkl. 150 km, zzgl. 21,5 % Standortzuschlag an Flughäfen und Bahnhöfen.

REGINE SIXT

ZEIT ZUM DURCHATMEN!



REGINE SIXT

Liebe Leser,

mit dieser Sommerausgabe wünsche ich Ihnen, dass Sie sich jetzt Zeit zum Durchatmen nehmen. Und dass Sie Kraft tanken – wohin auch immer es Sie zieht. Denn gerade der Sommer stellt so vieles bereit, was unsere Tage schön macht: Licht, Liebe, Lieder. Ich erlebe es in der von mir geliebten Oper immer wieder, ob in Bayreuth oder in Salzburg, dass der Gesang meine Seele zutiefst berührt und sie zum Schwingen bringt. Dem Weltstar-Bariton Thomas Hampson widmen wir in dieser Ausgabe ein Portrait. Wo immer er auf der Bühne steht, verzaubert er nicht nur mich und meinen geliebten Mann, sondern sein Publikum von der ersten bis zur letzten Reihe. Ob er den Don Giovanni singt, ob er in Don Carlos oder Eugen Onegin auftritt – sein Gesang trifft mitten ins Herz.

Doch auch die beste Performance braucht ein perfektes Management im Hintergrund. Das trifft bei uns von Sixt genauso zu wie bei Festspielen. Unser Portrait von Eva Wagner-Pasquier, der Urenkelin von Richard Wagner, führt uns hinter die Bühne von Bayreuth, wo sie die künstlerische Gesamtleitung der Festspiele mit ihrer Halbschwester Katharina Wagner innehat. Auch in der nächsten Generation manifestiert sich das Talent, das der Familie im Blut liegt: Denn mit Eva Wagner-Pasquiers Sohn Antoine Amadeus reift ein engagierter Videokünstler und Regisseur heran.

Der Sommer ist die perfekte Zeit, die Welt ganz neu zu erfahren. Warum nicht das facettenreiche Kalifornien für sich entdecken? Apropos entdecken: Die spanischen Konquistadoren, die das Land als erste Europäer im 16. Jahrhundert erschlossen, benannten es nach einer Art mittelalterlichem Science-Fiction-Roman, den sich der Schriftsteller Garci Rodríguez de Montalvo ausgedacht hatte. Er beschrieb da eine Insel voller Gold, die von wunderschönen Amazonen und ihrer Königin Calafia bewohnt war. Daher kommt also der Name. Bis heute ist es ein unvergessliches Erlebnis geblieben, die Goldene Küste Kaliforniens zu entdecken. Warum nicht im sensationellen Jaguar F-Type Coupé, das wir Ihnen in diesem Heft vorstellen? Und was genau ein gelungenes Auto-Design ausmacht, erklärt uns Matthias Wissmann.

Es stimmt doch: Auch ein rundum gelungenes Auto kann einem den Tag verschönern. Bei uns können Sie sich genau solche Träume erfüllen, solange Sie wollen. Was wäre der Sommer ohne all die wunderbaren Dinge, die unser Leben schöner machen? Genießen Sie jeden einzelnen Tag in vollen Zügen! Das wünscht Ihnen

Ihre

Regine Sixt

Tegernsee



LOCKERER ÜBERFAHRER.

GENIESSEN. Die schöne Qual der Wahl haben die Gäste des 5-Sterne-Superior-Hauses ALTHOFF SEEHOTEL ÜBERFAHRT in Rottach-Egern am Tegernsee: logieren oder dinieren. Am besten beides. Das stilvolle Interior im Luxushideaway mit exzellenten Seeblicken und den modernen Spa-Suiten erleben oder die Gourmet-Künste vom 3-Sterne-Koch Christian Jürgens im Restaurant Überfahrt genießen. Sterne fallen nicht vom Himmel, sondern werden diszipliniert und fantasievoll am Herd kreiert (s. S. 45). Das Schöne beim Besten der besten Spitzenköche Europas: Auf den Tellern vom Tegernsee-Tausendsassa schmeckt und spürt man nur eins: den Kochspaß und die leichte Spitzenküche des lockeren Überfahrers Christian Jürgens. Menü-Meisterschaft. Althoff Seehotel Überfahrt, Überfahrtstraße 10, 83700 Rottach-Egern; T. +49 80 22 / 669-0; www.seehotel-ueberfahrt.com

**HERAUSGEBERIN**

Regine Sixt
Sixt Marketing, Zugspitzstr. 1, 82049 Pullach
Telefon: +49 (0)89 744 44 - 42 47
Telefax: +49 (0)89 744 44 - 8 43 55
www.sixt.de

VERLAG

Büro Freihafen Verlagsgesellschaft mbH
Am Sandtorkai 64 a, 20457 Hamburg
Telefon: +49 (0)40 767-556 76
Mail: timpe@gosixt.de, www.gosixt.de

CHEFREDAKTEUR Wolfgang Timpe
ART DIRECTOR Mia Schuster

MITARBEITER DIESER AUSGABE:

Carsten Anhalt, Martha Bitter (Schlussred.),
Dr. Claudia de Brabandt, Gerda Harda
Brandt, Susanne Dembsky, Yasmin von
Hedemann, Miljan Kelovic, Dr. Martin
Marianowicz, Pascal Morché, Detlev Pättsch,
Colette Richartz, Christoph Santner,
Jörg-Werner Schmidt, Regine Sixt, Damla
Soysal, Jochen Vorfelder, Matthias Wissmann

FOTOGRAFEN:

Kodiak Greenwood, Big Sur
Erol Gurian, München
Kristin Haeberrmann, New York
Julia Stix, Salzburg
Wolfgang Timpe, Hamburg
Sebastian Widmann, München

DRUCK + VERSAND:

Spree Druck Berlin GmbH,
Wrangelstraße 100, 10997 Berlin
Telefon: +49 (0)30 / 616 757 - 0
Fax: +49 (0)30 / 616 757 - 19
info@spreadruck.de; www.spreadruck.de

REPRO:

Appel Grafik GmbH & Co. KG
Alter Wall 55, 20457 Hamburg
Telefon: +49 (0) 65 68 55-0
www.appel-grafik.de

© GoSixt erscheint in der Büro Freihafen Verlagsgesellschaft mbH. Verleger & Geschäftsführer: Wolfgang Timpe
Am Sandtorkai 64 a, 20457 Hamburg. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags. Alle im Magazin enthaltenen Beiträge und Abbildungen sind rechtlich geschützt. Eine Verbreitung oder Verwertung ohne Einwilligung des Verlags ist nicht zulässig. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und/oder Bilder wird nicht gehaftet.
Titelfotos: Salzburger Festspiele / Julia Stix; Kristin Hoeberrmann; Sebastian Widmann.



08



24



40



18



32



48

FOTOS: POST RANCH INN, KODIAK GREENWOOD; SEBASTIAN WIDMANN (2); GALERIE THADDAEUS ROPAC; CARTIER.

GO SIXT AUSGABE 32

03

WELCOME

Herausgeberin Regine Sixt über Zeit zum Durchatmen und die Festspiele in Salzburg und Bayreuth. **03**

DISPLAY

Wegräumen. Das Fünfsterne-Resort Conrad Maledives Rangali Island bietet maledivische Hochzeitsriten und Luxus-Rückzug. **04**

08

TRAVEL

Roadmap Kalifornien: San Francisco, Los Angeles, Death Valley; plus Firstclass-Resort Post Ranch Inn (Bild li.), Big Sur, Pazifik. **08**

CARS

Stilhymne: Jaguar F-Type V8R Coupé. Und VDA-Präsident Matthias Wissmann

über den Erfolgsfaktor Design bei deutschen Premiummarken. **18**

MYWAY

Weltliga: Starbariton Thomas Hampson über Wahrheit, Dramen und das Abenteuer Stimme. **24**

30

STYLE

Vorfriede auf den Herbst: Mode von Filippa K, limitierte Tag-Heuer-Uhren oder Edel-Rucksack von Brunello Cucinelli. **30**

PORTRAIT

Bayreuth-Energie: Intendantin Eva Wagner-Pasquier und Antoine Wagner im Doppel-Interview. **32**

38

FITNESS

Tipps von Dr. Martin Marianowicz, wie man

seine Sport-Trägheit austrickt. **38**

40

LODGING

Für Thomas H. Althoff muss Hotel-Lifestyle individuellen Luxus bieten. **40**

BEAUTY

Anti-Aging-Expertin Dr. Claudia de Brabandt über Sonne, Haut & UV-Index. **46**

48

ART

Maler-Entdeckung Jules de Balincourt in Paris (Bild li.), 125 Jahre Künstlerkolonie Worpsswede, Gerhard Richter in Basel. **48**

CULTURE

Big Book Annie Leibovitz, Lounge-Sampler Coco Beach Ibiza und Living In Style New York. **50**

STYLE

The Best: Vom Hermès-Bike bis zur Cartier-Kollektion „Panthère“ 2014 – Cartier-Ring links: Gelbgold, Tsavorite & Lack; 13.200 Euro. **30**



Inhalt

TOR ZUR FREIHEIT

Von Baker Beach in San Francisco hat man den besten Blick auf die Golden Gate Bridge, den rostroten Leuchtturm der Ingenieurskunst mit seiner Durchfahrts Höhe von 67 Meter und der längsten Spannweite von 1,28 Kilometern.

*Roadtrip***CALIFORNIA DREAMIN'**

HIGHWAY TO HEAVEN. San Francisco, Los Angeles, Palm Springs, Death Valley und zurück: Die Liebe der Cabrio- und Limousinenchauffeure beginnt mit dem Highway 1 (HWY 1) in San Francisco. Ein Cruisetrip ins Glück.

VON WOLFGANG TIMPE

HEAVEN'S ROAD

Der Highway 1, hier der Cabrillo HWY, ist die schönste Küstenstraße der Welt und die Steilküsten in Big Sur eröffnen einzigartige Pazifik-Panoramen.

1 CRUISE-IKONE BIG SUR

PAZIFISCHE GEFÜHLE. Dramatisch brechen sich die Wellen an den Felsen zu Füßen der Bixby Bridge südlich von Monterey und der Highway 1 (HWY 1) schmiegt sich malerisch an die rauen Felsformationen.

SAN FRANCISCO

Silicon Valley

Monterey

Big Sur

Santa Barbara

Malibu
Santa Monica**LAS VEGAS**Death Valley
National Park

Palm Springs

LOS ANGELES

SUNDOWNER

Mesquite-Pflanzen in den flachen Sanddünen des Death Valley Nationalparks in der Abenddämmerung.

2 LICHT-OPER DEATH VALLEY

MORGENS, ABENDS, NACHTS. Nur dann leuchtet die Seele der Wüste im Tal des Todes, die bei Badwater mit 86 Metern unter dem Meeresspiegel den tiefsten Punkt der westlichen Hemisphäre beherbergt.

Ein eiskalter Novembertag in New York. Sehnsuchtsvoll denkt Sänger John Phillips an seine Heimat Kalifornien und schreibt den Song für die Mamas & Papas: „California dreamin‘“. Dort scheint immer die Sonne und die Oran­gen­bäume blühen. Und es ist kein Zufall, dass hier die Hippie-Kultur wurzelt: in San Francisco – unvergessen durch Scott McKenzies Hit: „If you’re goin’ to San Francisco... you’re gonna meet some gentle people there...“. Ähnlich einfach und aufwühlend ist die romantische Seele weltweit nur noch durch Filme wie „Jenseits von Afrika“ mit Meryl Streep oder „Titanic“ mit Kate Winslet aus ihrem globalen Dornröschenschlaf geweckt worden. Doch die einzigartige Mischung aus Leisure Life und New Economy, aus Beatniks, Hippies, Surf-Community, Yoga- und Öko-Jüngern auf der einen so wie Apple, Google, Amazon, Silicon Valley und der Hollywood-Industrie auf der anderen Seite gibt es nirgendwo noch einmal. Der Westen der USA und Kalifornien im Besonderen geben seit Jahrzehnten, seit dem Go West! der Siedler in den Wilden Westen, weltweit jeden Tag ein Up-date in Sachen Kultur, Business und Gesellschaft.

1

STAUNEN

ist der Rhythmus eines Roadtrips durch Kalifornien mit seinen Hotspots und magischen Momenten.

Und als würde das nicht alles schon für einen Trip in den US-Westen reichen, kommt das eigentliche Asset erst noch: fahren, fahren, fahren; Natur, Natur, Natur. Staunen ist der Rhythmus eines Roadtrips durch Kalifornien mit seinen atemberaubenden Hot Spots und magischen Momenten in God’s Own Country. Halt California Dreamin’.

Gelassener als in Kalifornien wird der amerikanische Traum vom Glück nirgendwo gelebt. In San Francisco angekommen, gibt es für den Abendspaziergang keinen schöneres „Willkommen in der Neuen Welt!“ als die Golden Gate Bridge, das Tor zur Freiheit an der Pazifikküste, der San Francisco Bay. Wenn über den rostroten Seilen der Hängebrücke mit ihrer Gesamtlänge von 2,737 Kilometern der feurige Sonnenball im Pazifik versinkt, warten auf der anderen Seite der Bucht die Idylle des Hafenstädtchens Sausalito, mit einem unvergleich-

lichen Blick auf die Skyline von San Francisco und die Gefangeneninsel Alcatraz.

Nirgendwo scheint die Freiheit so groß wie in San Francisco, wenn man das richtige Schuhwerk anhat. Feine Sneaker mit Ledersohlen bleiben besser im Hotel. Viele Straßen sind steil und glatt. Mit den berühmten Cable Cars, den Kabelstraßenbahnen, bezwingt man die Hügel. Die Powell-Hyde-Linie 60 fährt hoch bis Nob Hill. Der exklusive Bezirk diente schon Alfred Hitchcock und Clint Eastwood als Drehort. Von hier hat man einen wunderbaren Blick hinunter auf die Stadt mit ihren viktorianischen Stadthäusern, auf die Bay hinunter und bis zum gleißend fernen Pazifikhorizont.

2

ANDACHT

5 Uhr morgens. Auf versteinerten Dünen sitzen, im Sonnenaufgang versinken wie die Liebenden in Antonionis Kultfilm „Zabriskie Point“.

Wichtig, wenn man auf Roadtrip im Westen der USA ist: loslassen! Eintauchen, genießen, aber auch immer im Sinn haben, dass sich – zum Beispiel auf der Rundreise von San Francisco über Monterey, Santa Barbara, Malibu und Los Angeles, Palm Springs, die Nationalparks und Death Valley und zurück über Silicon Valley nach San Francisco (Karte S. 13) – immer wieder neue, andere, noch intensivere Reisetage und -höhepunkte offenbaren. Südlich von „Frisco“ führt der Highway 1 (HWY 1) nach Süden gen Los Angeles – und wer noch weiter möchte über die pulsierende Hafenstadt San Diego bis zur Grenze nach Mexiko. Zu Beginn geht es Richtung Monterey fast immer direkt an der Küste entlang und dreißig Kilometer südlich von S. F. erreicht der HWY 1 die Steilküste. Kurvenreich schlängelt sich die Cruisepiste an den steil abfallenden Küstencliffs entlang. In den Sommermonaten kann durch die kalten Unterströmungen des Pazi-

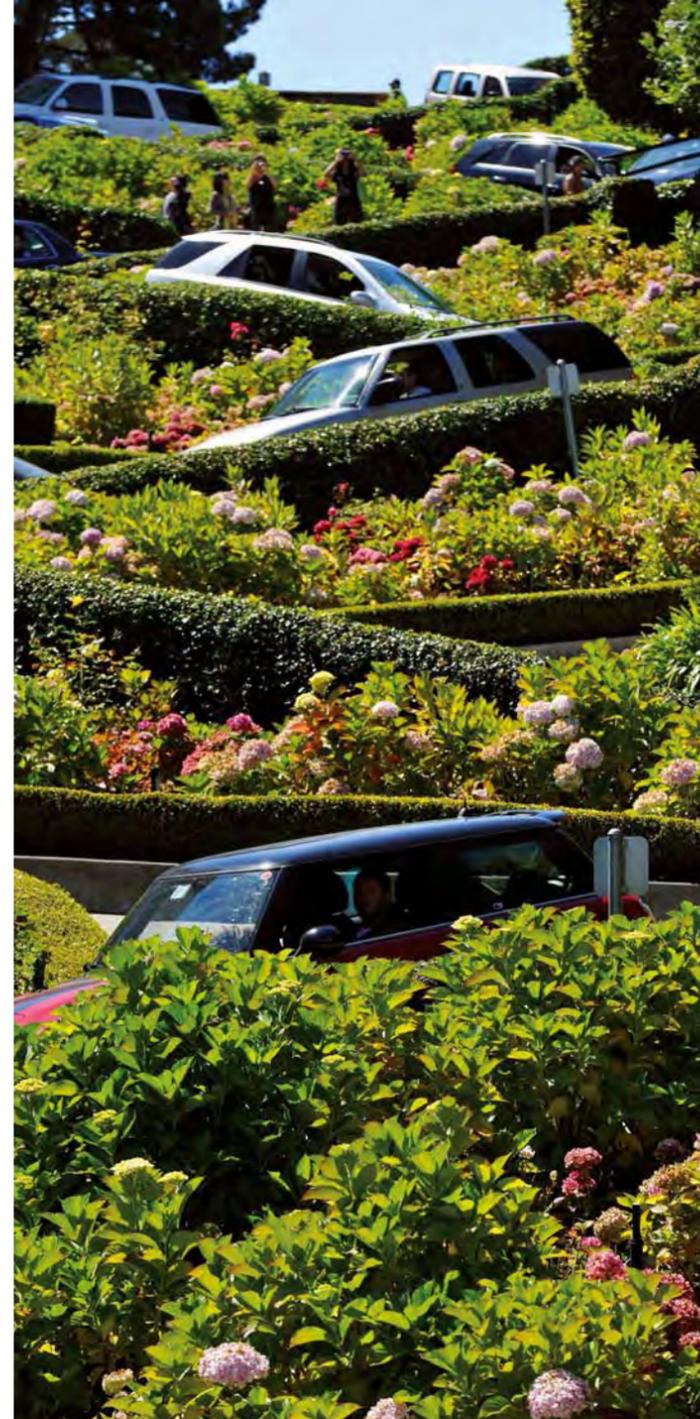
fiks Küstennebel aufsteigen. Das sorgt für legendäre magische Ozeanimpressionen und ein Jäckchen zum Überziehen kommt gerne spontan zum Einsatz.

Wenn das Zeitbudget noch etwas Luft hat, lohnt sich ein Stopp in Monterey. Berühmtheit erlangte der Ort durch John Steinbecks Roman „Cannery Row“ („Die Straße der Ölsardinen“). Die Geschichte erzählt von den elenden Lebensbedingungen der Arbeiter in den Fischkonservenfabriken im vergangenen Jahrhundert. Steinbecks Leser pilgerten zu den Schauplätzen des Romans und heute sind die Konservenfabriken verschwunden und im „Monterey Bay Aquarium“ tummeln sich 35.000 Meeresbewohner von Quallen bis zu Haien in über 200 Aquarien. Unterhalb von Monterey räkelt sich malerisch das Örtchen Carmel-by-the-Sea in den Pazifik hinein. Viele Prominente haben sich hier wegen der Lage an der wunderschönen Bucht angesiedelt und für eine Wahlperiode wurde 1986 Clint Eastwood Bürgermeister der Stadt. „Dirty Harry“ bescherte Carmel bis heute einen gigantischen Marketingeffekt und Hipsterstatus. Auch wenn Carmel im Alltag eher vor sich hindöst. Und wer nur oft genug downtown einfach in der Hauptstraße die Bars aufsucht, wird irgendwann zur Cocktailzeit auch ganz unpräzise Clint Eastwood treffen können.

ZUR COCKTAILZEIT „DIRTY HARRY“ TREFFEN.

Hinter Carmel beginnt der spektakulärste Abschnitt des HWY 1. Er führt fast immer direkt an der Steilküste entlang, klemmt sich an Berghänge und überbrückt tiefe Schluchten. An der Strecke viele Parkbuchten mit besonders schönen Ausbli-

Fotos: mauritius images (2) / Alamy & / imageBROKER / Michael Weber; Post Ranch Inn, © Kodiak Greenwood



to beherzt auch das wie ein Adlerhorst 365 Meter über dem Pazifik auf einem Felsen klebende Luxusresort „Post Ranch Inn“ unweit vom Örtchen Big Sur (Tipp S.14). Seine Suiten bieten Meerblick vom Bett und Whirlpool auf der privaten Terrasse. Wer noch höher hinaus möchte, besteigt eins der Baumhäuser, um mitten im Blätterwald mit Blick auf die Berge zu nächtigen. Im rundum verglasten Restaurant laden die Sundowner-Blicke über Steilküste und Ozean zum romantischen Dinner ein.

TIEF UNTEN GLITZERT GISCHT IM ABENDLICHT.

Die pittoreske Cruisestrecke setzt sich nach Big Sur noch rund 150 Kilometer fort. Immer wieder locken Scenic Views, tief unten schäumt der Pazifik gegen die Felsen, Gischt glitzert im abendlichen Sonnenlicht und: immer wieder Buchten, zu denen kleine Pfade hinunter führen und wo man als Robinson Crusoe für sich im Ozean schwimmen kann. Anhalten!

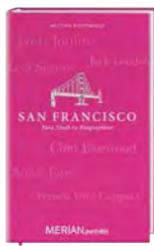
Weiter Richtung Los Angeles wird die Küste flacher, weniger spektakulär, und das typische entspannte Highway-Dahingleiten stellt sich ein. Reisende Erholung, wie sie nur amerikanische Highways bieten. Um einen ersten Blick auf die ferne Silhouette von



MARKENZEICHEN

Ob die legendär geschwungene Lombard Street (Bild o. li.), u.a. Star der Fernsehserie „Die Straßen von San Francisco“ mit Karl Malden & Michael Douglas, oder die Ökomobilität im Silicon Valley mit firmeneigenen Google-Fahrrädern: Wo Kalifornien ist, ist vorne.

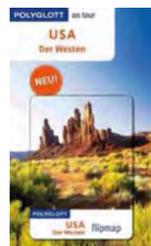
SERVICE



MERIAN portraits, San Francisco, Eine Stadt in Biographien; Autorin: Bettina Winterfeld; 176 S., 11,8 x 18,8 cm; Leineneinband, Lesebändchen, Titelprägung; Preis € 16,99

BIOGRAFIE-BAND SAN FRANCISCO

Kein Golden-Gate-Trip ohne dies bibliophile Kleinod, das die Kulturgeschichte San Franciscos u.a. durch die Biografien von John Steinbeck, Clint Eastwood oder Janis Joplin erzählt. Informative literarische Reiseessays.



POLYGLOTT on tour; USA / Der Westen; Buch mit flipmap, 144 S.; kartoniert; Preis: € 12,99

TOUREN-REISEFÜHRER USA - DER WESTEN

Vier Wochen Kalifornien, alles sehen? Uncool. Ruhig mal gut komponierte Touren der Polyglott-Experten testen. Die so gewonnene Zeit lässt Muße zu und: ein Einlassen auf die Hotspots an Küste, in der Wüste oder den Rockies.

Natur-Luxus-Resort POST RANCH INN

Ein Hideaway-Traum direkt an der 365 Meter hohen Pazifiksteilküste von Big Sur in die Felsen geschmiegt. Die 39 Guestrooms oder Private Homes, zum Meer hin geöffnet oder als minimalistisch-asiatische Baumhaus-Lofts mit Blick auf die Mountains: Das Post Ranch Inn ist ein Luxusjuwel magischer Naturimpressionen und individuellen Luxusstils.

POST RANCH INN; 47900 California 1, Big Sur, CA 93920, USA; T. +1 831-667-2200; www.postranchinn.com; Cliff- oder Tree Houses ab € 1.000 pro Nacht.



L.A., der Mega-City zu werfen, lohnt sich ein Stopp in Malibu. Im „Paradise Cove Beach Café Malibu“ speist man auf Strandliegen-Lounges und genießt den freien Blick über das Meer gen Los Angeles.

In Santa Monica, am Hauptstrand von L. A., wartet die kilometerlange Rollerskatestrecke nach Venice Beach im Sand, dem Vergnügungspark auf der riesigen Pier mit Achterbahn und hölzernem Pferdekarrussell, der sich bis in die Bucht von Los Angeles hinausschiebt und unzähligen Hollywoodfilmen als Kulisse diente. Gegenüber der Pier endet die legendäre Route 66. Oberhalb von Santa Monica in den Bergen thronen majestätisch die neun Werbe-Buchstaben, die das internationale Kinoleben bestimmen: HOLLYWOOD.

Die Buchstaben bestanden ursprünglich aus Baumaterialresten, aufgestellt von einem Immobilienmakler. Der ging pleite und die Buchstaben brachen zusammen. 1978 wurde es mit privater finanzieller Hilfe wieder aufgebaut, jeder Buchstabe für 28.000 Dollar. Hugh Hefner, der Playboy-Gründer, spendierte das Y. Die Anwohner rund ums Hollywood-Sign haben einen Irrgarten von Schildern aufgestellt, um Touristen fern zu halten. Man muss die Beschilderung ignorieren und sich stur nach dem Navi richten, in den man „W Mulholland Drive“ eingibt. Dann kommt man so nebenbei, am besten zur Dämmerung, den legendären Mulholland Drive oben in den Bergen von St. Monica lang. Von hier blickt man auf

die Lichter von Los Angeles, die Zug um Zug angehen und die Millionenmetropole illuminieren. Mehr Livekino geht nicht.

Im kühlen Winter flieht die L.A.-High-Society von Hollywood gerne nach Palm Springs. Wärme und schützende Berge umgeben die Stadt. Bei frühlingshaften Temperaturen kann man in Außenpools baden und zwischen 100 Golfplätzen wählen. Durch die Mojave Wüste kann man gen Osten ins Spielerparadies Las Vegas abbiegen oder der Lust auf einzigartige Natur nachgeben und mit Übernachten im Death Valley die Zeit anhalten. Ob im Schlafsack outdoor oder in der kleinen Wüstenluxus-oase Fernacecreek Inn: Wecker stellen und um 5 Uhr morgens auf nach Zabriskie Point und Sonnenaufgang in den versteinerten Dünenfelsen erleben. Archaische Wiederauferstehung. Jeden Morgen.

Auf dem Weg zurück nach Frisco ziehen noch die IT-Hipster vom Silicon Valley vorüber, die mit Apple, Google, Facebook & Co. ihre Siegeszüge um die Welt antraten. New Economy und einmalige Naturromantik: Kalifornien glüht – immer noch, immer wieder neu. Besonders wenn in der Bucht von Los Angeles nach kühlen Wintertagen endlich einmal der L.A.-Smog weg ist und die Lifeguard-Häuschen vom Santa-Monica-Strand und das Riesenrad und die Achterbahn vom Pier dem fernen Horizont am Pazifik Konturen und Tiefe geben. Up, up and away. Zurückfliegen tut weh.

MITARBEIT: SUSANNE DEMBSKY

FOTOS: PRIVATE PUBLISHING, © WOLFGANG TIMPE, SIXT

3

SEHNSUCHT

Wenn es lange kühl und regnerisch war in L.A., ohne Smog, im Winter, zeichnet das Riesenrad am Santa-Monica-Pier das Schattenschloss am Horizont gestochen scharf.

HALLIGALLI-STILLE

Jeder so, wie er will. Santa Monica Beach bietet Partyjüngern Piervergnügen und Yogafans einsame Sittings am Strand. Nur ein untergehender Sonnenfeuerball erzählt vom Mittelpunkt der Erde.

3

ENDSTATION SEHNSUCHT

Was für ein Finale. Wenn man die 3.939,7 Kilometer lange Route 66 von Chicago nach Santa Monica geschafft hat, erwartet einen nach der letzten Ampel Santa Monica Freeway/Ocean Avenue der Strand mit seinen Lifeguard-Holzhäusern und der Pier. Cruisers Traum. Endstation Sehnsucht, Exit Pazifik.

SIXT GOES WEST!

Florida, New York, Texas, Arizona, Nevada und jetzt: Kalifornien. Los Angeles ist der neue Sixt-Hotspot.

Los Angeles ist einer der größten Airports in den USA und somit ein wichtiger Schritt, unsere Präsenz in den USA weiter auszubauen,“ sagt Johannes Boeinghoff, President Sixt USA. Doch nur eine reine Präsenz kommt für Sixt, egal wo weltweit wieder eine Station neu eröffnet wird, nicht aus. Das kundenorientierte Firmenmotto, „Drive Luxury – pay economy“ sorgt verlässlich auch in Los Angeles wie in allen anderen Sixt-USA-Stationen für Topqualität und das dementsprechende Angebot an Premium-Fahrzeugen von BMW und Mercedes – plus: typische coole US-Cars wie so genannte „Muscle Cars“ à la

Ford Mustang Cabrio oder eine Dodge Viper fehlen in der Kalifornienflotte von Sixt nicht. Zusätzlich zur Airport-Präsenz von Sixt wurde auch die neue Sixt-Station im Renaissance Hotel am Flughafen Los Angeles (LAX) eröffnet. Unkompliziert kann man die Station mit dem Shuttlebus direkt vom Ankunftsterminal im Airport Los Angeles erreichen.

Auch unsere kleinen Gäste sind Sixt als „Kunden“ selbstverständlich herzlich willkommen und können bei der Anmietung eines Fahrzeugs ohne Erziehungsberechtigten-Unterschrift aktiv werden. An vielen Filialen in USA erwartet Sixt seine kleinen Kunden mit einem besonderen Service: Die Strecke vom Shuttle Bus zum Vermietcounter kann mit einem der zur Verfügung stehenden

KINDER CRUISEN MIT BOBBYCAR ZUM COUNTER

Sixt-BobbyCars zurückgelegt werden. Am Counter kann der kleine Fahrer selbstständig den entsprechenden Mietvertrag mit Wachsmalkreide unterzeichnen. Früh übt

sich, was ein professioneller Cruiser werden will – und die Kiddies können so auch nach dem langen Transatlantikflug die Müdigkeit aus den Knochen schütteln. Car to drive not to go, heißt es für die Kleinen.

MIT SIXT INS NEW-ECONOMY-MEKKA

Drei Jahre ist es her, dass unter der Sixt-Flagge die erste Station in den USA eröffnet hat. Heute ist Miami Airport der Dreh- und Angelpunkt für alle Reisenden, die in Florida Urlaub machen oder ihr Businessaktivitäten verfolgen. Auch in den 18 Sixt-Stationen Miami Airport, Miami, Fort Lauderdale, Orlando, Palm Beach und Tampa Airport stehen den Sixt-Kunden neben den klassischen deutschen Premium-Fahrzeugen auch die US-Flotten von Cadillac und Chevrolet sowie von Toyota oder Volvo zur Verfügung. Darüber hinaus hat Sixt weitere Stationen zum Beispiel in Atlanta, Phoenix, Seattle und Las Vegas eröffnet.

Zurück in den Westen: Da die Attraktivität von Los Angeles wie auch das gesamte Gebiet vom Boomcountry Ka-

lifornien für Urlaubs- wie auch Businessreisen oder Expeditionen ins New-Economy-Mekka im Silicon Valley mit seinen Facebook- und Google-Hauptquartieren zunimmt und immer mehr Mobilitätsnachfrage entsteht, eröffnet Sixt kurzfristig weitere Filialen in San Francisco und Santa Rosa, CA. Ihre passende individuelle Mobilität organisieren wir, kommen müssen Sie alleine. Und wer mit seinem persönlichen Lieblingsmodell, ob Cabrio, Luxuslimousine oder SUV fahren möchte, sollte unbedingt reservieren.



Buchungs-Hotline:

+1 888 SIXTCAR
(749 8227)

Informationen:

– www.sixt.com
– www.sixt.de/sixt-in-den-usa

DER 550 PS KATZENBISS

Mit dem F-Type Coupé spendiert Jaguar klassischen Racern eine rassige Designperle.



FORMVOLLENDET

Eine lange, flache Haube,
die niedrige Kabine
ganz nach hintengerückt,
eine Silhouette
zum Niederknien.

Das kommt passionierten Schnellfahrern gerade recht. Jaguar hat nach einem halben Jahrhundert Pause endlich zum idealen Sportwagen zurück gefunden und bereichert die Überholspur mit dem F-Type Coupé. Schon das im vergangenen Sommer eingeführte Cabrio feiern die Briten als vollen Erfolg. Immerhin haben sie davon rund 10.000 Exemplare verkauft und drei Viertel ihrer Kundschaft von der Konkurrenz weglocken können. „Und das war nur das Vorspiel“, sagt Projektleiter Ian Hogan und lenkt den Blick auf die bessere Hälfte des Open-Air-Modells: Das F-Type Coupé, das jetzt in seinen ersten Sommer fährt und für Hogan „der ultimative Sportwagen von Jaguar“ sein soll. Denn mit einem Startpreis von 67.000 Euro ist das geschlossene Auto nicht nur 7.000 Euro preiswerter als das offene – es ist auch steifer, schneller und: schärfer!

Vor allem aber ist das 4,47 Meter kurze und 1,31 Meter flache Coupé das schönere, elegantere Auto: Genauso aggressiv und puristisch gezeichnet wie das Cabrio, wird der F-Type mit Dach gar vollends zu einem Gesamtkunstwerk, nach dem sich die Passanten zweimal umdrehen: Eine lange, flache Haube, die niedrige Kabine ganz nach hinten gerückt, eine Silhouette zum Niederknien und ein Heck, das man mit seinen Blicken ständig tätscheln möchte – und dagegen ein Porsche von hinten eher unspektakulär wirkt.

Der bei aller Begeisterung für die leidenschaftliche Form mit seinen 196 Litern eher schmale Kofferraum bietet gerade mal Platz für ausufernde Golf-Bestecke. „Leute, das ist ein Sportwagen“, verteidigt Designchef Ian Callum seinen wohl besten Entwurf. „Der Stauraum reicht fürs Wochenendgepäck. Wer mehr transportieren will, soll gefälligst einen Range Rover kaufen.“ Außerdem braucht es ohnehin nur einen Druck auf den Startknopf und alle Kleinigkeiten sind vergessen und es beginnt das ganz große Kino: Die Gänge knallen viel heftiger ins Getriebe, als es eigentlich nötig wäre. Die Stabilitätskontrolle lässt genügend Spiel für atemberaubende Hüftschwünge. Die Fehlzündungen und Zwischengasstöße sind für den maximalen Showeffekt programmiert. Man hört den Antrieb bollern und kreischen, hört das schlürfende Ansaugeräusch und das Singen der Kompressoren bis einem die Ohren klingeln. Und der Klappenauspuff ist so laut und unflätig, dass man bei der Testfahrt gebeten wird, ihn bei der Ortsdurchfahrt besser zu schließen.

Aber in der Ortschaft hat der F-Type ohnehin nichts zu su-

ÜBERHOLSPUR

Man hört den Antrieb bollern und kreischen, hört das schlürfende Ansaugeräusch und das Singen der Kompressoren bis einem die Ohren klingeln.



chen. Sondern mit aller Macht zieht es ihn auf eine einsame Landstraße mit vielen Kurven und wenig Kontrollen. Denn dieses Auto will man nur fahren, und zwar möglichst schnell. Das kann man schon im Basismodell mit einem drei Liter großen Kompressor-V6, der 340 PS leistet und mit seinen 260 km/h bereits die 250er-Grenze einreißt. Oder er nimmt den mehr als ausreichenden V6S für 78.500 Euro, in dem der

DIE 680 Nm- EXPLOSION

Sechszylinder schon auf 380 PS kommt, noch ein bisschen mehr Krawall macht, noch ein bisschen stärker anschiebt und mit 275 km/h noch ein bisschen schneller fährt.

Und wer es richtig krachen lassen will, der bestellt für 103.700 Euro aufwärts den F-Type R, der alles noch mal deutlich besser kann. Nicht nur besser als die Sechszylinder, sondern auch besser als das Cabrio. Denn wo der Kompressor-V8 dort aus seinen fünf Litern Hubraum mal gerade 495 PS holt, stehen hier 550 Pferde an der Startlinie. Außerdem steigt das maximale Drehmoment von 625 auf 680 Nm und aus dem Power-

IN **4,2** SEKUNDEN
VON 0 AUF 100.



cruiser wird endgültig ein Kampfwagen, der keinen Vergleich mit der Konkurrenz scheuen muss. Erst recht nicht, wenn im Dynamic-Modus alle Sinne geschärft und alle Muskeln angespannt sind. Während der Komfort-Modus bisweilen noch ein bisschen soft ist und einen in schnellen Kurven gerne mal erschreckt einatmen lässt, ist der F-Type im Sporttrimm bissig und bis in den Grenzbereich extrem gut berechenbar – ebenso, wie man sich den definitiven Sportwagen einer Marke vorstellt. Und auch die Quartettwerte sind mit 4,2 Sekunden von 0 auf 100 und 300 km/h Spitze für manchen Stich gut.

Wie ernst es Jaguar mit diesem Sportwagen-Anspruch nimmt, kann man mehr noch als an der angehobenen Motorleistung an ein paar anderen Details des R-Modells erkennen. So bekommt das Coupé in dieser Variante als erster Jaguar für die Straße bissigste Keramik-Bremsen und ein Torque-Vectoring-System, mit dem einem Hören und Sehen vergeht: Noch bevor das Auto überhaupt die Chance zum Untersteuern hat, bremst die Elektronik damit leicht die beiden kurveninneren Räder ab und zerrt das Auto förmlich in die Kurve. Das ist so wirkungsvoll, dass Jaguar zur Demonstration dieser Eigenheit nicht auf eine normale Rennstrecke gebeten hat, sondern eigens einen engen und verwinkelten Kart-Kurs ausgewählt hat. Und selbst dort schnürt der F-Type hindurch als wäre es eine breite Formel-1-Piste. Was für ein Jaguar F-Type-Coupé-Comeback nach 50 Jahren. Einfach racing, einfach den Atem raubend.

JÖRG-WERNER SCHMIDT

TECHNIK DER KATZE

<u>MODELL</u>	F-TYPE R
<u>MOTOR</u>	V8
<u>HUBRAUM</u>	5000 ccm
<u>LEISTUNG</u>	550 PS
<u>DREHMOMENT</u>	680 Nm
<u>0-100 s</u>	4,2 s
<u>VMAX</u>	300 km/h
<u>VERBRAUCH</u>	11,1 l
<u>CO2-AUSSTOSS</u>	259 g/km
<u>PREIS</u>	103.700 Euro



SUSANNE HOCHLEITHNER
Managing Director
International Fleet Purchase

„Wir bieten auch jetzt wieder ein neues Highlight in der Luxusklasse. Mit dem neuen F-Type Coupé und F-Type Cabrio ist es Sixt erneut gelungen, die Flotte im Sportwagen-Bereich noch attraktiver und vielfältiger zu machen. Miet the Katze und Gute Fahrt! wünscht das Sixt-Einkaufsteam.“



AUSSEHEN ZÄHLT

Matthias Wissmann, Präsident des Verbandes der Automobilindustrie (VDA), über den Erfolgsfaktor Design bei Premiumautos.

Der Erfolg der deutschen Automobilindustrie ist beeindruckend: Im Jahr 2013 hat sie weltweit 14,1 Mio. Pkw produziert, davon gut 5,4 Mio. im Inland. 2014 wird die Produktion voraussichtlich um 5 Prozent auf 14,8 Mio. Einheiten steigen. Das heißt: Jedes fünfte Auto, das weltweit gebaut und verkauft wird, trägt ein deutsches Konzernmarkenzeichen.

Zudem ist Deutschland ist das einzige große, traditionelle Automobilland, das in den letzten zehn Jahren seine Automobilproduktion im Heimatland noch gesteigert hat – parallel zum deutlichen Anstieg der Auslandsproduktion. Im gleichen Zeitraum hat sich die Pkw-Produktion in Italien oder Frankreich mehr als halbiert (auf 400.000 bzw. 1,5 Millionen Autos). Wer nach den „Treibern“ für diese Erfolgsgeschichte sucht, findet sie vor allem in der hohen Innovationsgeschwindigkeit und der Internationalisierung: Die deutsche Automobilindustrie ist mit Investitionen in Forschung und Entwicklung (FuE) von 27,5 Milliarden Euro pro Jahr die forschungstärkste Branche. Sie stemmt ein Drittel der gesamten FuE-Investitionen der deutschen Wirtschaft. Hinzu kommt, dass sich unsere Hersteller und Zulieferer frühzeitig und mit strategischer Weitsicht auf den internationalen Märkten auch mit eigener Fertigung positioniert haben. Sie profitieren damit überproportional vom Wachstum der Märkte. Bemerkenswert ist der hohe Marktanteil der deutschen Automobilindustrie im Premiumsegment. Hier liegt unser Weltmarktanteil bei knapp 80 Prozent. Dabei definiert sich Premium längst nicht mehr über die schlichte Formel ➤

AUSSEHEN ZÄHLT

> „Länge mal Höhe mal Breite“. Vielmehr steht Premium für höchste Qualität und Werthaltigkeit, effiziente Motoren, beste Sicherheitsstandards, herausragende Komfortausstattung – und faszinierendes Design.

Der Satz „Schönheit liegt im Auge des Betrachters“ wird dem schottischen Philosophen und Ökonomen David Hume zugesprochen. Er gilt heute noch – die Frage der Ästhetik ist für Produkte und Märkte von entscheidender Bedeutung. Die Kunst des Designers im Automobilbau besteht darin, den aktuellen und künftigen Geschmack der Kunden zu treffen, beim Betrachter eine potenzielle Begehrlichkeit für das Produkt zu erzeugen, die über den Tag hinaus wirkt und lange anhält.

Deutsche Premiumhersteller verbinden zeitlose Eleganz mit Sportlichkeit.

Dass ein Premiumprodukt über hohe Qualität und Sicherheit verfügt, setzt der Kunde heute voraus. Premiummarken leben darüber hinaus aber von den Emotionen, die sie wecken. Es geht um „charakterstarke Modelle“. Der Kunde erwartet „Faszination Auto“, also hinreißendes Design im Exterieur und Interieur, das der Versuchung kurzatmiger Effekthascherei widersteht – und zeitlose Eleganz mit Sportlichkeit paart.

Offenbar ist das den deutschen Premiumherstellern – und nur um die geht es hier – über viele Jahre sehr gut gelungen. Wer ihre Modelle betrachtet, stellt fest, dass sie beim Design für viele Wettbewerber aus anderen Ländern Maßstab geworden sind, sie werden als „Benchmark“ gesehen.

Warum? Weil unsere Unternehmen nicht einfach anderen gefolgt sind, sondern ihren eigenen Weg gesucht haben – voller Leidenschaft für das Produkt. Über Jahrzehnte hinweg haben sie konsequent ihren jeweiligen Markenkern aufgebaut und erweitert. Die Modellpalette, die anfangs zentral um die klassische Limousine gruppiert war, wurde nachhaltig erweitert und aufgefächert. Beispiele aus jüngster Zeit sind das viertürige Coupé, dessen Linienführung Souveränität mit Dynamik verbindet, oder der „Shooting Brake“, der weder Kombi noch Coupé ist, sondern das Beste aus beiden Welten verknüpft. Auch bei

der innovativen Lichttechnologie, die unsere Unternehmen einsetzen – von Xenon über LED bis hin zum Laserlicht – sind deutsche Marken weltweit führend. Das dient nicht nur der Differenzierung im Wettbewerb, sondern bietet dem Autofahrer auch einen spürbar höheren Nutzen und mehr Sicherheit.

Das „Erlebnis Mietwagen“ führt neue Kunden an die Premiummarken heran.

Wie wichtig der „erste Eindruck“ eines Autos ist, lässt sich durch die Ergebnisse des aktuellen DAT Reports belegen: Im Ranking der Kriterien beim Neuwagenkauf steht das „Aussehen“ des jeweiligen Modells auf Platz 2 – gleich hinter „Zuverlässigkeit“. Erst danach folgen Anschaffungspreis und Kraftstoffverbrauch. Noch ein Beispiel: Drei von fünf Neuwagenkäufern entscheiden sich für eine teurere Metallic-Lackierung, die den Außenauftritt des Autos ebenso optimiert wie sie zum Werterhalt des Fahrzeugs über einen langen Zeitraum beiträgt. Und hier lässt sich die Brücke zur Modellpalette von Sixt schlagen: Wer sich im Internet auf der sixt.de-Seite umschaut, kann leicht feststellen, dass 45 Prozent der gut drei Dutzend verschiedenen Fahrzeuggruppen als „Premiumfahrzeug“ ausgewiesen werden. Der Anteil deutscher Modelle an diesen Premiumprodukten liegt dabei noch höher als der oben erwähnte Marktanteil von knapp 80 Prozent deutscher Hersteller am Weltpremiummarkt. Woraus man den Schluss ziehen könnte, dass nicht nur beim Neuwagenkauf das Design eine entscheidende Rolle spielt, sondern auch beim Ordern eines Mietwagens.

Marketingexperten in der Automobilbranche wissen, dass das „Erlebnis Mietwagen“ durchaus neue Kunden an die Marke heranführen kann. Gerade der Privatmann „erfährt“ den Mietwagen oft im Urlaub oder am Wochenende – und nimmt die Eindrücke der Fahrt und des Fahrzeugs abseits des beruflichen Termindrucks wahr. Und wenn aus einer „unverbindlichen Liaison“ (dem Mietwagenwochenende) eine „dauerhafte Beziehung“ (Anstoß für einen Neuwagenkauf dieses Modells) werden sollte, zahlt das auf die Marke, die deutsche Automobilindustrie und den Produktionsstandort Deutschland insgesamt ein. Schließlich hängt jeder zweite inländische Arbeitsplatz bei unseren Automobilherstellern an Premium.



Formvollendete Tatsache.

(Jetzt das BMW 4er Coupé ab € 62,-/Tag* unter sixt.de)

Starbariton Thomas Hampson

ICH SPRECHE IN *Arien*

Was für ein Drama, was für ein Auftritt, was für ein Abgang: Thomas Hampson. Der Bariton als Athanaël im großen Finale der Oper „Thaïs“ von Jules Massenet im Duett mit Renée Fleming an der Metropolitan Oper in New York. Die Intensität, Zartheit und Vergeblichkeit dieses Duetts, in dem der verliebte Athanaël die sterbende Hetäre Thaïs nicht von der möglichen, wahren irdischen Liebe überzeugen kann, und sie ihn in starrem Gottvertrauen zurückweist und als Heilige stirbt, während Athanaël erschöpft und enttäuscht in ihrem Schoß versinkt. Ein gesungener Kosmos über Liebe, Verzweiflung und Unmöglichkeit, ein Schicksal zu wenden. Das geht unter die Haut, ergreift die Seele, weckt tiefe Emotionen. Mit ihrem Gesang entfalten die beiden Sänger die feinsten Verästelungen ihrer Figuren, ihrer Charaktere. Abenteuer Stimme, Glück des Hörens, Rausch der Sinne. Das kann Oper.

Das Finale der Oper „Thaïs“ scheint wie gemalt für das Selbstverständnis des Starbaritons, der auf allen großen Bühnen der Welt unterwegs ist. In einem trubeligen Café am Wiener Naschmarkt plaudert der Weltstar, der von der Metropolitan Oper in New York bis zum Royal Opera House in Covent Garden, London, oder auf den Salzburger Festspielen zu



FOTO: CATHRINE PISARONI

IN DER OPER
GIBT ES KEINEN

Zufall.

Bariton Thomas Hampson als Rodrigo, Marchese di Posa, in Giuseppe Verdis „Don Carlos“ bei den Salzburger Festspielen 2013 – umjubelt von der Presse, *Kurier*: „Heute ist Thomas Hampson als Posa viel weiser, ein Drahtzieher, der die Geschichte vorantreibt und sich selbst opfert. Hampson phrasiert prachtvoll und berührt zutiefst.“



1



2

FOTOS: KEN HOWARD (2), KRISTIN HOEBERMANN

Thomas Hampson

BIOGRAFIE

Der 59-Jährige ist in Indiana geboren und aufgewachsen in seiner Heimatstadt Spokane, Washington State. Thomas Hampson studierte u.a. bei Marietta Coyle, Horst Günter und Elisabeth Schwarzkopf, debütierte 1981 an der Deutschen Oper am Rhein in Düsseldorf und wechselte von dort nach Zürich, wo seine internationale Karriere begann. Der Sänger trat an allen großen internationalen Opernhäusern auf: u.a. in Wien, Paris, New York und bei den Salzburger Festspielen. Er gilt als eine der vielseitigsten Bariton-Stimmen und feierte zunächst große Erfolge mit Mozart-Partien und in Werken von Bernstein, Rossini, Massenet, Verdi und Wagner – in den vergangenen Jahren aber in Partien wie *Macbeth*, als *Simon Boccanegra* in der gleichnamigen Oper und als Giorgio Germont in *La Traviata*. Mit seiner 2003 gegründeten Stiftung Hampson Foundation will er die lebendige Gegenwart von Liedern fördern.

1 SPITZENSOLO

Thomas Hampson als Jago in Giuseppe Verdis „Otello“, 2013 an der Metropolitan Oper, New York.

2 TRAUMDUETT

Thomas Hampson als Athanaël mit der US-Sängerin Renée Fleming als Hetäre „Thais“, 2011 an der Metropolitan Oper, New York.

Hause ist. Ob in Verdis „Otello“, Mozarts „Don Giovanni“, Wagners „Parsifal“ oder auch Hindemiths „Mathis der Maler“ – nach welchen Kriterien sucht sich Thomas Hampson seine Rollen aus; wie entsteht sein Repertoire? „Ich habe immer darauf geachtet, dass die Rollen, die ich angenommen habe, eine Entwicklung durchmachen. Mich reizt das Studium menschlicher Eigenschaften.“ Ein forschender Bariton.

Musik ist ihm in die Wiege gelegt. Geboren in Indiana, aufgewachsen im Nordwesten der USA, im Washington State. Vater Atomkraftingenieur, Mutter spielt Klavier und Orgel und schleppt die Familie in die Kirche. „Auch mit ihren zarten 84 Jahren immer noch eine ziemliche Nummer“, lacht Thomas Hampson. Seine zwei älteren Schwestern studierten Musik und die Mutter machte im-

mer was los zuhause. „Musik war immer bei mir, ich kenne kein Leben ohne Musik.“ Und wenn der Starbariton vom Tournee- und Singstress abschalten will, legt er sich aufs Sofa („Ich kann eine unfassbare Couchpotatooe sein“) oder spielt Golf. Handicap? „9.7“ – extrem gut. Was er macht, macht er richtig. „Ich bin ein singender Golfer“, schmunzelt er mit stolzer Ironie.

Zurück zum Job. „Die Künste schreiben das Tagebuch des Daseins, entwerfen Baupläne des Menschen“, sagt Thomas Hampson und seine Aufgabe als Bariton, als Sänger, als Künstler sei es, „die Musik zu entziffern“. Schauspiel, Bühnenbild, Inszenierung? Thomas Hampson geht es zuallererst um die Musik. „Die Oper ist eine *musikalische* Kunstform! Alles, was ich auf der Bühne bin, jeder Atemzug, mit dem ich meine Figur, ihren Charakter lebe, kommt vom Komponisten.“ Und dass er als Bariton – im Unterschied zum Tenor – nicht immer nur heldenhaft vorangehen muss, sondern seine Figuren entwickeln kann, ist für ihn ein „großes Glück und weckt Demut“, das machen zu können und zu dürfen. Und für das Missverständnis und Klischee, dass moderne Oper weniger mit Musik, sondern imposanten Bühnenbild- und Regieeffekten zu

ICH BIN EIN SINGENDER

Golfer

tun hat, fällt Hampson sein Lieblingszitat von Sir Antonio Pappano ein, Dirigent, Pianist und Musikdirektor des Royal Opera House in London: „Die Musik in der Oper ist nicht der Tomatenketchup für das Schauspiel-Steak.“ Treffer versenkt.

Ob als Athanaël, als Rodrigo oder als Jago: Thomas Hampson erforscht mit seiner Stimme alle Facetten dieser so unterschiedlichen und vielschichtigen Charaktere. Und dann spricht er in einem längeren Exkurs über sein Thema: Über die ewige Aktualität der Klassik, dass es ihre „wirkliche Essenz“ sei, für „Auseinandersetzung und Leidenschaft“ zu werben. Mal, indem sie das Böse zeige und enttarne, mal, indem sie die Liebe und ihre teuflische Begleitung durch die Eifersucht erlebbar mache. Und einmal in Schwung geredet, geht die Leidenschaft mit ihm durch. „Sie haben mich vorhin gefragt, ob ich ein Konservativer bin. Nein, ich bin ein Progressiver! Konservativ bin ich nur in meinen persönlichen Finanzangelegenheiten. Liberal, konservativ, ich weiß, welche Bilder und Inhalte damit besetzt sind, aber diese Klischees bringen uns nicht voran. An die konservative Sehnsucht nach einer Zeit, in der angeblich alles besser funktioniert hat, kann

KOMMENDE AUFTRITTE

»Fr., 22. August 2014: Festival-Zelt-Gstaad, Gstaad, Schweiz: *Operngala – Große Stimmen*.

»Sa., 20., 24. + 27. September 2014: Bayerische Staatsoper München, Deutschland: *Tosca von Giacomo Puccini*.

»Mo., 29. September und 4., 10., 13., 16. & 19. Oktober 2014, Oper San Francisco, USA: *Ein Maskenball von Giuseppe Verdi*.

ich nicht glauben. Das ist gegen die Natur und gegen die Natur der Menschen. Wir wollen uns doch entwickeln, Neues und Spannendes kennenlernen und uns nicht wiederholen. Wie langweilig! Ich will nicht stehenbleiben.“ Pause. Da muss auch der professionelle Bariton-Atmer mal kurz Luft holen, um noch schnell anzuschließen: „Was ich meine: Toleranz heißt doch nicht erdulden. Toleranz ist der Respekt vor dem, was Du nicht glaubst oder was Du nicht kennst. Das ist auch eine Essenz der Klassik!“ Stille – Zustimmung.

Weiter vorne im Café klirren Gläser, gedämpft bevölkern die Stimmen anderer Gäste die sommerliche Caféhaus-Atmosphäre mit ihren geöffneten Fenstertüren, die die Geschäftigkeit des Wiener Naschmarkts hereinwehen. „Sie müssen entschuldigen“, beendet Thomas Hampson nach einer Weile die Ruhe an unserem Tisch. „Ich spreche in Arien, wenn mich ein Thema packt.“ Na und? Mit Thomas Hampson ist es wie auf der Opernbühne oder im Konzertsaal auch im Leben: Man kann sich seiner Aura, seiner engagierten, rationalen Empathie, die er in seinen Bühnenfiguren zu vollster Lebendigkeit und Tiefe auslotet, nicht entziehen. „Wenn ich eine Oper studiere, frage ich mich, was meine Figur – zum Beispiel Don Giovanni oder Scarpia – nie machen würden. Ich muss wissen, wo die Grenzen meiner Figur sind, um sie mir erarbeiten zu können. Das ist der Rahmen, in dem ich sie dann spiele.“ Es muss einen Grund haben, dass so viele Kritiker dasselbe Wort verwenden, wenn sie einen Auftritt von Thomas Hampson beschreiben: Er berührt – wie in jenem Finale der Oper „Thais“ aus der New Yorker Metropolitan Oper. Wie Thomas Hampson dort als gebrochener Athanaël nach seiner vergeblichen Liebes-Schlussarie in ihren Schoß sinkt, ist großes Opernkino. Leidenschaft in Tragödie.

Und wie und mit welcher Intensität die Partie, der Charakter von Hampson gesungen, interpretiert wird, löst eigene Gedanken und Gefühle, ja: Hoffnung aus; Hoffnung auf die Liebe, auf eine bessere Welt – in

einem gesungenen Moment. Die Musik erzählt die kurze Ewigkeit der Einzigartigkeit von Arien; die gesungenen Noten erzählen vom Abenteuer Stimme. Thomas Hampson singt die Welt voran und beschert seinem Publikum Glücksmomente. Das ist das Wahre und Schöne an Kunst.

WOLFGANG TIMPE

VIDEOTIPP: Wenn Sie die kommenden Auftritte von Thomas Hampson in den USA oder in Europa verpassen sollten oder nicht abwarten können (siehe Kasten S.27), geben Sie zur Einstimmung mal im Internet die Adresse www.youtube.com/watch?v=Dvjy57-Ys2I ein. Einfach zuhören.

Thomas Hampson

SATZANFÄNGE

Eifersucht ist ... tödlich – und eine der schlimmsten Eigenschaften des Menschen.

Heimat ist für mich ... meine Familie. Für einen viel reisenden Künstler ist Heimat sehr komplex. Selbstverständlich bin ich zuhause in Amerika und Europa, selbstverständlich ist die europäische Kultur mein Anker und ich bin in ihr verwurzelt. Aber egal, wo in der Welt ich bin, fühle ich mich einsam, wenn meine Familie nicht da ist.

Die Salzburger Festspiele bedeuten mir ... wahnsinnig viel. Dort wird das Ernsthaftigste des Ernsthaften versucht. Die Salzburger Festspiele sind ein Kilimandscharo für uns Künstler. Da werden alle Fragen der Welt ausgearbeitet und gestellt.

Zufriedenheit ist ... kaum erreichbar.

Die Suche nach Glück ... ist der Ursprung des Menschen.

Ein Bariton-Sänger im wirklichen Leben ... ist wach und aufmerksam.

Niederlagen sind ... Lehrgänge.

Romantik kann ... ein gesundes Pendant zum harten Alltag in unserer modernen Welt sein. Wir können ruhig etwas romantischer sein. Romantik ist die Bewahrung des Individuums!

Mein Golf-Handicap beträgt ... 9.7. ich bin ein singender Golfer.

»RISIKO IST DIE BUGWELLE DES ERFOLGS«

Zwölf Fragen an Helga Rabl-Stadler, Präsidentin der Salzburger Festspiele – und zwölf pfiffige Antworten.

FRAU RABL-STADLER, LETZTES JAHR ÜBERSTRAHLTEN WAGNER, VERDI UND DER NEUE JEDERMANN DIE SALZBURGER FESTSPIELE. WELCHES SIND DIESES JAHR IHRE PERSÖNLICHEN HIGHLIGHTS?

Helga Rabl-Stadler: Mit 270 Aufführungen in 45 Tagen an 16 Spielstätten hoffen wir viele Highlights oder, schöner ausgedrückt, viele unvergessliche Ereignisse zu kreieren. Persönliche Highlights der Präsidentin sind hier ziemlich unwichtig. Ich werde sicher zumindest 60 Aufführungen selber sehen und damit ernten können, was wir gemeinsam an Ideen gesät haben.

BEI WELCHER AUFFÜHRUNG ERGREIFT SIE DAS STÄRKSTE PREMIERENFIEBER?

Helga Rabl-Stadler: Natürlich bei der Uraufführung „Charlotte Salomon“. Dies wird die zeitgenössische Oper, die wir je hatten, denn Marc-André Dalbavie, der Komponist und Dirigent dieser Oper, kommt jeden Tag mit neuen Notenblättern.

IN SALZBURG SIND JA ALS BESONDERHEIT DER SOMMERFESTIVALS IN DEUTSCHLAND UND ÖSTERREICH ALLE SPARTEN DER SCHÖNEN KÜNSTE VERTRETEN. WELCHE SPARTE MÜSSTE IHRER MEINUNG NACH NOCH VIEL MEHR GEFÖRDERT WERDEN? WELCHE LIEGT IHNEN AM HERZEN?

Helga Rabl-Stadler: Die Salzburger Festspiele sind eines der wenigen produzierenden Festivals dieser Welt. Unsere besondere Anziehungskraft liegt in der Vielfalt des Programms und auch unser Risiko. Die Mischung von Oper, Schauspiel und Konzert muss stimmen, damit das Publikum kommt. Denn wir müssen 80 Prozent unserer Kosten selbst erwirtschaften, während die durchschnittliche Eigenwirtschaftlichkeit von deutschen Opernhäusern bei 13 Prozent liegt. Das heißt: Hier zahlt der Steuerzahler mehr als 80 Prozent.

SIE HABEN ÜBER IHR FESTIVAL MAL MIT DEN WORTEN DER GRÜNDER GESAGT, DASS DIE SALZBURGER FESTSPIELE DAS HERZ VOM HERZEN EUROPAS SEIEN. EUROPA ERLEBT ZUR ZEIT SEINE INTENSIVSTEN KRISEN. WIE BERÜHRT DAS 2014 DIE FESTSPIELE?



Helga Rabl-Stadler: Die Festspiele wurden 1920 als Friedensprojekt nach dem 1. Weltkrieg gegründet. Wir haben daher als Festspielredner 2014 Christopher Clark gewählt, der mit seinem Buch „Die Schlafwandler“ wohl das wichtigste Werk zu Ursachen und Veranlassung des 1. Weltkriegs geschrieben hat. Er warnt zu Recht vor den Gefahren für den Weltfrieden, wenn die politischen Gespräche stocken und die Chance auf den Kompromiss stirbt.

IST KUNST FÜR SIE KUNST ODER ZIEHT DIE KUNST IHRE SPANNUNG AUS DEM LEBEN?

Helga Rabl-Stadler: Kunst kann vieles sein – erhebend, verstörend oder auch schlicht unterhaltend. Am besten gefallen mir die Formulierungen des unvergleichlichen Dirigenten Nikolaus Harnoncourt, „Kunst ist die göttliche Nabelschnur“ und „Mozart der Griffel in der Hand Gottes“.

DIE DEUTSCHE FUSSBALL-NATIONALMANNSCHAFT IST GERADE IN RIO WELTMEISTER GEWORDEN UND EIN FRISCHES SYMBOL FÜR LEIDENSCHAFT UND DISZIPLIN? WELCHES SIND DIE WICHTIGSTEN EIGENSCHAFTEN FÜR DIE SALZBURGER KUNST-WELTMEISTERSCHAFTEN?

Helga Rabl-Stadler: Für Hochleistung, gleich ob im Bereich der Kunst, der Wissenschaft oder des Sports gelten dieselben Prinzipien. Können, Leidenschaft und Disziplin – nur mit dieser Trias kommt man an die Spitze.

APROPOS CHAMPIONS. BRAUCHEN WIR IM LEBEN UND AUF DER THEATER-, OPERN- ODER KONZERTBÜHNE ÜBERHAUPT HELDEN? SIND DAS NICHT ERFINDUNGEN DES MITTELALTERS?

Helga Rabl-Stadler: Bertolt Brecht hat diese beiden Philosophien in seinem Drama *Das Leben des Galilei* einander so gegenübergestellt: „Unglücklich das Land, das keine Helden hat“, Antwort: „Nein. Unglücklich das Land, das Helden nötig hat.“ Ich glaube an Heldinnen und Helden im Alltag wie auf der Bühne. Sie geben Mut und Energie für die Bewegung in die richtige Richtung.

SIE SIND IM BESTEN SINNE DES WORTES NEBEN DEN JEWEILIGEN KÜNSTLERISCHEN LEITERN DIE CHEFIN DES FESTIVALS. SEHEN SIE SICH EHER ALS SOGENANNTEN MUTTER DER KOMPANIE ODER ALS STRATEGISCHE MANAGERIN?

Helga Rabl-Stadler: Würden Sie einen Mann je fragen, ob er der Vater der Kompanie ist? Familie habe ich zuhause, bei den Festspielen bin ich Mitglied eines hochprofessionellen Führungsteams.

WELCHES FAZIT MÖCHTEN SIE AM ENDE DER DIESJÄHRIGEN FESTSPIELE ZIEHEN, DAMIT DIESE FÜR SIE PERSÖNLICH EIN ERFOLG WÄREN?

Helga Rabl-Stadler: Künstlerische Sternstunden und finanzielle Sicherheit.

SIE SIND MIT VERLAUB INZWISCHEN DURCH IHRE ERFOLGREICHE ARBEIT SO ETWAS WIE DIE EIGENE MARKE DER SALZBURGER FESTSPIELE. KÜNSTLERISCH SIND SIE SALZBURG. WIE VERHINDERN SIE IN DIESER LANGJÄHRI-

GEN ARBEIT FALSCHER ROUTINE, WAS WECKT IMMER WIEDER IHRE NEUGIER?

Helga Rabl-Stadler: Festspiele müssen sich jedes Jahr neu erfinden, damit sie im Zeitalter der Eventisierung erfolgreich gegensteuern. Mit Routine geht da gar nichts. „Risiko ist die Bugwelle des Erfolgs“, heißt mein Lieblingszitat von Amery.

UND ES IST JEDES JAHR EIN FESTIVALMARATHON AN NETWORKING UND KÜNSTLERISCHEN DAUERPREMIEREN ODER WIEDERAUFNAHMEN. WIE HÄLT SICH DIE PRÄSIDENTIN EIGENTLICH FIT?

Helga Rabl-Stadler: No Sports.

HELGA RABL-STADLER,
Präsidentin der Salzburger
Festspiele: „Marc-André
Dalbavie, der Komponist
und Dirigent der
zeitgenössischen Oper
„Charlotte Salomon“
kommt jeden Tag mit
neuen Notenblättern.“



FOTO: SALZBURGER FESTSPIELE

SALZBURGER FESTSPIELE – bis 31. August 2014

Web: www.salzburgerfestspiele.at

Spielplan: www.salzburgerfestspiele.at/spielplan

Kartenbüro: Herbert von Karajan Platz 11,

Postfach 140, A-5010 Salzburg;

T.: +43.662.8045.500 Mail: info@salzburgfestival.at

**ÉLÉGANCE >**

Pantherträume. Collier (o.): Gelbgold, Lack, Onyx, Tsavorite & Diamanten, 20.400 €; Armband (re.): Pinkgold, Tsavorite & Lack. 2.400 €; Armband (re. groß): Weißgold, Onyx, Lack, Chrysoptasen & Diamanten, Preis: auf Anfrage. Ach Geld, Tragen erhöht den Wert!
www.cartier.de/kollektionen/Schmuck

Ein Katzensprung zum Glück

Wer adelt wen? Die Frau den Schmuck oder der Schmuck die Frau? Tja, es bleibt ein ewiges Geheimnis. Global gefeierte Jubiläen geben den Erfindern das Gefühl, die Erdkugel in Bewegung zu setzen. Und wenn dann ein einzigartiges Wildtier, der Panther, auch heute nach 100 Jahren noch den Up-to-date-Sound von Luxus und Individualität symbolisiert, feiert eine Weltmarke: Cartier. Die stolzen Schöpfer der legendären Panthère-Kollektion haben sich zum 100-jährigen ins Zeug gelegt und prächtige Cartier-Unikate anno 2014 geschaffen – wertig, sinnlich, individuell. Ein eleganter Katzensprung zum Glück.

**< STREETWEAR**

Das Wohlfühlen fängt unten an – auch das Ich. Die ewig junge Veloursleder-Stiefelette in dunkelbraun von Unützer Venice (459 €) lockt mit Stretchlook und Mini-Hipster-Blockabsatz.
www.unger-fashion.com

**SINFONIE**

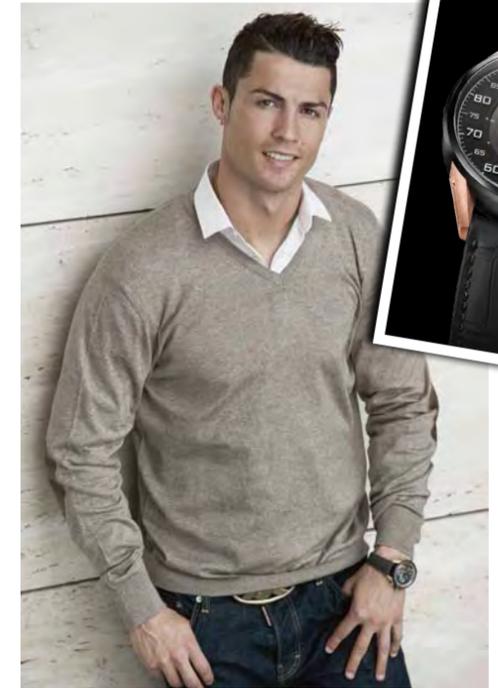
Namen klingen: Roségold, Ebenholz, Koralle – und Juwelier Mark-Andreas Wilm komponiert die Sinfonie für Ohrclips (3.430 €). Showtime.
www.wilm.info

**HIP RIB >**

Das Gold des Understatements: weiß. Der lässig fallende Ripp-Wollpullover aus Cashmere (195 €) und die fließend-weite Satinhose (210 €) kreieren sommerliche Leichtigkeit.
www.filippa-k.com/en/woman



FOTOS: HERSTELLER (10)

**POLE POSITION**

Er ruft immer: Ich. CR7, Kultkürzel von Kickerstar Cristiano Ronaldo, ist Tag-Heuer-Markenbotschafter. Er zelebriert die Carrera Mikrograph 100 Avantgarde (29.000 €) mit großem 1/100stel-Sekunden-Zeiger wie seine CR7-Freistöße: Tempo und Präzision. Haute Horlogerie – weltweit limitiert auf 50 Exemplare. Treffer versenken? Schnell sein! www.tagheuer.com



Flâneur de la rue

UNISEX >

Radelnde Spitze. Die „Vélos d'Hermès“-Fahrradfamilie setzt mit dem „Flâneur d'Hermès“ auf den Marken-Dreiklang der Lederenthusiasten aus Paris: Feinstes Material, klassisches Handwerk, zeitgenössisches Design. Heraus kommt eine Pedal-Ikone aus ultraleichtem Karbon in Kreidenweiß mit Ummantelungen aus braunem, glatten Jungstierleder (8.100 €). Ein Unisex-Rad mit acht Gängen und Hang zum urbanen Velohype.
www.hermes-paris.com

**VINTAGE >**

Schöne Dinge legen Patina an. Der Vintage-Rucksack von Brunello Cucinelli (2.300 €) aus fein genarbtem Leder strahlt urbane Souveränität aus. www.brunello-cucinelli.com



LEBENSKUNST-DUETT: EVA WAGNER-PASQUIER & ANTOINE WAGNER

Von Wolfgang Timpe & Sebastian Widmann (Fotos)

LEBENSLUST & KUNST

Familien- und Sympathie-Couple – Mutter Eva Wagner-Pasquier und Sohn Antoine Wagner: „Meine Mutter ist besser als ich gedacht habe. Allerdings interessiert sie sich für einen Hügel, während ich mich für Berge interessiere. Das ist ein echter Unterschied.“

Am 26. Juli 2013 erfüllt sich nach mehrjähriger Vorbereitung ein Traum: Beifall für die umwälzende Neuinszenierung von Richard Wagners „Ring der Nibelungen“ in Bayreuth, mit dem Enfant-Terrible-Regisseur Frank Castorf, Intendant der Volksbühne Berlin, und dem russischen Dirigenten Kirill Petrenko in Bayreuth zum 200-jährigen Wagner-Jubiläum im Festspielhaus auf dem Hügel. Presse und Publikum waren in seltener Einmütigkeit begeistert und die Medien schrieben schon direkt nach der Premiere der ersten „Ring“-Oper „Rheingold“, dass die neue Aufführung als der Petrenko-„Ring“ in die Jahrhundertgeschichte des Hügels und seiner „Ring“-Inszenierungen eingehen würde. Es war ein Meister-Dirigat des russischen Dirigenten Petrenko, der seit 2013 auch neuer Generalmusikdirektor an der Bayerischen Staatsoper in München und Nachfolger von Kent Nagano ist. Castorf hat den „Ring“ kräftig entrümpelt und vor allem Petrenko die Musik zu neuer Lebendigkeit und Intensität geführt. Wagner-Weltklasse.

Erfolg und Applaus vor allem auch für eine Frau, die das Leben an der Rampe, in der Öffentlichkeit überhaupt nicht mag. Sie ist eher eine stille Arbeiterin im Berg der Künstler und der Kunst, eine Kulturmanagerin des Schönen, Wahren und Guten: Eva Wagner-Pasquier, zusammen mit ihrer Schwester Katharina seit 2008 künstlerische Leiterin der Bayreuther Festspiele. Operation Schwestern-Intendantz gelungen, Bayreuth erneuert. Mehr darf man als Richard Wagners Urenkelin nun wirklich nicht erwarten. Freudige Wackersteine sind den grünen Hügel hinuntergerollt. Sie spricht nicht gern über ihre

30

Opern- und 120
Konzertfilme
hat Eva Wagner-
Pasquier bei
der Firma Unitel
von Filmmogul
Leo Kirch
betreut.



INTENDANTIN & KÜMMERIN

„In einer Oper geht es für mich immer zuerst um die Musik. Erstens bin ich mit Musik groß geworden und zweitens gibt es ohne Musik keine Inszenierung.“

Gefühle. Eva Wagner-Pasquier sagt: „Castorf und Petrenko haben das toll gemacht.“ Kein kokettes Understatement, sondern ihre stille Art, ihre persönliche leidenschaftliche Freude und Erleichterung über das erfolgreiche Sisyphos-Projekt „Ring“ im Jubiläumsjahr. Glückliche Intendantin und zufriedene Opern- und Künstlermanagerin Eva Wagner-Pasquier.

EVA WAGNER-PASQUIER

BIOGRAFIE

Die Tochter von Wolfgang Wagner und seiner ersten Frau Ellen Drexel und somit Urenkelin von Richard Wagner und Ur-Urenkelin von Franz Liszt war von 1967 bis 1976 als Assistentin ihres Vaters in Bayreuth tätig. Sie betreute u.a. den *Jahrhundert-Ring* von Patrice Chéreau. Danach ging Eva Wagner-Pasquier, Jahrgang 1945, zur Wiener Staatsoper als Assistentin von August Everding und Otto Schenk. Es folgten die Betreuung von 30 Opern- und 120 Konzertfilmen bei der Produktionsfirma Unitel von Filmpatriarch Leo Kirch(t), wo sie auch ihren Mann Yves Pasquier kennenlernte. Im Mai 1982 wurde Sohn Antoine Wagner geboren.

Neben Engagements als Direktorin am Royal Opera House Covent Garden in London (1984) und der Opéra Bastille in Paris (1987) war Eva Wagner-Pasquier Beraterin des Festival d'Aix en Provence sowie des Teatro Real in Madrid und der Metropolitan Opera in New York. Seit 2008 ist sie gemeinsam mit ihrer Schwester Katharina Wagner künstlerische Leiterin und Geschäftsführerin der Bayreuther Festspiele.

Am 30. Juli 2013 erfüllte sich ein weiterer Traum: Das Fotokunsthbuch „Wagner in der Schweiz“ erscheint und ergänzt die in der Schweiz entstandenen Wagner-Werke „Ring der Nibelungen“, „Tristan und Isolde“ sowie „Parsifal“ um magisch-mythische und zugleich klare Berg- und Nebel-Fotografien, die Bühnenbild ähnliche Korrespondenzen zu den Opern wachrufen – mit Texten von Robert Wilson und Antoine Wagner. Fotografien: Antoine Wagner – Fotograf, Künstler, Regisseur, Videofilmer, Maler, Bildhauer und: Sohn von Eva Wagner-Pasquier. Zwei Generationen Wagner, die einerseits unterschiedlich ticken: Hier die seit 40 Jahren erfahrene Opern-, Konzert- und Festivalmanagerin mit ihren internationalen Erfahrungen an Top-Opernhäusern in London und Paris, dort der junge abenteuerlustige und sich konsequent in allen künstlerischen Medien ausprobierende 32-jährige Antoine Wagner, der in New York lebt und arbeitet und sechs Sprachen fließend spricht (Deutsch, Englisch, Französisch, Italienisch, Portugiesisch und Spanisch). Zurzeit absolviert der Fotograf und Kunstforscher ein Stipendium der Villa Medici in Rom mit 14 anderen exklusiv ausgewählten Künstlern. „Mich fasziniert dort die ungeheure Dynamik“, sagt Antoine Wagner und genießt es in vollen Zügen, sich mit den anderen Künstlern auszutauschen und jeden Tag

ANTOINE WAGNER

BIOGRAFIE

In Evanston, Illinois, wird 1982 Antoine Wagner als Sohn von Eva Wagner-Pasquier und Yves Pasquier geboren; Richard Wagner ist sein Ur-Urgroßvater. Nach dem Theater- und Politikstudium in Chicago geht er nach New York, wo er lebt und arbeitet. Seine künstlerische Karriere startet Antoine Wagner 2007 in Bayreuth mit der Video-Theaterproduktion „Liszt[ra]um“ in der Villa Wahnfried.

Es folgen 2008 seine erste Gruppenausstellung „The Open“ in New York, die erste Einzelpräsentation mit „Landscapes Escaped“ in München, 2009/2010 die Videoproduktion „Lisztomania“ und

ein Dokumentarfilm „From A Mess To The Masses“ über die Popgruppe Phoenix, der im Oktober 2011 auf Arte ausgestrahlt wird. Antoine Wagner: Fotograf, Regisseur, Künstler, Bildhauer und Schriftsteller. Sein Kunstbuch „Wagner in der Schweiz“, 2013, ist eine fotografische Spurensuche zu den Wagner-Opern „Ring der Nibelungen“, „Tristan und Isolde“ sowie „Parsifal“, die in der Schweiz entstanden sind.

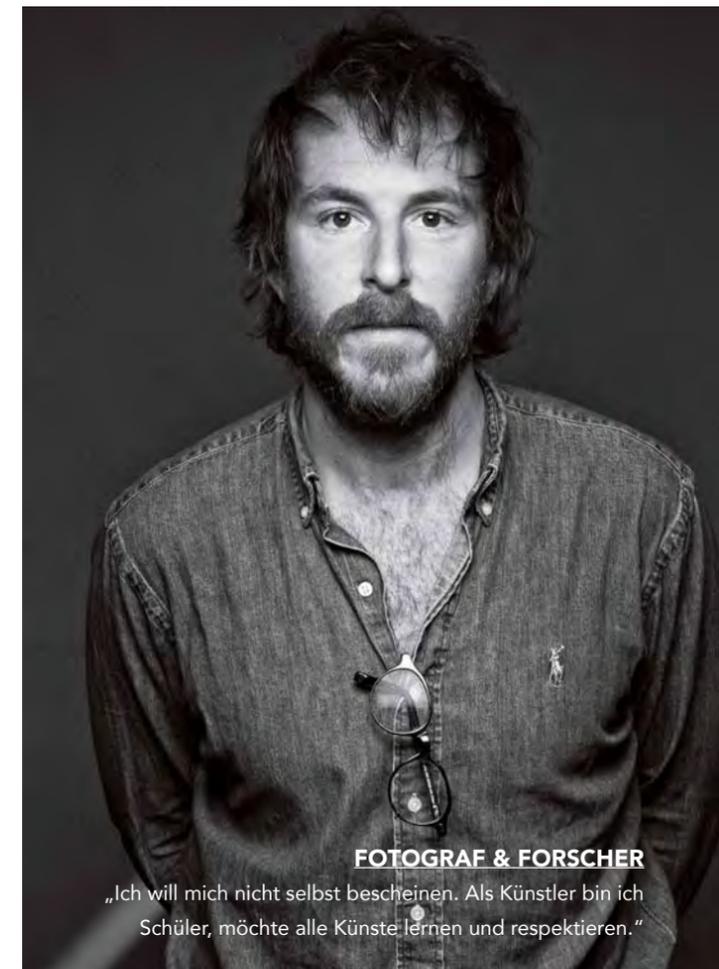
Seine Ausstellung „Common Denominator“ wird u.a. in Venedig, Bayreuth, Paris und New York präsentiert. Zurzeit hat Antoine Wagner ein Stipendium an der Villa Medici in Rom, wo er ein Skulpturen-Projekt realisiert und sein erstes Spielfilm-Drehbuch schreibt.

WWW.ANTOINEWAGNER.COM

neue (Selbst-)Erfahrungen zu machen. Ohne ein umfassendes Freiheitsgefühl, nichts und niemandem verpflichtet zu sein. Das meint nicht, tun und lassen zu können, was man will, ein Treibenlassen ohne Sinn und Verstand, sondern ein kreatives offenes Suchen nach neuen Kunstwegen und -formen, und auch das Annähern an sich selbst, was seine künstlerische Identität einmal werden könnte. „Ich bin ein Praktikant und habe künstlerischen Erfolg noch nicht erlebt“, sagt der junge Fotograf, der mit dem Fotoband zu den Schweizer Jahren seines Ururgroßvaters Richard Wagners einen imposanten Fußabdruck hinterlassen hat. Neugieriger Kunstforscher und sich stets neu fordernder Projektkünstler Antoine Wagner.

Eva Wagner-Pasquier und Antoine Wagner. Mutter und Sohn. Auf den flüchtigen Blick sehr unterschiedlich und beim genaueren Hinsehen und Hinhören im entspannten Doppelgespräch doch auch wiederum sehr ähnlich. Hier die im Hintergrund und im Team arbeitende Intendantin mit verstecktem Furor immer an der besseren Aufführung und den noch spanneren Künstlern arbeitend, nicht abschalten wollen und können („Ich kenne keine Spas, ich entspanne im Kopf mit Gesprächen bei Freunden oder einem Ausstellungsbesuch“). Eva Wagner-Pasquier, eine engagierte Kümmerin und leise, ohne PR-Getöse brennende Intendantin. Dort der als Einzelkind aufgewachsene Künstler, der in den multinationalen Arbeitsorten rund um den Erdball seine Heimat sieht – egal, ob er fotografiert, Skulpturen erschafft oder Drehbücher schreibt. Auf seine Weise wie Mutter Eva auch ein Workoholic, aber davon getrieben, anders als seine Mutter, immer die totale Freiheit als Ziel anzustreben, die geringste Einengung vermeiden zu wollen („Als selbstständiger Künstler beginnt bei jedem Projekt immer eine Auseinandersetzung mit Autoritäten oder Veranstaltern“). Während Eva Wagner-Pasquier aus Pas-

FOTO ANTOINE WAGNER: © RAPHAEL LUGASSY



FOTOGRAF & FORSCHER

„Ich will mich nicht selbst bescheiden. Als Künstler bin ich Schüler, möchte alle Künste lernen und respektieren.“

sion und Wagnerschem Familien-Pflicht- und Disziplingefühl Kunst-Kompromisse machen muss – seit 2008 managt sie neben der Intendanz und der inhaltlich-konzeptionellen Arbeit mit Schwester Katharina, auch das 65-Mitarbeiterunternehmen Bayreuth in einer GmbH mit allen kaufmännischen

06

Monate arbeitet Antoine Wagner als Stipendiat der Villa Medici in Rom an einem Skulpturen-Projekt und schreibt sein erstes Spielfilm-drehbuch.

EVA WAGNER-PASQUIER

SATZANFÄNGE

Im Gegensatz zur Oper kann Theater ... mich noch mehr inspirieren.

Liebe heißt ... für andere da zu sein.

Meine Halbschwester Katharina bezeichne ich ... immer als meine Schwester.

Führung übernehmen heißt für mich ... diszipliniert und ansprechbar zu sein.

Auf eine einsame Insel nehme ich ... alles von Mozart mit.

Ich empfinde meine Arbeit künstlerisch als erfolgreich, wenn ... künstlerisch und menschlich ein Zusammenklang entstanden ist.

Ich träume davon, dass ... ich akzeptiert und einsetzbar bin.

Streit und Versöhnung sind ... wichtig.

Der Name Wagner ist ... am Anfang des Lebens keine Belastung, aber je älter man wird, desto schwerer trägt man an ihm.

Die Vornamen meines Sohnes Antoine Amadeus bedeuten ... Antoine bezieht sich auf seine Großmutter, die Antoinette hieß, und Amadeus war vor allem meine Liebe zu Mozart.

Mein letzter Film war ... „Blue Jasmine“ von Woody Allen mit Cate Blanchet. Er hat mich wieder davon überzeugt, dass Woody Allen ein ganz besonderer Künstler ist.

Musik und Erotik ... haben viel miteinander zu tun. Eins kann genauso befriedigend sein wie das andere.

Freiheit heißt für mich ... das machen zu können, was man will. Das letzte Mal, als ich beschlossen habe, zu heiraten.

Familie heißt für mich ... da zu sein.

Das Einzigartige an den Bayreuther Festspielen ist ... dass es von einem Komponisten gebaut wurde und nur für einen Komponisten und dessen Werke gemacht ist. Und die Einmaligkeit des Festspielhauses ist weltweit, einfach jeder kennt es.

Mein Lieblings-Kunstwerk ist ... das Festspielhaus. Es ist einzigartig, jeden Morgen auf den Hügel hochzufahren. Ich bin sehr glücklich dort.



VILLA MEDICI, ROM Antoine Wagner: „Es ist eine tolle Dynamik hier. Mit meinen zehn Skulpturen aus unterschiedlichsten Materialien möchte ich zehn Dekaden Musikgeschichte visualisieren.“

Konsequenzen. Hier Kompromisse im Dienste einer einzigartigen Operaufführung auf dem Hügel, dort ein leidenschaftlich auf eigene Kunstprojekte setzender 32-Jähriger Kreativer, der immer das Neue sucht.

Zwei Wagners, verloren an die Kultur, um auf ganz unterschiedliche Weise kreative Projekte zu Kunst, zu Aufführungen, zu Bildern zu bringen – ja beide durch gestaltete Emotionen beim Publikum künstlerischen Sinn und Fragen zum Leben zu stellen. Eva Wagner-Pasquier und Antoine Wagner bilden ein Lebenskunst-Duett, das neben der wechselseitigen Mutter-Sohn-Zuneigung durch ihre künstlerische Arbeit hindurch sich bereichert. Mutter: „Ich bin wahnsinnig stolz auf Antoine, dass er so konsequent und nicht immer mit meiner Zustimmung erfolgreich seinen Weg geht.“ Sohn: „Ich finde meine Mutter mutig, dass sie sich seit fünf Jahren Bayreuth antut.“ Eva

Wagner-Pasquier und Antoine Wagner, ein Power-Couple im Dienste der Kreativität, im Winkel von Bayreuth und auf den künstlerischen Werkstattplätzen von Paris, New York, Tokio und Rom. Ganz Wagner, ganz Welt – anno 2014.



BAYREUTHER FESTSPIELE – bis 28. August 2014

Web: www.bayreutherfestspiele.de; Spielplan:

www.bayreutherfestspiele.de/deutsch/spielplan_455.html

Tickets Online: www.tickets.bayreuther-festspiele.de

Kartenbüro: Bayreuther Festspiele, Postfach 10 02 62

95402 Bayreuth; T.: +49 921 / 7878-780

Mail: ticket@bayreuther-festspiele.de



FESTSPIELHAUS, BAYREUTH

Eva Wagner-Pasquier: „Die Einmaligkeit des Hügels und des Festspielhauses lässt sich mit keinem anderen Haus vergleichen. Bayreuth ist einzigartig.“

ANTOINE WAGNER

SATZANFÄNGE

Nebel und Berge bedeuten mir ... alles. Die Berge sind für mich die Wissenschaft und der Nebel die Poesie.

Ich bin Fotograf geworden, weil ... ich das am besten mache.

Ich spreche fließend französisch, englisch, deutsch, spanisch, italienisch und portugiesisch. Ich träume in ... unterschiedlichen Sprachen. Je nachdem mit wem ich das Abenteuer des Traums gerade erlebe.

Die Geschichte meines Familiennamens Wagner ... ist in der Ethymologie einerseits der, der die Waagen macht, oder andererseits der, der gewagt hat. Natürlich mag ich lieber die 2. Bedeutung: das Risiko.

Das Wichtigste in meinem Leben ... ist die Freiheit.

Mein letzter Kinofilm war ... „Twelve Years a Slave“ von Steve McQueen, der die Geschichte von einem Mann erzählt, der seine Freiheit verliert. Ich bin ein großer Fan von Steve McQueen, er ist ein echter Künstler.

Als Sohn meiner Eltern, nicht als Wagner-Urenkel, habe ich mich ... als Einzelkind gefühlt. Und das Bikulturelle, dass ich an ganz verschiedenen Orten aufgewachsen und immer mit meinen Eltern mitgereist bin. Zuhause am Essenstisch wurde immer französisch und deutsch gesprochen.

Theater und Politik habe ich studiert, weil ... man ein sehr guter Schauspieler sein muss, um Politiker zu sein. Und man muss ein bisschen von seiner Geschichte und Politik wissen, um ein guter Schauspieler für das Theater zu sein.

Ich lebe als Single, weil ... ich 32 Jahre alt bin, das ist nahe 20 heute (lacht).

Freiheit ist für mich ... nichts mehr verlieren zu können.

Karriere braucht ... Zeit, Geduld und viele Ambitionen.

Fotos müssen ... überhaupt nichts. Deswegen mache ich sie.

Operninszenierungen müssen ... alles. Deswegen mache ich sie nicht.

Erfolg habe ich ... noch nie empfunden.



FREUNDSCHAFTEN HALTEN FIT

DR. MARTIN MARIANOWICZ ÜBER BEWEGUNG UND GESUNDE KOMMUNIKATION.



DR. MARTIN MARIANOWICZ
Facharzt für Orthopädie,
Chirotherapie, Sportme-
dizin & Schmerztherapie

Noch Ende des 18. Jahrhunderts bewegte sich der Mensch ca. 13 Kilometer am Tag – mit seinen Füßen, wohlgemerkt. Heute laufen wir morgens zur Garage, fahren im Auto zur Arbeit, steigen aus und gehen zum Schreibtisch. Auch in der Mittagspause verlässt die Mehrheit der Beschäftigten nicht das Gebäude. Abends geht es nach Hause, natürlich erneut motorisiert. So bleiben in Deutschland heute nur etwa 500 Meter pro Person und Tag – und dies gilt nicht nur für Arbeitnehmer.

Wir müssen uns dabei bewusst machen, dass zu wenig Bewegung dem Körper auf vielen Ebenen schadet. Selbst bei Rückenschmerzen ist moderate Bewegung besser als gar keine. Nur so wird die Durchblutung gefördert, das Herz-Kreislauf-System und die Atemwege gestärkt, die grauen Zellen werden trainiert und die Koordination verbessert. Sport bietet sich hier als Ausgleich zum Arbeitsalltag an.

DER PLAUSCH IM NACHBARBÜRO VON ANGESICHT ZU ANGESICHT HÄLT GESUND.

Doch nicht jede Disziplin ist passend für jeden Menschen. Sei es, weil die Zeit für lange Waldläufe fehlt oder weil nicht jeder Körper jede Aktivität gleich gut verkraftet. Menschen mit Gelenkproblemen sollten zum Beispiel Tennis oder Fuß-

ball meiden, weil es dort häufig zu ruckartigen Abbremsbewegungen und Richtungswechseln kommt. Besser ist hier etwa Schwimmen, weil der Körper im Wasser Auftrieb erhält und die Wirbelsäule entlastet wird. Wassergymnastik kann dabei gut als passender Einstieg erhalten. Mit Radfahren oder Walking können Sie ebenso aktiv sein und doch Ihre Gelenke schonen.

Wenn Sie einen bestimmten Sport betreiben möchten, aber das Gefühl haben, Ihr Bewegungsapparat ist darauf nicht vorbereitet, bleibt Ihnen eine andere Möglichkeit: Melden Sie sich in einem Fitness-Studio oder bei einem Physiotherapeuten an und bereiten Sie langsam und konsequent Muskeln und Bänder auf die gewünschte Disziplin vor. Wichtig: Dies sollten Sie nur unter professioneller Anleitung tun.

DER KOPF IST EIN UNTERSCHÄTZTER FAKTOR FÜR KÖRPERLICHE FITNESS.

Wer zu wenig Zeit hat, um regelmäßig in seiner Freizeit aktiv zu werden, der kann auch im Büro etwas tun. Bewegen Sie sich so viel wie möglich während Ihrer Arbeitszeit. Stehen Sie zwischendurch mal auf, wenn Sie lange am Schreibtisch gesessen haben und laufen Sie einfach ein paar Schritte. Gehen Sie in die Küche und holen Sie sich etwas zu trinken (im Idealfall Wasser), dann helfen Sie gleichzeitig Ihrem Flüssigkeitshaushalt. Schicken Sie dafür nicht Ihre Sekretärin los, falls Sie eine haben. Machen Sie auf Ihrem Rundgang einen Zwischenstopp im Nachbarbüro für einen kurzen Plausch. Denn auch soziale Interaktion von Angesicht zu Angesicht hält gesund. Stellen Sie Ihren Drucker bewusst so auf, dass Sie stets ein paar Schritte gehen müssen, um Dokumente zu holen. Schon das hilft ein wenig.

Gehen Sie mittags möglichst mal mit Kollegen auswärts essen – und zwar zu Fuß. Dabei füllen Sie Ihre Lungen noch zusätzlich mit frischer Luft, was Ihrer Konzentration gut tut. Fahren Sie, je nach Distanz bis zur Arbeitsstätte, gelegentlich mit dem Fahrrad zum Job. All das wird Sie keine bis wenig Zeit kosten, hilft Ihrem Körper aber – bei regelmäßiger Durchführung – schon viel weiter. Sie werden sich gesünder fühlen, werden weniger Schmerzen haben, besser schlafen und Ihr Stoffwechsel wird angeregt – und das alles ohne in Ihrer womöglich knappen Freizeit aufwändig Sport betrieben zu haben.

Um eines jedoch klarzustellen: Die oben beschriebenen Maßnahmen während der Arbeitszeit sind nur gebündelt und nur bei konsequenter Durchführung effektiv. Besser ist regelmäßiger Sport in Ihrer Freizeit. Der hat darüber hinaus noch den Vorteil, Sie in die freie Natur zu bringen und Ihnen Ihren Kopf vom Arbeitsalltag frei zu machen. Überhaupt ist der Kopf ein unterschätzter Faktor für die körperliche Fitness. Wer sich viel direkt mit Menschen unterhält, dessen physischer Zustand ist auch besser. Beschäftigen Sie sich also nicht auch noch in Ihrer Freizeit mit Ihrem Job, sondern pflegen Sie Ihre sozialen Kontakte und Freundschaften. Das hält fit!

GOLDENE REGELN GEGEN STRESS:

BEWEGEN SIE SICH REGELMÄSSIG

Sitzen Sie nicht den ganzen Tag am Schreibtisch. Bewegen Sie sich morgens, abends und zwischendurch. Machen Sie Spaziergänge an der frischen Luft. Dehnen und strecken Sie Ihren Körper ab und zu, wenn Sie gestresst sind.

SUCHEN SIE SOZIALE INTERAKTION

Wer fit bleiben will, sollte seine sozialen Kontakte pflegen. Damit sind nicht Telefon oder E-Mail gemeint, sondern das Gespräch von Angesicht zu Angesicht. Zu diesen Treffen muss sich zumindest ein Beteiligter bewegen, außerdem hält es die grauen Zellen frisch.

ACHTEN SIE AUF IHRE ERNÄHRUNG

Auch all diejenigen, die nicht viel Zeit zum Kochen haben, müssen sich nicht zwangsläufig fettig und ungesund ernähren. Lassen Sie sich einen schönen, frischen Salat servieren, wenn Sie essen gehen. Für zuhause gilt: Es gibt viel Literatur, wie man ohne viel Aufwand und Zeit gesunde Mahlzeiten zubereitet.

MEHR INFOS

Marianowicz Medizin,
Zentrum für Diagnose &
Therapie, Törringstr. 6,
81675 München;
T. +49 89 41 11 859-0;
info@marianowicz.de
www.marianowicz.de

GESPRÄCH MIT THOMAS H. ALTHOFF

»LUXUS IST DIE FREUDE AN QUALITÄT.«

Grandhotelier Thomas H. Althoff managt die Fünfsterne-Häuser seiner Althoff Hotel Collection mit erlesener Gastfreundschaft und erfolgreichem Managerblick auf die Zahlen. Ob das Seehotel Überfahrt in Rottach-Egern, die Villa Belrose in St. Tropez oder das Grandhotel Schloss Bensberg in Bergisch-Gladbach: Der Spezialist für Luxushotellerie hat das Zusammenspiel von Firstclass-Wohnen und Spitzengastronomie neu definiert.

VON WOLFGANG TIMPE UND EROL GURIAN (FOTOS)

TRÄUME & TATEN

„Ein Unternehmer braucht klares Denken und eine Vision. Das Recht auf Träume, die wahr werden, ist unsere Firmenvision.“

Kein Wunder, dass Erfolg seit 40 Jahren ein Wegbegleiter des Inhabers, Gründers und Hotelmanagers ist: Thomas H. Althoff. Der Charme seines authentischen Understatements qualifiziert ihn gerade für die Spitzenhotellerie, der er sich mit seiner Frau, die Geschäftsführerin des Spa- und Wellness-Bereichs in der Althoff-Gruppe ist, verschrieben hat. Aufgesetzten Geld-Schischi und Gold-Protzerei sind dem gebürtigen Einzelhandelssohn aus mittelständischen Verhältnissen in Wuppertal fremd und zeigen für ihn ein falsches Geldverständnis von Luxus. Seine drei Säulen der Unternehmensphilosophie sind Qualität, Gastlichkeit und Individualität. Seine Marketingidee, Luxushotellerie mit Topgastronomie und Sterneküche zu verbinden, sichert ihm im heftig umkämpften Markt der Fünfsterne-Hotellerie ein Alleinstellungsmerkmal seiner sieben Spitzenhäuser. Was er unternehmerisch liebt, lebt er persönlich auch und strahlt das beim Gespräch im Kaminzimmer seines Grandhotels Schloss Bensberg auch aus: stille Leidenschaft für eine innere Mitte des Genießens. Thomas H. Althoff, ein Grandhotelier aus Leidenschaft.

SIE WAREN ERST 35 JAHRE ALT, ALS SIE BESCHLOSSEN HABEN, ALS UNTERNEHMER AUF LUXUSHOTELLERIE ZU SETZEN. WOHER KAM DIE LUST AUF SCHÖNE, AUCH HISTORISCHE HÄUSER?

Weil sie mir auf meinen Reisen als Hotelier begegnet sind und gefallen haben. Und Anfang der 90er Jahre gab man den Luxushotels keine goldene Zukunft. Das hat mich als Unternehmer besonders herausgefordert, gerade weil ich diese gehobene individuelle Art des Hotellebens mochte. Man glaubte leider, dass die Arbeit für einen Wagenmeister oder einen Gepäckträger vorbei seien.

WARUM HABEN SIE GEGEN DEN TREND DER FRÜHEN 90ER JAHRE AUF LUXUSHOTELLERIE GESETZT?

Meine Überzeugung war, dass das, was sich über Jahrhunderte entwickelt hat, der Wunsch der Menschen nach mehr Qualität, plötzlich wieder zurück entwickelt. Ich dachte mir damals: gerade jetzt! Das Thema Fünfsterne-Hotellerie ist unaufhörlich gewachsen in den vergangenen 15 Jahren und das wird es auch weiterhin tun, weil es neue Gästegruppen gibt, die uns besuchen werden – amerikanische, russische,

indische oder chinesische Gäste. Da sehe ich weltweit ein großes Potenzial für Fünfsterne-Häuser.

SIE BETREIBEN HEUTE 15 HOTELS MIT 1.491 ZIMMERN IN VIER LÄNDERN. WAS IST ENTSCHEIDEND FÜR WACHSTUM UND ERFOLG IN DEN NÄCHSTEN JAHREN?

Das Wichtigste in den nächsten fünf Jahren ist wie schon immer, aber immer wichtiger: die Qualität unserer Mitarbeiter. Genauso wichtig ist die Aktualisierung der Hardware. Wir müssen in Technik und Ausstattung dem Geschmack der Zeit entsprechen. Die Hotellerie hat eine Vorbildfunktion für Design. Häufig nehmen Gäste Anregungen aus den Aufenthalten in unseren Häusern mit für ihr Zuhause. Hotels sind Vorbilder für Einrichtungs- und Wohnstile, für Lebenswelten. Wenn man das schafft, ist man gut.

WIE HABEN SIE ES GESCHAFFT, ALTHOFF ZU EINER MARKE, EINER LUXUSHOTEL-MARKE ZU MACHEN?

Markenführung ist nichts Esoterisches oder Werbliches. Als Marke sind Sie erfolgreich, wenn Sie dauerhaft eine bestimmte Leistung in verlässlicher Qualität produzieren und kreieren. Nur so können wir unseren Gästen auch einen Wiedererkennungswert vermitteln. Das fanden Gäste toll und möchten sie das nächste Mal wieder erleben. Wir kümmern uns um unsere Gäste persönlich, individuell – egal, ob auf Grandhotel Schloss Bensberg, Villa Belrose in St. Tropez oder das St. James in London. Wenn der Gast unseren Stil in unterschiedlichen Althoff-Häusern an ganz verschiedenen Standorten wiederfindet, sind wir eine Marke. Das emotionale Erlebnis des Hotel-lebens und dessen Wiederholbarkeit macht erst eine erfolgreiche Marke aus. Sie müssen nicht nur mal eine Leistung zeigen, sondern diese kontinuierlich ohne Ausnahme anbieten. Dann wird die Marke

auch zum geschäftlichen Erfolg.

FAMILIENUNTERNEHMER HABEN OFT DIE PHILOSOPHIE: ERTRAG VOR UMSATZGRÖSSE. KÖNNEN SIE MIT IHREN HISTORISCHEN HÄUSERN WIE ZUM BEISPIEL DEM GRANDHOTEL SCHLOSS BENSBERG DAS ÜBERHAUPT ERFOLGREICH GESTALTEN?

Für uns ist wirtschaftliches Arbeiten natürlich die Voraus-



CHARMANTE DISZIPLIN

„Die Marke ist das höchste Gut eines Unternehmens. Und unser Gast muss diese Marke jeden Tag positiv bei uns erleben.“

setzung für einen dauerhaften Erfolg. Wenn Sie dauerhaft kein Geld verdienen, werden Sie keinen Bestand haben – außer Sie haben eine Schatztruhe oder eine Ölquelle, die sie dauerhaft anzapfen können.

SIE LIEBEN OLDTIMER UND BETREIBEN VIELE HISTORISCHE HÄUSER. WIE VERHINDERN SIE, DASS SIE RÜCKWÄRTSGEWANDT SIND?

Das Historische ist abgeschlossen. Wir schauen jeden Tag nach vorne. Heute beschäftigen wir uns ja damit, wie sehen unsere Hotels in ein, zwei oder fünf Jahren aus. Im Moment haben wir drei Häuser im Umbau und zwei Hotels bauen wir neu. Wir gucken ausschließlich nach vorne und nicht nach hinten. Historisches wie hier im Grandhotel Schloss Bensberg wird nur wichtig für die Qualität, die wir bieten wollen.

SIND SIE EIN KLASSISCHER KONSERVATIVER?

Wenn Sie konservativ definieren als das zu bewahren, was sich bewährt hat, aber alles andere in Frage zu stellen, dann: ja.

SIE GELTEN ALS UNGEDULDIGER VIELARBEITER. WIE HAT IHRE FRAU SIE ZUR MEDITATION GEFÜHRT?

Weil ich einen Ausgleich zum Arbeiten brauche. Ich mache autogenes Training und Meditation. Es hilft die Gedanken zu klären und den Erregungszustand im Arbeitsalltag, das positive wie negative Adrenalin, wieder herunter zu fahren.

SIE HALTEN STILLSTAND NICHT AUS. SIND SIE EIN GETRIEBENER?

Ich glaube ja. Was haben Sie für eine Alternative? Klar, man könnte weniger oder inzwischen sogar gar nicht mehr arbei-

BIOGRAFIE

THOMAS ALTHOFF

Der heutige Grandhotelier und erfolgreiche Hotelunternehmer wächst in einer mittelständischen Familie mit kleinem Einrichtungsgeschäft in Wuppertal auf. Er entscheidet sich früh für eine Hotelkarriere, da ihn das Hotelleben auf den Urlaubsreisen mit seinen Eltern „fasziniert, weil es eine andere Welt war, die ich aus Wuppertal nicht kannte“.

Nach Handelsschule und kaufmännischer Lehre mit den Schwerpunkten Marketing und Vertrieb pachtet er mit 21 Jahren sein erstes Hotel in Aachen. Danach geht es im Galopp als Hoteldirektor in einem großen Schwarzwaldhotel und mehrjähriger Hotelmanagementtätigkeit u.a. für Best Western dann 1989 mit 35 Jahren in die Selbstständigkeit. Althoff trifft die Entscheidung, sich im Luxussegment zu etablieren.

Heute umfasst seine Fünfsterne-*Althoff Hotel Collection* sieben Spitzenhäuser in feinsten Lagen wie etwa das Seehotel Übersee am Tegernsee, die Villa Belrose in St. Tropez, das St. James in London oder das Grandhotel Schloss Bensberg in Bergisch-Gladbach. Jüngstes Projekt wird die Übernahme des renommierten Dom-Hotels in Köln sein, das gerade mit einem erheblichen Aufwand komplett renoviert und Anfang 2016 in neuem Glanz erstrahlen wird, und dann unter das Management der Althoff Hotel Collection kommt. Unter der Marke Ameron Hotels betreibt er sieben weitere Häuser.

Thomas H. Althoff (61) ist verheiratet und Vater eines 19-jährigen Sohns.

KÖCHE & FRIENDS

Das „Althoff Festival der Meisterköche“ serviert zum 12. Mal die Champions-League der Sterneköche von den Herdflammen der Althoff-Hotels und Partnern.





LUXUS & FORTSCHRITT

„Für mich heißt Luxus Freude an Qualität. Menschen haben immer große Fortschritte gemacht, wenn sie etwas verbessern, eine höhere Qualität wollten. Insofern hat Luxus für mich eine fortschrittliche Orientierung und nicht dieses Satte, Starre und Beharrende.“

Althoff Grandhotel Schloss Bensberg

SATZANFÄNGE

THOMAS ALTHOFF

GENUSS HEISST FÜR MICH ... Qualität und vor allem selbst genussbereit zu sein.

EINE TIBETANISCHE GLOCKE ... löst ein Spannungsgedühl aus.

DAS 18. JAHRHUNDERT UND DAS BAROCKSCHLOSS BENSBERG VERKÖRPERN ... den Wunsch der Zeit, etwas architektonisch Schönes zu schaffen und dort einen bestimmten Lebensstil zu zelebrieren.

EIN HOTELUNTERNEHMER MUSS ... gerne Gäste haben.

GLÜCK EMPFINDE ICH in vielen und oftmals kleinen Situationen des Tages.

WETTBEWERB HEISST FÜR MICH ... uns zu beweisen, dass wir ihn bestehen können. Durch das Internet ist der Wettbewerb enorm transparent geworden.

STERNEKÖCHE UND HOTEL-

LERIE ... passen ideal zusammen. Wir haben das bei uns als Geschäftsmodell entwickelt und so eine Alleinstellung im Markt erzielt.

DIE MILLIONEN-INVESTITION INS HOTEL SCHLOSS BENSBERG IST ... viel Geld mit einer hohen Verantwortung, diese Investition auch zu amortisieren.

EIN HOTELIER UND EITELKEIT SIND ... etwas sehr Menschliches und eher ein Nachteil.

DER NAME ALTHOFF IST ... eine Qualitätsmarke für die gehobene Hotellerie.

MEIN UNERFÜLLTER TRAUM IST ... das perfekte Hotel zu bauen und zu betreiben. Wir arbeiten daran (lacht herzlich). Natürlich gibt es das perfekte Hotel nicht. Aber davon träumen kann man.

BELEGUNG UND ERTRAG EINES HOTELS ... sind die Voraussetzung,

dass man seine Ideen mittel- und langfristig umsetzen kann.

KANN EIN HISTORISCHES HOTEL ÜBERHAUPT GELD VERDIENEN? Das kommt auf die Konditionen an, zu denen man es übernimmt.

EIN UNTERNEHMER BRAUCHT ... klares Denken und eine Vision. Das Recht auf Träume, die wahr werden, ist unsere Firmenvision.

GEFÜHLE IM HOTELBUSINESS SIND ... von entscheidender Bedeutung.

FAMILIE & HOTELLERIE ... schließen sich nicht grundsätzlich aus.

MEIN TRAUMWAGEN IST ... ein Bentley Continental R-Type von 1953 bis 1955.

ROLLS ROYCE UND VW-KÄFER VERBINDET ... jeweils ein Versprechen auf ein ganz bestimmtes Lebensgefühl.

ten. Das kommt für mich jedoch nicht in Frage, weil ich die Arbeit liebe. Und das werde ich so lange tun, wie der liebe Gott es mir erlaubt.

DIE KÖCHE IHRER ALTHOFF HOTEL COLLECTION HABEN WIEDER ABGERÄUMT. ELF MICHELIN-STERNE, 152,5 GAULT-MILLAU-PUNKTE UND 21,5 FEIN-SCHMECKER-„F“-AUSZEICHNUNGEN. WANN IST IHR GOURMET-EHRGEIZ ZUFRIEDENGESTELLT?

Das hängt von den Hotelkonzepten ab, nicht von meinem Ehrgeiz. Zufrieden bin ich, wenn die Qualität stimmt. Das Schloss-Bensberg-Restaurant „Vendôme“ wurde gerade in London als eines der zehn besten Restaurants der Welt ausgezeichnet. Internationale Anerkennung tut gut und macht uns auch ein wenig stolz.

SIE SIND 61 JAHRE JUNG UND BAUEN GERADE MIT DEM DOM-HOTEL IN KÖLN IHR 15. HOTEL. WARUM?

Weil es Spaß macht und spannend und eine Herausforderung ist – in unserer Qualität ein Haus an dem Platz neben dem Kölner Dom. Das ist jedoch keine Einzelleistung, sondern Teamwork in unserem Unternehmen. Man braucht sicher rund drei Jahre, bis es zur Zufriedenheit laufen wird.

SUCHEN SIE IMMER NEUE HERAUSFORDERUNGEN, WEIL SIE PERFEKTIONIST SIND?

Ich glaube ja. Aber das perfekte Hotel gibt es nicht. Und so bewahre ich mir meistens meine gute Laune, weil ich mich bemühe, kein Perfektionist zu sein.

12. ALTHOFF FESTIVAL DER MEISTERKÖCHE

Freuen Sie sich auf viele kulinarische Momente beim 12. Festival der Meisterköche am 31. August 2014. Es erwartet Sie eine tolle Veranstaltung, wenn prickelnde, beschwingte und berührende Momente, wenn die Meisterköche 1001 Geschmackskompositionen darbieten.

PROGRAMM

Beginn ist um 13.00 Uhr mit einem Champagnerempfang in der Lobby des Schlosses. Von 13.30 bis 17.00 Uhr findet der „Walking Lunch“ und von 17.00 bis 18.00 Uhr der rustikale Ausklang in der Lobbybar statt.

PREIS PRO PERSON

- 1 Italienischer Auftakt EUR 245,00
- 2 Italienischer Auftakt EUR 205,00
- 3 Italienischer Auftakt EUR 95,00

ÜBERNACHTUNGSARRANGEMENT

- 1 EUR 410,00 pro Person im Doppelzimmer Superior inkl. Festival-Eintritt
- 2 EUR 615,00 pro Person im Doppelzimmer Superior inkl. Festival-Eintritt

KÖCHE DER ALTHOFF HOTEL COLLECTION

- Joachim Wissler*** • Nils Henkel**
- Christian Jürgens*** • Thierry Thiercelin*
- Sebastian Prübmann* • Holger Lutz* • Marcus Graun, Henry Burghardt & Dominik Eck

PARTNERKÖCHE

- Kevin Fehling*** • Tim Raue** • Onno Kokmeijer** • Masanori Tomikawa*
- Erik van Loo** • Dirk Luther** • Heiko Nieder** • Dieter Koschina**

MEHR INFOS: www.schlossbensberg.com

MEISTERKÜCHE

„Geröstete Makrele mit Gurke in Texturen und Couscoussalat“ von Zweisterne-Koch Nils Henkel vom Vorjahres-Festival.





Beauty

SCHÖNE AUSSICHTEN

Alt werden möchten alle, alt sein möchte aber keiner. Wer lange jung aussehen und sich jung fühlen möchte, sollte auf sich achten. Goldene Regeln des Anti-Aging – von Pigmente weg-lasern und Vorsorge bis Sonnenschutz.



DR. CLAUDIA DE BRABANDT
Fachärztin für Gynäkologie und
Geburtshilfe und Spezialistin für
Anti-Aging / Vitalmedizin.

Mehr Infos:

Dres. de Brabandt
Johannisstraße 41-43
33611 Bielefeld
T. +49 521/557 46 66
www.dr-debrabandt.de

Beugen Sie dem Altern der Haut mit einem geeigneten Sonnenschutz vor. Doch Sonnenblocker – auch 30 und 50 – können nicht alles. Man sollte generell die Mittagssonne meiden; das Tragen von Sonnenbrillen und Kopfbedeckungen sowie eine ausreichende Trinkmenge ist ebenfalls wichtig und zu empfehlen. Wer seine Haut vor vorzeitigem Altern schützen möchte, sollte nicht nur auf seinen Hauttyp achten. Ebenso wichtig ist die Höhe des aktuell gemessenen UV-Index. Dafür muss man zunächst wissen, welcher Sonnentyp man ist. Offiziell gibt es hier vier verschiedene Klassen (siehe Kasten re.).

1 NATURKOSMETIK

Pflege braucht keine Chemie. Eine gute Basis für Cremes sind Honig, Sheabutter, Kokosöl und andere wertvolle Öle. Sie alle wirken der natürlichen Faltenbildung entgegen. Für besonders trockene Haut ist eine Avocado-Mandelöl-Creme empfehlenswert. Die Creme wird aus einer halben reifen Avocado, einem Teelöffel Mandelöl oder Olivenöl sowie aus einem Teelöffel Honig hergestellt. Alle Zutaten werden miteinander vermischt beziehungsweise püriert.

Zu empfehlen sind auch Gesichtsmasken, die man aus Magnesium-Brausetabletten und Creme-fraiche selbst herstellen kann. Der dabei erzeugte Schaum wird auf das Gesicht aufgetragen und nach ein paar Minuten gründlich abgespült. Die Haut wirkt straff und jung.

2 BEWEGUNG

Wer Sport zu anstrengend findet, sollte in den Alltag viel Bewegung wie Treppensteigen oder Spaziergänge einbauen. Re-

gelmäßige körperliche Betätigung reduziert die Risiken einer Herzerkrankung, schützt vor Darmkrebs, bewahrt vor Depression und Angstzuständen, verbessert die Gesundheit von Knochen und Muskeln. Auch die psychologischen Effekte sind bemerkenswert. Körperliche Betätigung hebt die Selbstachtung, verbessert die Stimmungslage, hilft gegen Stress und hält Depressionen fern. Am besten früh aufstehen und gleich eine Runde joggen oder schwimmen.

Um tagsüber sein Energie-Level zu halten, helfen ein paar Tipps: Wenn Sie vor dem Computer arbeiten, ist es wichtig, alle 45 Minuten kurz aufzustehen und sich zu strecken und zu schütteln. Saugen Sie Luft ein, halten Sie die Luft für ein paar Sekunden an, atmen Sie langsam aus, bis Sie keine Luft mehr in der Lunge haben und halten Sie diesen Zustand auch wieder ein paar Sekunden. Wiederholen Sie das Ganze einige Male.

3 ALKOHOL UND ZIGARETTEN

Auf Zigaretten sollten Sie ganz verzichten, sie lassen die Haut vorzeitig altern. Alkohol ist in Maßen erlaubt.

4. ERNÄHRUNG

Gutes Aussehen kommt von bewusster Ernährung. Obst und Gemüse, ballaststoffreiche Lebensmittel, wenig Fleisch, viel Salate und Fisch bringen den Körper in Schwung. Reichlich Oliven- oder Sonnenblumenöl bei der Zubereitung von Salaten verwenden, denn dort findet sich Vitamin E, das neben Vitamin C als antioxidativ gilt und somit die Zellen vor freien Radikalen schützt.

5. AUSREICHEND SCHLAF

Man spricht vom Schönheitsschlaf. Während des Schlafens regeneriert sich der gesamte Organismus und schöpft neue Kraft fürs Jungbleiben und Wohlbefinden. Ernährung, Bewegung und Hormone helfen, länger jung und belastbar zu bleiben.

6. VORSORGE

Den Körper gesund zu halten, ist ebenfalls Anti-Aging. Jüngere Frauen sollten sich über HPV-Viren aufklären und gegebenenfalls impfen lassen. Die Viren können zu einer Gebärmutterhalskrebskrankung führen. Schätzungen zufolge infizieren sich 80 bis 90 Prozent der sexuell aktiven Frauen im Laufe ihres Lebens mit einem HP-Virus. Am häufigsten tritt die Erkrankung zwischen dem 15. und 24. Lebensjahr auf. Bei der Mehrheit der infizierten Frauen lassen sich die Viren ein bis zwei Jahre nach der Infektion nicht mehr nachweisen. Männer können sich ebenfalls mit HP-Viren anstecken.

6. ALTERSFLECKEN

Bei Altersflecken handelt es sich um Pigmentstörungen, die zwar unschön aussehen, jedoch völlig ungefährlich sind. Meistens entstehen sie im Gesicht, auf dem Handrücken, an den Unterarmen und am Dekolleté. Schuld an dieser Pigmentstörung sind UV-Strahlen. In den Zellen der oberen Hautschicht befindet sich das bräunliche Pigment Melanin. Wenn die Haut im Sonnenlicht oder im Solarium zu viel ultravioletter Strahlung ausgesetzt wird, nimmt der Pigmentgehalt der Haut zu und es kommt zur bräunlichen Färbung. Was kann man dagegen tun? Eine Möglichkeit ist das Lasern. Der Laser gibt starke Impulse ab, welche für eine Entzündung im pigmentierten Gewebe sorgen und dieses zerstören. So wird die Immunabwehr der Haut aktiv und die Pigmente werden abtransportiert. Es können Entzündungen entstehen, die aber nach einigen Tagen wieder abklingen sollten. Erst drei Monate nach dem Lasern darf man wieder in die Sonne. Für einen bestmöglichen Erfolg sollten mehrere Anwendungen stattfinden. Für eine Sitzung muss man mit Kosten von etwa 50 Euro rechnen.

Apropos. Das bewährteste Heilmittel für fortdauernde Jugend bei Körper und Geist ist: Lachen und Singen!

Welcher HAUTTYP Sind Sie?

Für einen wirksamen Sonnenschutz ist der UV-Index (UVI) ein wichtiges Hilfsmittel. Der UVI beschreibt die höchste sonnenbrandwirksame Bestrahlungsstärke während des Tages und verändert sich daher mit der Jahreszeit und der geografischen Breite. Das Bundesamt für Strahlenschutz misst von Frühjahr bis Herbst den ultravioletten Anteil der Strahlen, denen wir täglich ausgesetzt sind und die den Lichtschutzfaktor mit bestimmen. [WWW.BFS.DE/UV](http://www.bfs.de/uv) Ab einem UVI-Wert von 3 sollte auf ausreichenden Sonnenschutz geachtet werden. Der Lichtschutzfaktor sollte mindestens bei 20 liegen, für Kindergartenkinder bei 30. Kleinkinder unter einem Jahr gehören nicht in die Sonne.

DER SONNENTYP 1 hat folgende Merkmale: Er wird nie braun und bekommt bereits nach einem kurzen Sonnenbad einen Sonnenbrand. Meistens ist dieser Typ rothaarig, blass und hat grüne Augen. Außerdem neigt er dazu, Sommersprossen und Altersflecken zu bekommen.

DER SONNENTYP 2 wird zwar braun, aber nur dann, wenn sie

mehrere Sonnenbäder genossen haben. Außerdem bekommen sie relativ häufig Sonnenbrände. Besondere Merkmale sind, dass diese Typen in der Regel blonde Haare und blaue Augen haben. Häufig kommt es auch zu Sommersprossen und im vorangeschrittenen Alter zu Altersflecken.

DER SONNENTYP 3 wird relativ gut braun, hat meistens dunkelblonde oder braune Haare sowie braune Augen. **DER SONNENTYP 4** hat dunkle Haare und dunkle Augen und wird relativ gut braun. Einen Sonnenbrand bekommt er selten, außerdem bleibt er von Sommersprossen und Altersflecken verschont.

Formel für den Lichtschutzfaktor von Sonnencremes:
SONNENTYP 1 & 2: Das 5-fache des UVI-Index; **TYP 3:** das 3-fache und **TYP 4** das 2-fache des UV-Index.

06.09.-
18.10.

LEUCHTENDE ERKENNTNIS

JULES DE BALINCOURT, PARIS „Blue Hours“. Was für eine Bedrohung, was für eine Erleichterung: Der Mensch und die Natur leben! Neonfarben und transparent wie auf einem Röntgenbild leuchten die Farbflächen der Bäume, Wiesen und Menschen, während der tief blau-schwarze Himmel ein Bedrohungsszenario skizziert. Nein, „Underneath the Trees They Listen...and Heard Silence“ (Bild links) ist kein düsteres Untergangsgemälde, sondern ein gleißendes Versprechen auf Hoffnung, ein malerisches Symbol von Kraft und Energie, sich mit lebendiger Farbenfreude und -vielfalt und einer Lässigkeit, wie sich etwa die Bäume im Sturm biegen und zugleich selbstbewusst gen Himmel recken – gegen das unbekannte Böse oder das düstere Allzubekannte stemmen.

Jules de Balincourt ist mit seiner dritten Einzelausstellung „Blue Hours“ und 15 neuen Gemälden in den Galerieräumen von Thaddaeus Ropac im Marais-Viertel eine zeitgenössische Entdeckung. Der 42-Jährige, geboren in Paris, aufgewachsen in den USA, lebt und arbeitet in Brooklyn, New York. Seine fröhlich-düsteren Bildkosmen versprühen humanistische Energie und: leuchtende Erkenntnis. Ansehen, aufnehmen, reicher sein. **GERDA HARDA BRANDT**

Info: Galerie Thaddaeus Ropac; 7 Rue Debelleyme, 75003 Paris-Marais; T. +33 1 42 72 99 00; galerie@ropac.net
Bild (li.): **UNDERNEATH THE TREES THEY LISTENED... AND HEARD SILENCE**, Jules de Balincourt, 2014; Oil on wooden panel; 203,2 x 177,8 cm; Courtesy Galerie Thaddaeus Ropac, Paris/Salzburg.



BIS
07.09.

GERHARD RICHTER, BASEL „Bilder/Serien“. Die größte Gerhard-Richter-Ausstellung in der Schweiz präsentiert seine Werkgruppen Serien, Zyklen und Räume und: deren jeweilige Bild-Ikonen. Etwa „Ella“ von 2007 (o.) – eine verwischt gemalte Polaroidhymne. Die Schlieren der Oberfläche schaffen eine unschuldig-realistische Aura. Richter classics. **AH**

Info: Fondation Beyeler, Baselstrasse 101, 4125 Riehen / Basel; T. +41 - (0)61 - 645 97 00; www.fondationbeyeler.ch
Bild (o.): **ELLA**, 2007; Öl auf Leinwand, 40 x 31 cm; Privatsammlung © 2014 Gerhard Richter



BIS
31.08.

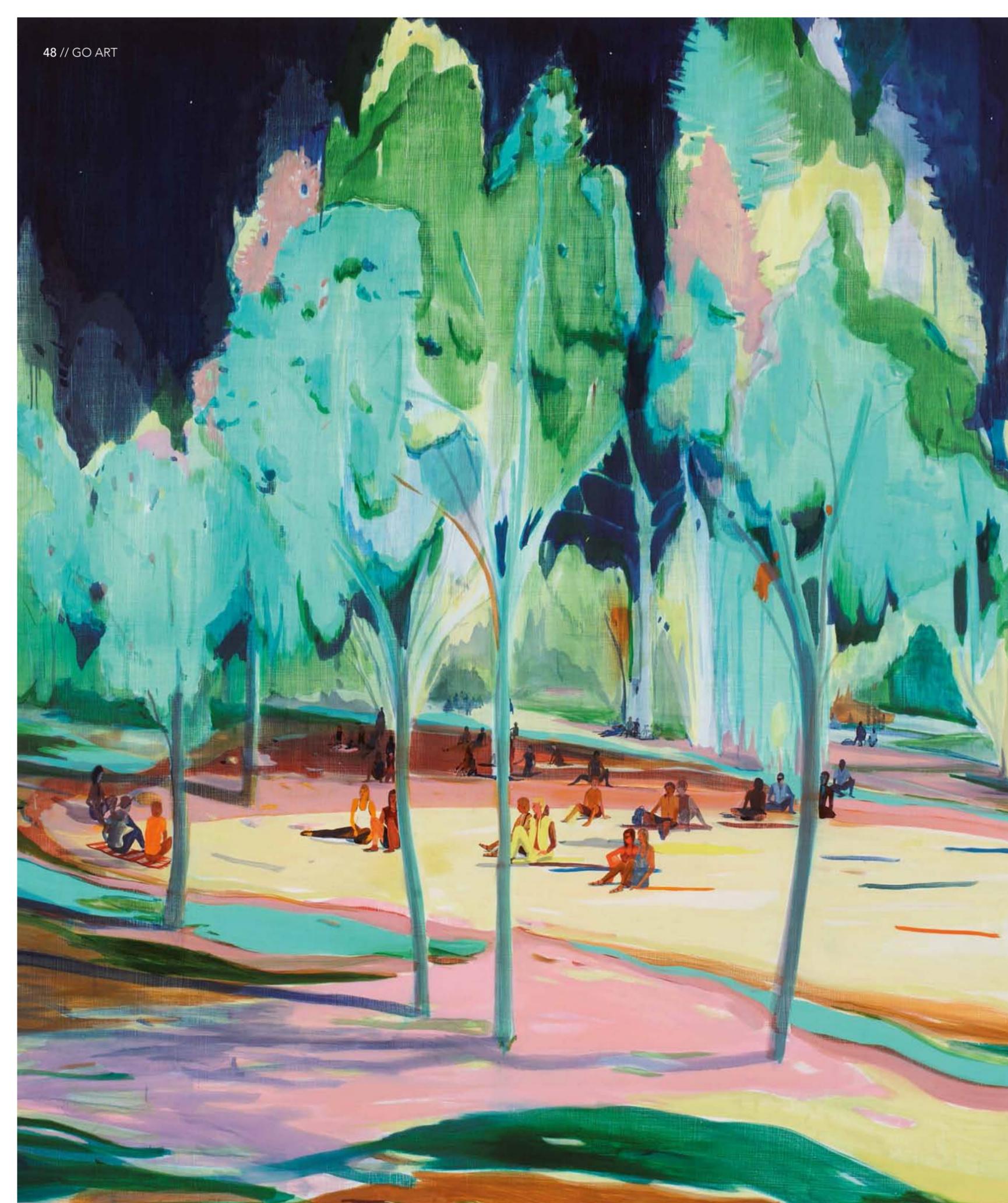
OSKAR KOKOSCHKA, WOLFSBURG „Humanist und Rebell“. Wie im Bild „Time, Gentlemen, Please“ (o.) strahlt der ruppige Strich des Pinsels und der lebendige Farbauftrag die aufwühlende Harmonie von Kokoschka (1806-1080) aus. Seine Porträt-Werke der klassischen Moderne. wirken jung, zeitgemäß, überraschend! **GH**

Info: Kunstmuseum Wolfsburg, Hollerplatz 1, 38440 Wolfsburg; T. +49 5361 26 69 0; www.kunstmuseum-wolfsburg.de
Bild (o.): **TIME, GENTLEMEN PLEASE**, Oskar Kokoschka, 1971/72; Foto: © Tate, London 2014; © Fondation Oskar Kokoschka / VG Bild-Kunst, Bonn 2014.

BIS
14.09.

MYTHOS & MODERNE, WORPSWEDE „125 Jahre Künstlerkolonie Worpswede“. Der künstlerische Mikrokosmos Worpswede erzählt Kunst- und Zeitgeschichte durch die Magie der Motive hindurch – häufig im Medium des grünen Nichts der Wiesen und der Weite des nordischen Horizonts (Bild li.). 200 quicklebendig wirkende Werke einer einzigartigen Künstlerkolonie zwischen Hamburg und Bremen. **HB**

Info: 4 Museen, 1 Ausstellung; Beginn des Jubiläumszyklus' im Haus im Schluh, Im Schluh 35-37, 27726 Worpswede; T. +49 4792 522; www.worpswede-museen.de – Bild (li.): **IN DEN WIESEN II**, Fritz Overbeck, 1904, Kreissparkasse Osterholz.





Living IN NEW YORK

FOTOS: Living in Style New York, edited by Vanessa Weiner von Bismarck, On Top of the World, Midtown East, Published by teNeues, www.teneues.com. Photo © Dana Meilijson + High Line Living, Chelsea, published by teNeues, www.teneues.com Photo © Gianni Franchellucci

LIVING IN STYLE NEW YORK; Hrsg. Vanessa Weiner von Bismarck; 25 x 32 cm; Hardcover, 220 S.; ca. 250 Farbphotos; Texte in DE, EN + FR; € 49,90; www.teneues.com

BACKSTAGE Blättern ist eine schöne Form des Reisens. Mit den Interieurs der Happy Few an Hudson und East River bieten die Türöffner vom teNeues-Verlag in ihrem „Living in Style New York“ eine überraschende Dramaturgie von Farbexplosionen in Industrielofts oder elegant-weitläufigem Studiodesign mit quietschbunten Fifties-Cocktailsesseln im New Look (Foto o.). Backstage Manhattan – gestylte Fluchten.

CD TIPP



COCO BEACH IBIZA 3
Ob noch Vorfreude oder schon Abschied von den Sommerferien: Da hilft der Loungesound vom Coco Beach der Playa d'en Bossa. Wegchillen!
Coco Beach Ibiza Vol. 3; Doppel-CD, 24 Songs; € 21,99; www.amazon.de

TABLE BOOK TIPP

ANNIE LEIBOVITZ

Die besten Fotos der besten Porträtfotografin der Welt im Sumo-Format: ein Big Annie Book. The Best of the Best mit vier Covern mit Whoopi Goldberg, Keith Haring, David Byrne & Patti Smith. Eine Porträt-Oper – glänzend editiert!
ANNIE LEIBOVITZ; Hardcover mit Ausklappern, Begleitbuch und Buchständer, 50 x 69 cm; 476 S.; € 2.000,00; www.taschen.com



Annie Leibovitz mit Maler David Hockney bei der Buchpräsentation in Hollywood.

FOTOS: LESTER COHEN / IMAGES FOR VANITY FAIR; MICHAEL MÜLLER / TASCHEN, www.taschen.com



Vom Fahrtwind verführt. Vom Preis verwöhnt.

(Jetzt das BMW 4er Cabrio ab € 65,-/Tag* unter sixt.de)



*Bei einer Anmietung von 7 Tagen, inkl. 300 km, zzgl. 21,5 % Standortzuschlag an Flughäfen und Bahnhöfen.



Neuer Falter!

**(Jetzt den BMW Z4 Roadster ab € 61,-/Tag*
unter [sixt.de](https://www.sixt.de))**