

# STIL & REISEN

WELT AM SONNTAG | NR. 1 | 7. JANUAR 2018 | SEITE 59



Mit 79 auf den Laufsteg: Der chinesische Schauspieler Wang Deshun wurde erst auf seine alten Tage als Model entdeckt

## NEUE MODEN

### Immer diese Mietings



VON BRENDA STROHMAIER

Nein, es ging doch nicht mit diesem halbtätigierten Bayern. Dabei hatte er versichert: „Ich bin so ein Bauchmensch, und ich hab da ein gutes Gefühl mit uns.“ Dann aber brauchte er immer länger zum Beantworten meiner Mails. Nach einer durchgrübelten Nacht schrieb ich ihm mit der Genußtuung einer Frau, die einen Trottel abserviert: „Sorry, mein Gefühl ist jetzt sehr schlecht, ich vermiete lieber an den Russen.“

Was für ein nervenzerfetzender Akt, so eine Zwischenmieter-Suche! Kommende Woche ziehe ich für ein paar Monate nach Sydney (um dort tagsüber die Nachtdienste für die WELT-Website zu stemmen). Ich lasse zurück: Zwei Zimmer, Altbau, Berlin-Mitte. Vergleichbares kostet 1500 Euro, ich verlangte 950 Euro. Aus Skrupel, und weil ich Auswahl wünschte bei den Bewerbern. Die bekam ich: Über 20 Leute aus aller Welt wollten bei mir einziehen. Und besicherten mir ein Luxusproblem: Wem sollte ich meinen Teddy, die Pflanzen, die Nachbarn anvertrauen?

Klar, der Profiegeigerin („Ist Instrumente üben ein Problem?“) war schnell abgesagt. Aber wie entscheidet man sich zwischen einem (deutschen) Modemacher und einer (deutschen) wissenschaftlichen Mitarbeiterin im Bundestag? Und was ist mit den ganzen Ausländern? Ist es rassistisch, den Chinesen sofort abzuzagen, weil eine chinesische Freundin behauptet, sie selbst würde nie an ihresgleichen vermieten?

Was für eine perverse Castingaufgabe. Ich fühlte mich wie Dieter Bohlen und Alexander Gauland in Personalunion, wie ich da innerlich meine Vorurteile begutachte. Südkoreaner? Singt doch bestimmt ständig Karaoke! Pole? Kann wenigstens was reparieren. Mir war selbst peinlich, was ich alles dachte. Ich versuchte es dann der Reihenfolge der Anfragen nach mit einer Französin und einem brasilianischen Paar. „Mieting“ kalauerte ich in meinen Kalender.

## ICH FÜHLTE

MICH WIE  
DIETER BOHLEN  
UND ALEXANDER  
GAULAND

Die Französin entpuppte sich vor Ort als Polin, der Brasilianer, der ohne Frau kam, bat mich, zehn Tage vor meiner Abreise auszuziehen. „Wir zahlen dir auch ein Hotel. Wir haben ja so viele Sachen.“ Seine Frau erklärte nachher per Mail, sie sei übrigens im neunten Monat schwanger. Es folgte eifriges Gemalle mit einem Paar aus Franken, dem irgendwann noch seine zwei Kinder einfielen.

Schließlich überzeugte mich ein besonders hartnäckig anrufender israelischer Künstler mit schöner Stimme, der die Wohnung unbedingt wollte und mir beim „Mieting“ eine Idee für eine Romanfigur schenkte. Für sein Künstlerlevens, so erzählte er, habe er einige Werke beim Ausländeramt einreichen müssen. Ich amüsierte mich seither über die Vorstellung eines Berliner Beamten, der solche Kunst begutachtet. „Nee, also, dit ist mir zu abstrakt. Da lässt sich ja nicht beurteilen, was se können!“ Künstler-Casting ist schwer.

Kurz vor Weihnachten sagte der Israeli ab, er müsse heim. Merke erstens: Niemals im Berliner Winter an Menschen vermieten, die noch eine Wohnung im Warmen haben. Zweitens: Unbedingt zu den Feiertagen Mieter casten. Da sucht nämlich keiner. Es gab schließlich nur noch zwei Bewerber: den gefühligen Bayern. Und einen russischen Ökonomen, der punklitchter zum „Mieting“ erschien. Kein Quatsch über Gefühle. Dafür bat er mich um eine Tabelle, wann er welche Pflanze gießen sollte. Ich spüre, das wird was mit uns.

# Da geht noch was!

Bestseller schreiben, sich tätowieren lassen, Model werden – auch mit über 50 lohnt es sich, Neues zu wagen. Doch was geht eigentlich noch, und vor allem: Wie?

## LOHNT SICH NOCH EINE ZAHNSPANGE?

Pfötzlich sieht man überall Menschen jenseits des Teenageralters mit Spange. Offenbar ist es dafür nie zu spät. „Theoretisch können Sie sich auch mit 90 eine zulegen!“, sagt die Berliner Kieferorthopädin Annette Wiemann, die mehrere Mittsechzigerinnen zu ihren Patientinnen zählt. Einzige Voraussetzung sei, dass ein Drittel des Knochens, in dem die Zahnwurzel steckt, noch nicht von Parodontose hinweggerafft worden sei. Die Arzt-Argumente für eine Zahnsperre für ältere Herrschaften: Ein guter Biss schont die Zähne und entlastet die Hals-Nacken-Muskulatur.

VON BRENDA STROHMAIER

Insbesondere die Generation 50 plus landet – auch aus Eitelkeit – inzwischen oft beim Kieferorthopäden, obwohl sie brav als Teenager eine Klammer trug. Was daran liegt, dass die Zähne sich ein Leben lang bewegen, und zwar ab 20 den Kiefermitte. „Tertiärer Engstand“, nennt sich das. Einer Theorie zufolge bewährte sich die Wanderbewegung bei der Evolution, weil so Lücken geschlossen werden, wenn Zähne ausfallen.

Eine Behandlung dauert zwischen ein paar Monaten und mehreren Jahren, sie kostet zwischen 3000 und 10.000 Euro. Bei manchem reicht eine durchsichtige herausnehmbare Spange, andere brauchen eine feste. Bei Privatversicherten zahlt die Kasse, gesetzlich Versicherte müssen ab dem 18. Lebensjahr das Geld selbst zusammenkratzen.

Fazit: Mit 50 schon an die Spange denken, damit man mit 60 noch kraftvoll zubeißen kann.

## WIE KOMME ICH (WIEDER) ZU EINEM FLACHEN BAUCH?

Der chinesische Schauspieler Wang Deshun demonstrierte 2015 als 79-Jähriger auf dem Laufsteg mit nacktem Oberkörper, dass man nie zu alt ist für Model-Weltruh. „Selbstdisziplin“, erklärte er sein jugendliches Aussehen.

Ein flacher Bauch und straffe Oberschenkel sind jenseits der 30 in der Tat ein Arbeitssieg, weil die Produktion von Wachstum- und Sexualhormonen nachlässt. „Muskeln aufzubauen wird schwieriger, man wird verletzungsanfälliger“, sagt Mario Adelt, Personal Trainer und Experte für „High Intensity Training“, kurz HIT. Ausgerechnet er, dessen jüngstes Buch mit dem Motto „Härter ist besser“ beworben wird, rät

deshalb davon ab, aus dem Stand heraus die alten Tage mit Joggen oder knallhartem Crossfit-Training zu beginnen. Wer sich also mit 50 vornimmt, nicht zum Knacker, sondern knackiger zu werden, sollte erst mal möglichst viele unterschiedliche Muskelgruppen mit sehr langsamen Bewegungen ohne Schwung auf Vordermann bringen. „Dadurch schont man Gelenke und Bänder. Besonders durch Krafttraining kann ich mein Hormonprofil wieder verjüngen.“ Die viel beworbene „Spot Reduction“, das heißt nur punktuell an Bauch- oder Oberschenkel abzunehmen, sei ein Mythos. „Der Körper baut seine Fettreserven immer gleichmäßig ab.“ Tatsächlich könne ein jeder aber schon mit drei simplen Bewegungen 90 Prozent der Muskelgruppen trainieren: Mit Kniebeugen (und die in der Hocke halten), Liegestützen sowie einer Ruderbewegung für die Rückenmuskulatur (mit einer Hand auf dem Tisch aufstützen, so dass der Oberkörper nach vorn geneigt ist, mit der anderen fasst man eine schwere Flasche und zieht sie in leichtem Bogen nach hinten). Mit Gewichten

reiche es, einmal pro Woche 15 bis 20 Minuten zu trainieren, ohne Geräte gelte es, täglich zu üben. Aber nur, wenn wirklich nix wehtut. Sonst sollte man einen Tag Pause einlegen. Oder ist tot. Fazit: Der Greis bleibt mit viel Mühe heiß. Und Wang Deshun trainiert übrigens drei Stunden am Tag.

## WELCHES TATTOO PASST ZU MEINEM ALTEN EGO?

In Münster durften sich während der Skulpturenstage Senioren zum halben Preis tätowieren lassen – und nutzen das Angebot eines Künstlers eifrig. Da ließ sich etwa ein 67-Jähriger, gerade Opa geworden, den Namen der Enkelin auf den Unterarm tätowieren.

Merke: Für etwas Tinte ist immer Platz. Fragt sich nur: wozu? Und welches Motiv? Auch der Berliner Tätowierer Guen Douglas kommt ständig Menschen über 50 unter die Nadel. „Das sind zum Beispiel Leute, die plötzlich beruflich mehr Freiheiten haben und die zuvor zögerten, weil sie dachten, das schade ihrer Karriere.“ Sie rät, sich ein nachhaltig straffes Körperpartie auszusuchen, wie eben den Unterarm oder die Wade, und dann ein Motiv zu wählen, das einem schon lange gefällt, sei es auch ein Tribal-Motiv aus den 90ern, das längst aus der Mode ist. „Hauptsache, nichts Hippees. Lieber etwas Klassisches. Blumen gehen immer.“

Fazit: Wenn schon Tattoo, dann Rose. Um es mit Aretha Franklin zu begründen: „Cause a rose is still a rose. Baby, girl, you're rose a flower.“

## KANN ICH WIEDER WIE VIERZIG AUSSEHEN?

50 ist angeblich das neue 40. Doch kann man auch wirklich um eine Dekade jünger aussehen? „50 ist noch ein gutes Alter, da lässt sich mit minimalinvasiven Verfahren viel erreichen“, sagt Torsten Kattelhardt, Präsident der Deutschen Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie. Heißt: Ein bisschen Botox hier, ein paar Filler da, eventuell etwas Eigenfett, um das Gesicht aufzupolieren. Insbesondere ein Fadenlifting böte sich an. Dabei werden Fäden aus wieder auflösbarem Material ins Unterhautfettgewebe eingewebt, die mit Wippen versehen sind. „Dann drapieren wir das Gewebe an diesen Fäden wieder hoch“, so Kattelhardt. „Wenn das keine mitbekommen soll, müssen Sie das Programm auf mehrere Sitzungen verteilen.“ Kosten je nach Aus-

gangsfrage: zwischen 800 und ein paar Tausend Euro.

Geht's noch harmloser? Ohne Picken? „Zehn Jahre sind dann etwas zu ambitioniert“, sagt der Münchner Dermatologe Timm Gollike, dem viele Münchner Prominente ihr Gesicht anvertrauen. „Aber warum nicht einfach gut aussehen?“ Etwa, indem man sich um die Kinnpartie kümmert, die mit den Jahren an Kontur verliert. „Sacking Jaw“-Linn nennt sich das auf Hautarztdeutsch. Als Gegenmittel hat Gollike in seiner Praxis ein koreanisches Gerät namens „Ultraformer“ stehen, das mit „mikrofokussiertem Ultraschall“ arbeitet und die Produktion von Kollagen anregt. Den Effekt der einmaligen Behandlung für 1500 Euro sehe man nach drei bis sechs Monaten.

Viel günstiger und schneller sichtbar ist es, sich Altersflecken wegwaschen und Alterswarzen wegkratzen zu lassen. „Auch viele Männer kommen deshalb zu uns“, sagt Gollike. „Damit würde ich nicht warten, bis ich 70 bin, sonst werden das zu viele. Das ist ja schlicht Maintenance, wie Sport treiben.“

Fazit: Irgendwie eilt's jetzt.

## MIT CLUBBING IM BERGHAIN IST SCHLUSS, ODER?

Nö. Und drinnen im legendären Club trifft der ravende Senior gleich auf mehrere rüstige Stammgäste, darunter den kanadischen Künstler AA Bronson, Jahrgang 1946, und ein „Kommet Bernhard“, Jahrgang 1948, bekannter Rauschebartträger. Der Türsteher ist übrigens auch schon 55.

Fazit: Hier kann man seine Alters-taubeheit endlich mal genießen.

## KANN ICH SOGAR EINE NEUE KARRIERE STARTEN?

In seinem Bestseller „Überflieger“ stellt der Wissenschaftsautor Michael Gladwell die oft zitierte These auf, dass man in den meisten Bereichen 10.000 Stunden Expertise brauche, um darin richtig gut zu werden. Das ist natürlich ein lästiger Befund, wenn man schon 50 plus ist und Neues beginnen will. Die Beruf-coachin Angelika Gulder kennt dennoch einige ermunternde Beispiele aus ihrer Praxis. Wie die Geschichte von der Finanzbuchhalterin, die nun hauptberuflich minderjährige Pflichtlinge berät. „Sie verdient viel weniger Geld, aber geht in ihrer Aufgabe total auf.“

Das Allerwichtigste für einen späten Wechsel sei, dass jemand glasklar wisse, wo er hinwolle. Nur ein vages Bedürf-

nis, etwas anderes machen zu wollen, reiche nicht aus. Doch wie findet man heraus, was man will, wenn man es denn mit 50 noch nicht weiß? Gulder hat dazu einen Bestseller geschrieben („Finde den Job, der dich glücklich macht“), in dem viele Fragen auf das Unterbewusstsein zielen: Kindheitsträume, die immer wieder auftauchen oder vergessene Talente. „Es geht um eine Hinzu-Orientierung, nur das gibt einem die Kraft, etwas auch wirklich umzusetzen.“

Fazit: Nur wo ein Wille ist, ist auch eine neue Karriere.

## GIBT MIR JEMAND GELD FÜR EIN START-UP?

Wen es mit 50 in die Start-up-Welt drängt, fühlt sich schnell wie Methusalem. Die meisten Gründer sind – so wie ihr Personal – zwischen 20 und 30 Jahre alt. „Den Stress tut sich kaum ein Älterer an“, erzählt Fritz Oidtmann, Managing Partner beim Münchner Venture-Capital-Investor Acton. „Wer hat denn dann noch Lust auf durchgeschufete Wochenenden?“ Zudem bedeute die Gründerei normalerweise einen beträchtlichen finanziellen Rückschritt. Seit vier Jahren prüft Oidtmann, selbst 57, frisch gegründete Firmen darauf, ob sich eine Investition lohnt. In dieser Zeit hat er mangels Masse noch keines mit einem Chef über 50 gefördert. Dabei kann er sich das prinzipiell vorstellen. „Voraussetzung ist, dass jemand anders mit seiner Idee begeistert kann. Und glaubhaft rüberbringt, genug Energie zu haben, um das fünf bis zehn Jahre lang zu wuppen.“ Aber: „Die Adenauer sind selten.“

Fazit: Grandiose Geschäftsidee? Vielleicht doch lieber dem Enkel schicken. Und als Seniorpartner einsteigen.

## WIE MACH ICH MICH NOCH INTERESSANT?

Die amerikanische Führungskräfte-Beraterin Olivia Fox Cabane hat eine Anleitung verfasst, wie man als Mensch jeden Alters charismatischer werden kann. Charisma, so erklärt sie, lasse sich auf drei wesentliche Elemente herunterbrechen: Präsenz, Macht und Wärme. Man müsse nur lernen, den Menschen richtig zuzuhören, durch Körpersprache und Kleidung kraftvoll zu wirken sowie mit Stimme und Mimik Wärme ausstrahlen. Für den Anfang rät Cabane, die Stimme am Ende des

FORTSETZUNG AUF SEITE 60

Karriere, Liebe, Spaß: Was ab 50 noch geht

FORTSETZUNG VON SEITE 59

Satzes abzusenken, weniger zu nicken und zwei Sekunden zu schweigen, bevor man anfängt zu sprechen. Fazit: Einen Versuch wert. Hoffe, es hält einen keiner für debil.

WIE FINDE ICH NEUE FREUNDE?

Ziemlich beste neue Freunde in der zweiten Lebenshälfte zu finden ist eine Herausforderung. Schließlich hängen die meisten in fortgeschrittenem Alter an Freundschaften aus Jugend- und Ausbildungsjahren. Studien zeigen, dass die Zahl der guten Freunde mit zunehmendem Alter sogar stetig abnimmt.

In der Berliner Fliedner Klinik, einer psychiatrisch-psychotherapeutischen Tagesklinik mit eigener Abteilung für über 55-Jährige, hat man Erfahrung mit solchen Annäherungsschwierigkeiten. „Viele Menschen stehen aufgrund von Lebensveränderungen wie Trennungen, Krankheiten oder dem Übergang in den Ruhestand in der zweiten Lebenshälfte plötzlich allein da“, erzählt Klinikdirektor Mazda Adli. Weshalb man in der Gruppentherapie Strategien trainiere, um soziale Kontakte zu intensivieren. Das fange beim Smalltalk an. „Jeder Mensch hat einen Fundus von Themen, um ins Gespräch zu kommen“, erklärt er. „Seien es Theaterbesuche oder gute Vorsätze fürs nächste Jahr.“

Aber es müssen nicht unbedingt neue Freundschaften sein, man kann auch alte wiederbeleben. „Das soziale Netzwerk sanieren“, nennt das Adli. Er rät, mal in alten Briefen und Adressbüchern zu stöbern. „Niemand wundert sich, wenn man sich nach langer Zeit wieder meldet.“

Fazit: Je oller, je schüchterner. Höchste Zeit für ein 50-plus-Tinder-Start-up. Führt nur ein Investor.

WIE IRRE IST DER TRAUM VON EINEM BESTSELLER?

Gar nicht. Der wohl berühmteste Debitroman eines 50-plus-Autoren stammt von Raymond Chandler. Er fungierte lange als Direktor diverser Ölgesellschaften – bis er seinen Job verlor und sich an seinen ersten Krimi machte. Der wurde 1939 veröffentlicht, da war er 51 Jahre alt. Laura Ingalls Wilder, Autorin von „Unsere kleine Farm“, war sogar in ihren 60ern, als sie mit dem Schreiben begann – nachdem der Börsencrash von 1929 ihre Ersparnisse kyllte. Ingrid Noll wiederum, Deutschlands bekannteste Krimiautorin, war 56, als ihr erster Roman „Der Hahn ist tot“ erschien. Als berufstätige Mutter hatte sie zuvor weder Muße noch Platz zum Schreiben. Dem Deutschlandradio erzählte sie kürzlich: „Als ich das eigene Zimmer hatte, begann die Experimentierphase, da dachte ich, da mache ich jetzt was draus.“

Fazit: In der Not schreibt der Rentner Bestseller.

KANN JEDER MIT 50 PLUS SINGEN LERNEN?

Wer sich nicht traut, außerhalb der Dusche zu singen, hat es in seiner Jugend wohl abgewöhnt bekommen, mit Sätzen wie „Du brummt so!“ In Berlin lädt Michael Betzner-Brandt regelmäßig zu „Ich kann nicht singen“-Workshops“ und leitet einen Chor für über 60-Jährige namens High Fossililty. „In der zweiten Lebenshälfte trauen sich viele, solche alten Glaubenssätze zu hinterfragen.“ Zu Recht, sagt Betzner-Brandt: „Nicht jeder kann jedes Lied und trifft jede Note, aber wenn man unter Singen versteht, dass man sich und seine Persönlichkeit zum Ausdruck bringt, dann kann das jeder.“

Um als Anfänger unverwundlich loszulegen, gibt es mehr Angebote denn je. Wie das Rudelsingen, eine in vielen Städten angebotene Veranstaltung, bei der Menschen zusammen zu Pianobegleitung Hits und Gassenhauer aller Art schmettern. Ältere, so seine Erfahrung, hätten beim Singen auf der Bühne sogar Besonderes zu bieten. „Wenn so ein Schulkor „Stand By Me“ singt, klingt das wie ein Hilferuf. Bei High Fossililty hört sich das nach 3000 Jahren Lebenserfahrung an.“

Fazit: Ein bisschen was geht noch. Und wie eine Untersuchung neulich ergab: Selbst Mick Jagers Gesangsstimme hat sich in den letzten Jahrzehnten hörbar verschlechtert. „Satisfaction“ bereitet sie trotzdem.

Eine Art Kraftprobe auf der Hotelterrasse: ein sonniger, spätherbstlicher Tag, der sich zusehends zuzieht, windig und kalt wird. Der Reporter klappert mit den Zähnen, Alasdhair Willis plaudert ungerührt und angeregt über Hunter, ein britisches Traditionshaus mit Schwerpunkt Gummistiefeln, aus dem er in den letzten Jahren eine Lifestylefirma gemacht hat. Der Mann hat vor 20 Jahren die Zeitschrift „Wallpaper“ mitgegründet, danach die sehr erfolgreiche Designgalerie

VON ADRIANO SACK

Established & Sons, ist als Berater gefragt. Er weiß also, wie Konsum und Kommunikation funktionieren. Dass seine Frau die Modemacherin Stella McCartney ist, mag auch hilfreich sein. Und ganz offensichtlich schadet es nicht, wenn man einigermaßen wetterfest ist.

**WELT AM SONNTAG:** Sie haben in Deutschland keine lange, große Tradition. Sind wir für Hunter ein Entwicklungsland?

**ALASDHAIR WILLIS:** Traditionell sind unsere großen Märkte Großbritannien und die USA. Jetzt beginnt Deutschland anzuziehen. Als ich vor vier Jahren bei Hunter anfang, verkauften wir hier praktisch nichts. Ich musste allerdings erst mal die Marke zu Hause in Ordnung bringen.

**Wie bringt man eine Marke in Ordnung?**

Ganz einfach. Und dann auch wieder nicht. Was ich vorfand, war eine Einprodukt-Marke. Hunter war einfach nur der Gummistiefel. Interessanterweise hatte man es trotzdem geschafft, ein ziemliches Chaos anzurichten. Die Dinger gab es überall zu kaufen. Es gab einen riesigen, grauen Markt. Wir mussten Händler abstoßen und Lizenzen zurückkaufen. Mein Auftrag war klar: Wachstum. Und das hieß, wir mussten über Schuhe hinauskommen. Und in neue Märkte rein.

**Sie haben ja ein grundsätzliches Problem. Wenn die Qualität stimmt, braucht man ein Paar Gummistiefel in seinem Leben. Das schränkt die Wachstumsmöglichkeiten ein.**

Deswegen ist es lebenswichtig, andere Linien anzubieten. Denn Sie haben recht: Allzu oft kauft man keine Gummistiefel in einem normalen Leben. Es gab allerdings einen Moment, der das Image und Schicksal von Hunter entscheidend verändert hat. Als Kate Moss im Jahre 2005 die Gummistiefel beim Glastonbury Festival trug. Plötzlich war es keine Funktionskleidung mehr, sondern ein modisches Statement. Die Marke wurde anders gesehen und damit hatten wir auch andere Möglichkeiten, was daraus zu machen. In manchen Läden machen wir bereits die Hälfte des Umsatzes mit Taschen und Jacken, das ist eine Menge, wenn man bedenkt, wo wir herkommen.

**Ein Gummistiefel ist doch ein grundsätzlich altdemisches Produkt. Heute gibt es Sohlen, die atmen, und diese ganzen, halbdurchlässigen Tech-Materialien. Was kann man an einem Gummistiefel erneuern?**

Da gibt es natürliche Grenzen. Und ehrlich gesagt, liegt eine gewisse Schönheit darin, wenn ein Ding seit vielen Generationen das Gleiche kann und leistet. Und was die Formgebung betrifft, ist der Hunter Boot ziemlich perfekt – er ist in der Sammlung des Museum of Modern Art und des Londoner Design-Museums. Woran wir arbeiten, sind Komfort, Passform und die Reduzierung von Gewicht. Was mich aber am meisten interessiert, ist die Frage der Entsorgung. Was passiert mit einem Gummistiefel am Ende seines Lebens? Wir wollen so nachhaltig wie möglich werden. Wir produzieren nicht einfach Millionen von Gummistiefeln und kümmern uns dann nicht weiter, was mit denen passiert. Ich darf Ihnen noch nicht alles darüber verraten, aber im Grunde arbeiten wir mit unseren Chemikern an der Wiederaufbereitung unseres Kernprodukts.

**Kann man das Gummi nicht einfach schmelzen und ein neues Paar Stiefel draus machen?**

Nicht ganz. Um einen Gummistiefel wasserfest zu machen, müssen sie in vulkanisieren. Damit ändert man das chemische Make-up des Gummis. Das ist nicht so leicht rückgängig zu machen. Wie gesagt: Wir arbeiten mit Hochdruck. Unsere andere Aufgabe ist es, die Liebe zu unserem Produkt warm zu halten. Komischerweise werden wir wirklich gemocht. Und niemand sagt: Ich liebe Hunter, weil die meine Füße warm halten. Sondern: „Hunter hat meine Hochzeit gerettet!“

**Echt? Die Leute heiraten in Gummistiefeln?**

Mehr als sie denken. Und das ist sehr wertvoll für eine Marke.

**Sie schildern im Grunde einen schmalen Grat: Wenn Kate Moss die Stiefel trägt, ist das cool,**

„Wir feiern den Regen“

Aus der 160 Jahre alten, schottischen Gummistiefelfirma Hunter hat Alasdhair Willis eine Lifestylemarke gemacht. Ein Gespräch über Tradition, Kate Moss und die Rettung der Welt



Trotzen seit 160 Jahren den Elementen. Selbst das britische Königshaus verlässt sich drauf: Gummistiefel der Marke Hunter

eben weil es eine hochfunktionale, nicht modische Marke ist. Sobald man die aber zu einer Lifestylemarke mit verschiedenen Produktkategorien ausbaut, geht doch gerade der Schnepfjäger-Appeal verloren.

Die große Frage für uns und andere heritage brands ist die: Wie bleibt man sich selbst treu – und schafft es trotzdem zu expandieren? Eine Antwort: Wir lassen den Stiefel weitestgehend genau so, wie er seit Generationen gemacht wird. Ein handgemachtes Produkt, gefertigt in dreieinhalb Tagen aus 28 Einzelteilen. Das hätten wir einfacher, schneller und billiger machen können. Aber wir haben die „Ikone“, wenn sie so wollen, nicht angetastet. Das Wachstum entsteht mit anderen Produkten. So bleiben wir unseren Werten treu und sind verspielt genug für die neuen und jungen Kunden.

**Wie gehen Sie damit um, dass Ihr Kernprodukt ganz automatisch mit schlechtem Wetter in Verbindung gebracht wird?**

Wir nennen es nicht schlecht, wir feiern den Regen. In Glastonbury fängt der Spaß doch erst an, wenn sich das Festival in Matsch auflöst.



Berät auch David Beckham und die BBC: Alasdhair Willis, Kreativdirektor von Hunter

Sie haben 1996 das Magazin „Wallpaper“ mitgegründet und dann die Designgalerie Established & Sons. Gibt es einen fundamentalen Unterschied zwischen einem Stuhl und einem Gummistiefel?

Ich habe als Berater gearbeitet, ob für Automarken, Modehäuser oder Stars. Die Antwort ist nein.

**Die Frühjahr/Sommer-Kollektion bezieht sich auf den berühmten Garten von Vita Sackville-West. Glauben Sie, das interessiert die Kunden? Wer weiß? Es wird ja niemand gezwungen, die Inspirationen des Designteams zu studieren. Aber irgendwo müssen die ja anfangen beim Entwurfsprozess – und wir haben eine Geschichte zu erzählen. Wie wichtig die dann ist, hängt vom jeweiligen Markt ab.**

**Wofür interessiert sich denn der deutsche Kunde?**

Wir sitzen in der gleichen Klimazone, insofern gibt es bei den Deutschen ein großes Verständnis für Funktionalität. Und man kann ihnen kein Produkt verkaufen, bei dem die Qualität nicht stimmt. Das ist hier unverzichtlich.

**Irgendwie stammt bei uns alles vom Auto ab ...**

... und funktioniert tadellos. Wer das nicht liefert, ist geliefert. In Amerika ist das anders.

**Wieso? Da können Sie pfuschen? Nein, aber da wird unsere Marke eher als Lifestyle-Accessoire gekauft, das man an Celebrities gesehen hat.**

**Wie wichtig ist die Britishness für Hunter?**

Ach, das will ich nicht übertreiben. Ich habe für viele britische Marken gearbeitet – von Jaguar über die BBC bis David Beckham. Die Frage war immer, wie man über die eigene britische Herkunft spricht. Das scheint mir ein bisschen altdemisch. Da bleibt man irgendwann stehen.

**Gleichzeitig fühlt jeder, dass man auf der ganzen Welt das Gleiche kriegt und Marken austauschbar werden. Jedes Distinktionsmerkmal scheint deshalb heute wertvoll.**

Das stimmt. Aber man darf sich nicht nur darauf verlassen.

**Als Berater haben Sie ein bequemes Leben: Sie können brillante Strategien entwickeln, kassieren und weiterziehen. In diesem Job sind Sie langfristiger. Wie hält man eine Marke spannend?**

Man muss verstehen, dass es auf und ab gehen wird und auch die Phasen der relativen Ruhe ertragen. Meine Aufgabe ist es, eine langfristige Geschäftsperspektive aufzubauen.

**Wie wichtig ist es für diese Perspektive, ein nachhaltiges und potenziell recycelbares Produkt anzubieten?**

Das wird immer wichtiger. Die Konsumenten belohnen Marken, die verantwortlich handeln. Das Label meiner Frau, Stella McCartney, ist ein sehr prominentes Beispiel dafür.

**Sie ist aber eine Art Leuchtturm in einem ansonsten ziemlich gleichgültigen Luxusmarkt.**

Das sehe ich anders. Ihre Marke gehört zu Kering. Stella hat drei Jahre an einem Konzept gearbeitet, das jede Marke in dem Unternehmen auf ihre Ökobilanz hin prüft. Das ist nun bei Kering Standard. Und Sie können sicher sein: Die machen das, weil sie müssen. Weil es der Kunde so will. Ein anderes Beispiel ist die Initiative Parley for the Oceans, die altes Plastik aus den Weltmeeren zu neuen Produkten verarbeitet. Eine Firma wie Adidas arbeitet mit denen und mit jeder Saison wird das Engagement größer und intensiver. Mein ältester Sohn ist zwölf Jahre alt. Seine Konsumentscheidungen ...

**Oh, welche denn? Das nächste Auto?**

Nein, so viel verdient er noch nicht ganz. Aber er denkt darüber nach, welche Konsequenzen welche Produkte haben. Und das ist nicht nur mein Sohn, das ist die nächste Generation. Wenn Sie sagen, dass viele Kunden gleichgültig sind, mögen Sie recht haben. Es gibt aber immer mehr, die es nicht sind. Davon abgesehen müssen wir das tun, woran wir glauben und was richtig ist.

**Cyrril Gutsch, der Gründer von Parley of the Oceans, sagt: Man muss aus dem Richtigen und Guten ein gutes Geschäft machen. Sonst wird es nicht funktionieren.**

Damit hat er recht. Die Adidas-Sachen verkaufen sich, weil es gutes Design ist. Die Zeiten, in denen es gereicht hat, „grün“ zu sein, sind lange vorbei. Sie müssen Begehren wecken, um die Welt zu retten. Sonst ist am Ende keiner mehr da, um unsere Gummistiefel zu kaufen. (lacht)