

Präsentationsmappe LIFESTYLE

Martine Paulauskas

INHALT

Rooftops – das Flachdach als Lebensart und Lebensort.....	3
Lebensart – Art de vivre – Lifestyle	7
Eklektizismus – Individualität als künstlerischer Wohntrend	11
Die japanische Putzkultur – Gepflegtes Wohnen als Lebensart und Philosophie.....	15
Edle Schreibgeräte – unendlich viele Welten	22
Cottage – mehr als ein Haus, eine Lebensart.....	27
Mas de Provence.....	30

Rooftops – das Flachdach als Lebensart und Lebensort

Wohnräume verändern sich. Neue Lifestyles werden von Ideen und Lebensweisen aus anderen Ländern inspiriert. Eines davon: Leben auf dem Dach.

Dächer haben in erster Linie eine bauliche Funktion: Sie sollen das Haus vor der Witterung schützen. Auch wenn mitunter durch verschiedene Formen oder Ziegelauswahl durchaus ästhetische Elemente hinzukommen können, in die individuelle Vorlieben des Bauherrn und regionale Gepflogenheiten einfließen, waren sie bis zum Ende der 1990er Jahre selten über diese Bestimmung hinaus gekommen. Besonders unbeliebt und unbeachtet waren hierbei die Flachdächer von Wolkenkratzern, denen zu Recht eine nicht gerade attraktive Zweckmäßigkeit nachgesagt werden durfte. Doch dies sollte sich ändern.

New Yorker Lifestyle als Vorreiter

Wie in so vielen Dingen, die mittlerweile unseren Alltag wie selbstverständlich prägen, machte New York den Anfang, und dies hatte gleich zwei sehr unterschiedliche, ja aus gesellschaftlicher Sicht gegensätzliche Gründe.

Zum einen ergab sich aus dem Bestreben vermögender Immobilienkunden, immer originellere und exklusivere Wohnungen zu finden, die die eigene soziale Stellung angemessen in Szene setzten und eine Absetzung von anderen finanzkräftigen Gleichgesinnten demonstrativ zur Schau stellten, ein wachsendes Interesse am „Haus auf dem Haus“, dem Penthouse also, das das Flachdach plötzlich zu einer Terrasse der Luxusklasse werden ließ. Parallel zu dieser erfolgsbedingten steigenden Nachfrage bot es am anderen Ende der sozialen Skala in den immer heißer und schwüler werdenden New Yorker Sommern als, wenn nicht kühler, so zumindest umwehter Fluchtort eine dankbare Alternative zur Feuertreppe. Auch als Ausweichmöglichkeit für die in den mehrheitlich winzigen New Yorker Apartments kaum zu bewältigenden größeren Veranstaltungen wurden sie immer beliebter: WG-Partys, Geburtstage, Hochzeitsanträge fanden

immer häufiger auf dem Dach statt, das zur Erweiterung des Wohnraums mit zunehmender Selbstverständlichkeit genutzt wurde.

Nicht zuletzt beruflich wurden die Rooftops entdeckt: Firmenjubiläen, Weihnachtsfeiern und wichtige Meilensteine wurden dort begangen, und mit der sich stärker durchsetzenden Option des mobilen Arbeitens entwickelten sie sich zudem zu einer Art Nebenbüro und ersparten somit manchen Umzug in größere Räumlichkeiten.

Nicht zuletzt boten sie auch die Gelegenheit, in einer im Grunde viel zu kleinen großen Stadt das einzurichten, was allenthalben fehlte: private Ziergärten. Die Dächer Manhattans erblühten zusehends.

Und wie es von New York und den Vereinigten Staaten anders nicht zu erwarten war, gingen die vielen hier geborenen Ideen als Inspiration in die Welt.

Wie der Klimawandel den Rooftops neue(s) Leben verlieh

In Europa und Asien insbesondere rückten die Flachdächer in den letzten zwanzig Jahren verstärkt ins Blickfeld der Architekten.

Auf der Suche nach neuen Wegen, energiesparend und ressourcenschonend klimaneutrale Häuser zu erschaffen, wurde systematischer über jene große Fläche nachgedacht, die auf der einen Seite bis auf wenige Schornsteine und andere technische Anlagen so gut wie ungenutzt blieb, andererseits aber aufwändig gedämmt werden musste. Aus dieser Diskrepanz entstanden viele Lösungen, die mehrheitlich auf dem Prinzip der „intelligenten Begrünung“ beruhten: Gezielt ausgesuchte Pflanzen können sich wärme- und feuchtigkeitsregulierend auswirken, Regenwasser filtern, das für Toiletten und Heizungsanlagen verwendet werden kann, und so die Energie- und Ressourcenkosten von Fabriken und Büros senken.

Aus den Ziergärten nach amerikanischem Vorbild wurden nun immer häufiger, vornehmlich in Deutschland, sogenannte Systemgärten, die von Gebäudebetreibern als Teil der Haustechnik und von Mitarbeitern als Hilfsarbeitsplatz im Grünen gleichermaßen geschätzt wurden. Doch diese Entwicklung, die bis in Japan Anhänger und Nachahmer fand, sollte noch weitergehen.

Die neue Lebensart – von Bienen und Gemüse

Wieder einmal in New York sprühten jene ersten Funken, die bald die ganze Welt erreichen sollten.

Das steigende Bewusstsein für ein naturnäheres Leben, der Wunsch nach gesünderer und regionaler Ernährung, die Sehnsucht nach dem authentischen Geschmack echter Lebensmittel ließ in der ganzen Stadt in den kleinsten freien Parzellen unter dem Motto „Urban Gardening“ kleine Gemüsegärten entstehen. Aufgegebene Grundstücke, ehemalige Zugstrecken wie die nunmehr als High Line bekannte und durch ihre Parks berühmt gewordene Trasse wurde von begeisterten Hobby-Gärtnern regelrecht geentert und einem sinnvollen Zweck zugeführt. Schulinitiativen, nicht zuletzt unter der Schirmherrschaft von Michelle Obama, taten im ganzen Land ihr Übriges. Doch der Platz war gerade in den überfüllten Großstädten nicht unendlich. Bald wurden also die Rooftops erobert. Bienenstöcke, ausgesuchte Obstbäume und Gemüsesorten, die dem starken Wind in großer Höhe trotzen können, besetzten nun die Flachdächer, und es bildeten sich gut organisierte Nachbargemeinschaften allen Alters, die mit beeindruckendem Engagement Anbau und Ernten betreuen und auch Bildungsaufgaben wie Schulklassenführungen oder Workshops für erwachsene Interessierte übernehmen. Neben Wohnhäusern griffen Unternehmen zu diesem Modell und gestalteten mit ihren Mitarbeitern Nutzgärten, von denen Natur, Klima, Tierwelt und Mensch profitieren können. Die gemeinsame Arbeit fördert den Teamgeist, die Früchte der Dachfelder werden entweder in der Kantine verarbeitet oder an das Personal verteilt, der Überschuss zu Kundengeschenken verarbeitet, an Tafeln abgegeben oder für einen guten Zweck versteigert. Dieser Ansatz inspirierte weltweit viele neue Projekte, zuweilen sogar ohne Rooftops.

Rooftops – Lebensort und Lebensqualität in der Pandemie

Gerade Covid-19 sollte den Rooftops zudem eine neue positive Dimension verleihen. Sie waren ein Ort in luftiger Höhe, an dem sich Nachbarn gefahrlos und im Grunde, ohne das Haus zu verlassen, treffen konnten. Den Nutzgärten kam durch den Lockdown eine ebenfalls zusätzliche Bedeutung zu, ermöglichten sie doch durch ihre Pflege eine sinnstiftende und gesundheitserhaltende Tätigkeit an der frischen Luft. Gleichzeitig schenkten sie nicht nur Home-Office-Mitarbeitern für ein paar Stunden etwas Abwechslung und ein angenehmes Arbeitsumfeld: In Unternehmen, in denen eine Anwesenheit in Büroräumen unumgänglich war, boten sie

für Meetings oder das zeitweilige Arbeiten mit gebotenem Abstand eine ideale, originelle und mitunter durchaus repräsentative Umgebung, in der es leicht fiel, einen ungezwungenen Gesprächseinstieg zu finden.

Die Betrachtung von Rooftops hat sich weltweit gewandelt und ist so unendlich vielseitig geworden, wie die Kulturen, die sie einrichten, es selbst sind. Neben den traditionellen Luxusterrassen mit Cocktail-, Themen-Bar oder Pool, die in den großen Hotels schon längst selbstverständlich sind, den stylisch-grafischen Penthouse-Gärten und den kostenlosen Party-Bühnen, die einst das New Yorker Flair verkörperten, sind sie nun zu einem Lebensraum mit unzähligen Identitäten geworden: als Begegnungsorte für Nachbarschaften, als offene Klassenräume für die ökologische Erziehung, als Ökosphären für Insekten und Gebäudeklima, als Gemüsegärten für Selbstversorger, als grüne Büros oder als Ziergärten für Stadtromantiker. Rooftops erfinden Lifestyles, erweitern wortwörtlich und in mehrerer Hinsicht unseren Horizont, steigern unsere Lebensart. Sie sind ein Sinnbild für Optimismus und Hoffnung. Und sie finden in jedem Land eine Interpretation, die sich in der Grenzzone zwischen entspannender und produktiver Abgeschiedenheit einerseits und sozialer Nähe andererseits immer ein Stück Luxus, Freiheit, Verspieltheit und Genuss zu erschaffen weiß.

Lebensart – Art de vivre – Lifestyle Drei Übersetzungen einer einzigen Realität?

Ist Lebensart auch Lebenskunst? Ist Lifestyle
nur ein cooler Anglizismus? Interkulturelle
Verwicklungen eines Begriffs.

Fremdwörter. Unsere Sprache ist voll davon – und nicht selten sind sie ein Reizthema.

Puristen möchten sie am liebsten ganz und gar verbannen und werfen ihnen gern vor, dass sie die Qualität eines Textes und die „guten alten Werte“ des Ausdrucks zunichtemachen. Sie betrachten ihre zunehmende Verwendung, insbesondere in Form von Anglizismen, als beunruhigendes Anzeichen für kulturellen Niedergang und als konkrete Bedrohung. Linguisten ihrerseits sehen in ihrer Übernahme den aufregenden Beweis für die begeisternde Lebendigkeit von Sprachen. Kulturhistoriker wiederum werden nicht müde, zu betonen, dass auch die Art, wie wir kommunizieren, zu allen Zeiten Moden und Zyklen unterworfen war und es immer wieder als schick galt, über den Tellerrand zu schauen und mit einer gewissen fremdsprachlichen Bildung zu prunken. Als Beispiel führen sie gerne das Preußen des Alten Fritz' an, in dem Französisch es nicht nur ermöglichte, in literarischen Salons zu glänzen – Pardon: zu brillieren – sondern beinahe den Status einer zweiten Amtssprache genoss.

Lebensart, Art de vive, Lifestyle – warum wir sie alle brauchen

Allen Rechthabereien und Debatten zum Trotz gibt es Begriffe, die in der deutschen Sprache friedlich nebeneinander bestehen und widerspruchsflos akzeptiert wurden, obwohl ihre Wurzeln weit außerhalb unserer Gefilde liegen.

Zu ihnen zählen etwa „Lifestyle“ und „Art de vivre“. Dabei ließe sich durchaus einwenden, dass ihre Übernahme eher überflüssig sei, kennt die deutsche Sprache doch das schöne Wort „Lebensart“.

Doch gerade hier zeigt sich, dass dem allgemeinen Sprachgebrauch eine

intuitive Weisheit, ein unreflektiertes und doch sehr zutreffendes Gespür innewohnt.

Lebensart, Art de vivre und Lifestyle scheinen auf dem ersten Blick wie Facetten eines einzigen Würfels zu sein. Doch der Schein trügt.

Englisch ist hip

„Lifestyle“ ist bei weitem nicht nur eine „coole Variante“ des deutschen oder des französischen Ausdrucks. Es beinhaltet vor allem eine Art, das eigene Leben zu gestalten. Es gibt den Lifestyle des Jetsets, den Country-Lifestyle, den Business-Lifestyle, einen sportlichen Lifestyle, einen veganen oder ökologischen Lifestyle ...

„Lifestyle“ bedeutet einen bestimmten Lebensrhythmus, ein bestimmtes Umfeld, bestimmte Vorlieben, bestimmte Ziele, bestimmte Entscheidungen und schließt alle sichtbaren Merkmale ein, die diese widerspiegeln:

Kleidung, Einrichtung, Dekoration, Fahrzeug, Ernährung, Wohnort.

„Lifestyle“ ist ein Statement, ein Image, eine erklärte Positionierung, die auch Vorbildfunktion haben kann. Lifestyle ist eine bewusste Wahl und wird als solche als erreichbar, erstrebenswert und nachahmungswürdig empfunden. Der Lifestyle bzw. die Lifestyles von Influencern generieren auf diese Weise ein Milliardengeschäft.

Doch gerade darin liegt die Einzigartigkeit des Wortes selbst: Es gibt nicht „den“ Lifestyle. Lifestyle ist in seiner Vielfalt in unterschiedlichsten Gesellschaftsschichten und Qualitätsabstufungen zu finden. Als solcher ist er wie Moden ein Stück Zeitgeist, wandelbar und kurzlebig, zwischen Graswurzelbewegung und Marketingstrategie. Lifestyle ist ein Symbol für die Freiheit der eigenen Lebensführung, für einen stimmigen, alle Bereiche des Alltags miteinschließenden Stil, für die unbegrenzten Möglichkeiten des Seins und das Recht auf Individualität und Authentizität.

Mit französischer Eleganz

Diesem individuellen und nicht normativen Anspruch steht der französische Ausdruck „Art de vivre“ auffallend entgegen.

Tatsächlich ist der Begriff, mit dem sich international viele Unternehmen, Websites und Blogs schmücken, weil er das typisch französische Flair vermittelt, von bemerkenswerter Komplexität.

Die wörtliche Übersetzung („die Kunst, zu leben“) ist für ein besseres Verständnis leider nur wenig aufschlussreich. Vielmehr sind Kenntnisse der französischen Denkkultur erforderlich, um die ganzen Nuancen zu erfassen.

„Art de vivre“ ist in der französischen Vorstellung eng mit Maßstäben verbunden: mit einem hohen Bildungsniveau, der Achtung und Einhaltung von gesellschaftlichen Gepflogenheiten, mit Stil und gehobenem Geschmack. Zwar gehört zum „Art de vivre“ durchaus die Fähigkeit, kleine und einfache Freuden zu genießen und diese zu schätzen zu wissen, doch handelt es sich immer um eine auf akzeptierten Konventionen und Wertvorstellungen beruhende, unhinterfragte und lang tradierte Betrachtungsweise. Nicht Mode und Zeitgeist, sondern Zeitlosigkeit und Allgemeingültigkeit sind das entscheidende Merkmal. Die Form spielt hier wie in vielen anderen Bereichen des französischen Lebens eine sehr erhebliche Rolle. Die schönen Dinge des Lebens stilvoll genießen – das ist in erster Linie „Art de vivre“.

Teil des „Art de vivre“ ist daher auch das „savoir-vivre“, ein ebenfalls vielschichtiger Begriff, der nicht mit „zu leben zu wissen“ übersetzt werden sollte, sondern vielmehr mit der souveränen Beherrschung von Etikette, Manieren und welt- und redegewandtem Auftreten zu tun hat.

Jenseits der Fähigkeit, es zu verstehen, das Erlesene zu erkennen und zu genießen, hat „Art de vivre“ daher immer eine demonstrativ wertende Komponente, die über kulturelle und soziale Akzeptanz entscheidet.

Deutsches Fernweh

Zwischen diesen beiden Polen schwebt die deutsche „Lebensart“ verträumt hin und her, der es spielend gelingt, fast wertneutral epochenbezogene Lebensweisen, aktive individuelle Gestaltung und soziale Kompetenz zusammenzufassen und zu versöhnen.

In den letzten Jahrzehnten gesellt sich, wenn auch nicht überall im deutschen Sprachraum, eine neue Nuance dazu.

„Lebensart“ wird zu einer Sehnsucht, zu einem als möglicherweise unerreichbar empfundenen Zustand, zu einer Bewunderung dessen, was uns an fremden Kulturen und Mentalitäten beneidenswert erscheint. Sie wird hierbei zu der verklärten Fähigkeit „der anderen“ Länder, Dolce Vita, Slow Life, Siesta, ästhetische Werte und hochwertige kulinarische Genüsse offensiver und konsequenter zu leben. Ein idealisiertes Bild ferner Idyllen und Gewohnheiten wird gern bundesdeutscher Verbissenheit und vermeintlicher Bodenständigkeit gegenübergestellt. In Österreich allerdings drückt sich Lebensart demonstrativ in liebevoll gepflegten Traditionen und dem damit verbundenen Qualitätsbewusstsein aus.

Dieses Dürsten wird immer mehr zu einem ernstzunehmenden Wirtschaftsfaktor: Spezialitätengeschäfte, Tischkulturhäuser sowie Blogs und Bücher zu diesen Themen sind ein neues Erfolgsmodell.

„Lebensart“, „Art de vivre“ und „Lifestyle“ sind in der Tat nicht die Übersetzung einer und derselben „Sache“. Sie bilden drei unterschiedliche Realitäten, drei Vorstellungswelten, drei Wertesysteme ab, die nicht einfach austauschbar sind. Und sie zeigen, dass Fremdwörter auch im Rahmen einer gepflegten Sprache nicht grundsätzlich und pauschal verteufelt werden sollten: Manche schenken einem Text erst eine unerlässliche kulturelle Dimension.

Eklettizismus – Individualität als künstlerischer Wohntrend

Vielfalt und Diversität werden in der Gesellschaft, aber auch in unseren Lifestyles und Wohnräumen immer wichtiger. Ein Trendporträt.

Lange Zeit galt es als selbstverständlich, dass ein schönes und geschmackvolles Zuhause eine gewisse Einheitlichkeit ausstrahlen sollte. Harmonisch ausgesuchte Farben, aber auch die Wahl eines festgelegten Einrichtungsstils, eines optischen „roten Fadens“ sozusagen, der sich auf Möbel, Stoffe, Dekorationsgegenstände erstreckte, wurden als allgemeingültiger Maßstab kaum hinterfragt. In den letzten Jahrzehnten allerdings weicht diese altherwürdige Norm immer mehr einem selbstbewussten neuen Ansatz.

Was ist Eklettizismus ?

„Eklettizismus“ kommt ursprünglich aus der Philosophie, wurde später ein Fachbegriff der Architektur und bezeichnet in diesem Zusammenhang, vereinfacht ausgedrückt, die Mischung von in Stil und Ursprung heterogenen Elementen.

Auf die Welt der Sprache(n) übertragen würde ein Linguist hier von Anlehnung und Entnahme sprechen.

Während in Bezug auf Weltanschauungen der Begriff eher positiv besetzt ist, weil er von der Fähigkeit zeugt, sich von dogmatischem und einseitigem Denken zu befreien, unterschiedliche Formen von Weisheiten zu schätzen, zu achten und sich zur Erschaffung einer eigenen Einstellung ihrer zu bedienen, wurde er in der Architekturgeschichte eher zu einem Schimpfwort und Synonym für undifferenzierten, misslungenen Mischmasch und Einfallslosigkeit.

Dieses Wort erfährt nun eine neue Blütezeit und eine ganz unerwartete Aufwertung.

Eklektizismus heute: Perfektion kann Vielfalt sein

Der Gedanke, dass insbesondere in der Inneneinrichtung Schönheit nur entstehen kann, wenn alles aus einem Guss ist, wird seit der Mitte der 1990er Jahre immer häufiger in Frage gestellt. Stil wird nicht mehr ausschließlich in dem Bemühen um eine theoretisch fundierte und perfekte, stimmige Harmonie gesucht, die zunächst am Reißbrett entworfen wird und dann bis ins kleinste Detail umzusetzen ist.

Das zunehmende Interesse an Design und seiner Vielfalt hat zu einer neuen Sichtweise geführt. Gerade Liebhaber und Sammler von Design-Objekten verließen mit Entschiedenheit eingetretene Pfade und erschufen resolut eigene Wege, die immer mehr Anhänger finden.

Die Grundüberzeugung besteht darin, dass das, was an sich schön und hochwertig ist, in jedem Kontext seine Schönheit und seinen Wert bewahrt, auch dann wenn es mit anderen Gegenständen anderer, ja widersprüchlicher Lesart zusammengebracht wird. Vielmehr heben die jeweiligen Objekte auf diese Weise einander hervor, so dass jeder mehr Aufmerksamkeit bekommt, was wiederum seinen eigenen Wert, seine Einzigartigkeit, seine Unverwechselbarkeit und die Tiefe seines Charakters und seiner Eigenschaften sichtbarer, spürbarer und unmittelbarer macht.

Eklektizismus als gelebte ästhetische Individualität

Möbel, Sammlerstücke, Dekorationselemente unterschiedlicher geographischer Herkunft, aus unterschiedlichen Epochen, die eine unterschiedliche ästhetische Sprache sprechen, werden nicht danach ausgesucht, ob sie zusammengehören oder einander ergänzen. Relevant ist einzig ihre intrinsische Schönheit. Daraus, dass sie zusammengebracht werden, ergibt sich für denjenigen ein persönlicher Sinn und ein optischer und emotionaler Gewinn.

Eklektizismus darf allerdings nicht mit einem wahllosen Mix aus billigen Urlaubssouvenirs und zusammengewürfelten Geschenken verwechselt werden. Der Grundansatz setzt Kennertum und Feinsinn voraus.

Harmonie entsteht aus Qualität und gutem Geschmack

Es spielt dabei keine Rolle, wie der so gezeichnete Leitfaden begründet wird. Ursprung kann der Wunsch sein, alte wertvolle Erbstücke bewusst mit neuen Elementen in Dialog zu bringen und unterstreichend in Szene zu setzen, oder sich schlicht mit Schönerem zu umgeben. Gesammelt wird nicht

thematisch, als Wertanlage oder auf einer kunstwissenschaftlichen Grundlage, sondern um wirklich inmitten dieser exquisiten Gegenstände zu wohnen und zu leben, um sie nicht trotz, sondern gerade wegen ihrer optischen Qualitäten im Alltag zu verwenden und dadurch für sich selbst einen erhabeneren und genussvollen Lebensstil zu kreieren.

Das so erschaffene Universum kann durchaus eine repräsentative Absicht haben und neben der persönlichen Freude am Design als Schaukasten für Persönlichkeit, Individualität, Kultiviertheit, Interessen, Geschmack, Modernität, Flexibilität, sozialen Status und Weltoffenheit fungieren – doch dies steht nicht im Widerspruch zur Authentizität des Gestaltungswunschs und ist lediglich angenehmes Beiwerk.

Was bewusst ausgesucht und zusammengestellt wurde, passt aus dem Grunde zusammen, dass diese Auswahl mit Bedacht und Erlesenheit geschah. Objekte unterschiedlicher Designer und unterschiedlicher Stilarten etwa werden in ihrem Zusammenspiel deshalb als stimmig und harmonisch empfunden, weil sie sich aufgrund ihrer individuellen Qualität gegenseitig bereichern und ein aussagekräftiges und aufmerksamkeitsstarkes Spannungsfeld entstehen lassen.

Kein neuer Gedanke, aber neue Ausdrucksweisen

Tatsächlich ist daran in den Grundzügen nichts wirklich Neues.

Antiquitäten-Sammler umgeben sich seit jeher mit besonderen Stücken aus verschiedenen Epochen, und sicher würde niemand auf die Idee kommen, eine antike englische Uhr auf einem Louis XV-Konsolentisch kritisch oder missbilligend zu beäugen oder als unpassend zu bewerten.

Neu ist die Tatsache, dass konsequent Dinge in den Mittelpunkt gestellt werden, die nicht primär als Kunst oder Antiquitäten betrachtet und in der allgemeinen Vorstellung nicht als typische Teile einer Sammlung gelten würden: Hier werden zeitgenössische Designs und Alltag, Alt und Neu, Heimisches und Fremdes selbstbewusst integriert.

Aus Internationalisierung und Globalisierung geboren

Möglich wurde diese Erscheinung sicherlich durch die immer stärkere Internationalisierung unserer Lebenswelten. Kultur-, Geschäfts- und Massentourismus haben dabei zweifelsohne eine wichtige Rolle gespielt. Der Entdeckung fremder Designansätze und Einrichtungstile stand nichts mehr im Wege, und durch Internet und Globalisierung wurde der Zugang zu den Arbeiten ausländischer Designer aus aller Welt auf einmal so

vereinfacht, dass es kein Problem mehr war, sich herauszusuchen, was zu einem passte. Der Kauf von Design war nicht mehr nur auf speziellen Fachmessen oder in seltenen Galerien in wenigen Metropolen möglich, er stand jedem Kenner und Interessiertem offen. Dass aus dieser ersten Begeisterung und diesem unbändigen Durst nach neuen ästhetischen Möglichkeiten eine dauerhafte Anschauung wurde, zeigt, wie ernst sie zu nehmen ist, und ist ein Beweis ihrer Qualität.

Eklettizismus ist mit einer über 30-jährigen Erfolgsgeschichte mehr als nur eine Modeerscheinung oder ein vorübergehender Spleen. Er ist vielleicht einer der positivsten Ausdrücke unseres Zeitgeistes: Eklettizismus befreit Design und Inneneinrichtung vom Zwang einheitlicher und einengender ungeschriebener Gesetze. Er führt uns weg vom Schubladendenken unhinterfragter und subjektiv festgelegter Normen hin zu einem unbeschwert natürlichen und selbstbewussten Erleben und Ergreifen von Schönheit. Dieser Gewinn an Freiheit und Vielfältigkeit ermöglicht es jedem, die verschiedenen Aspekte seiner Persönlichkeit auszuleben und zu zeigen. Eklettizismus eröffnet so eine neue Dimension ästhetischer Toleranz, internationalen Dialogs, künstlerischen Verständnisses und Weltoffenheit – ganz so, wie es auch gute Übersetzungen tun – und somit zum Portal einer wahrhaftig zeiten- und grenzenübergreifenden Lebensart.

Die japanische Putzkultur Gepflegtes Wohnen als Lebensart und Philosophie

In Japan ist Sauberkeit ein Stück Lebensart und Höflichkeit. Aus dieser Philosophie entsteht eine einzigartige und faszinierende Putzkultur.

Werden Japan-Reisende nach ihren ersten Eindrücken im Land der aufgehenden Sonne gefragt, können diese je nach der Region und Präfektur, die sie entdecken durften, nach dem Anlass ihres Aufenthalts oder ihren eigenen Interessen sehr unterschiedlich ausfallen. Ein Punkt aber wird von jedem bemerkt, der Japan zum ersten Mal betritt: die unglaubliche Sauberkeit, ja Reinlichkeit, die sich auf alle Bereiche erstreckt. Bahnhöfe und Züge, Büroräume, Restaurants und Hotels sowie private Haushalte sind schlicht makellos. Diese angenehme Feststellung ist kein Zufallsprodukt einer gequälten Gründlichkeit. Vielmehr hat das Putzen in der japanischen Kultur und Denkweise einen festen Platz und ist Ausdruck einer alles umspannenden Anschauung, die dem Begriff „Lebensart“ eine neue Dimension verleiht.

Ist Putzen nicht überall auf der Welt im Grunde das Gleiche?

In der westlichen Gesellschaft sind die Gefühle, die der Tätigkeit des Putzens entgegengebracht werden, vielfältig und zuweilen gegensätzlich. Für manche ist es ein notwendiges Übel und eben unvermeidlicher Teil der lästigen Hausarbeit; für andere ist es ein Weg, um nach zu vielen Stunden am Computer mal richtig abzuschalten und sich ein wenig mehr körperlich zu betätigen, für weitere wiederum ein willkommenes Mittel der Prokrastination. Putzen kann auch Ritual sein, wie etwa in der Tradition des Frühjahrsputzes, die nicht so „deutsch“ ist, wie gern geglaubt wird: Tatsächlich gibt es in Italien den „pulizie di primavera“, in Frankreich „le grand nettoyage de printemps“, den „spring-cleaning“ von England bis Kanada. Im Übrigen aber wird eher wenig über diese alltägliche Angelegenheit nachgedacht – es sei denn vielleicht, um sich das Leben zu erleichtern und die entsprechenden Aufgaben so schnell wie möglich hinter sich zu bringen.

Ein Zeichen für besondere Lebensart oder eine tiefreflektierte Philosophie ist das Putzen aber nicht.

Anders in Japan.

Putzen als geistiger und religiöser Akt

Der Anblick kann für Reisende befremdlich sein und zunächst etwas antiquiert anmuten: Vor Schulbeginn oder in der Pause laufen japanische Schüler mit einem Wischtuch bewaffnet in einem 35°-Winkel gebückt und auf die Hände gestützt ihre Bahnen durch Klassenzimmer und Flure ab, bis der Boden glänzend schimmert. Es ist *o-soji jikan* [お掃除時間], Reinigungszeit. Dieser Vorgang soll den Kindern nicht nur Disziplin, Bürgersinn, Pflichtgefühl und Zusammenarbeit beibringen, es ist auch eine geistige Vorbereitung auf den Unterricht, ein Reinigen des Geistes, ein Reset der Gedanken, des Verstands und der Gefühle.

Auch zuhause ist die Beteiligung von Kindern am Hausputz schon sehr früh ein wichtiger Aspekt der Erziehung.

Ein ähnliches Schauspiel kann im Morgengrauen in Zen- und Shinto-Klöstern beobachtet werden. Das Putzen „auf allen vieren“ im schnellen Laufschrift erfüllt hier mehrere Funktionen. Wie bei Schülern auch geht es darum, die Seele zu reinigen, zu leeren und aufnahmefähig zu machen, es kommen dabei aber weitere Komponenten hinzu: Die hierfür typische Körperhaltung, die den Namen *zoukingake* trägt, ist auch körperlich erfahrbare Dienst an den Gottheiten, Verbeugung vor der Natur und dem Sonnenaufgang, Ausdruck von Demut und aktive Form der Meditation. Dieses Ritual bildet das erste Glied eines jeden Tages, trennt Tag und Nacht und macht erst die weiteren Pflichten wie Gebet, Gesang, Schweigen und gegebenenfalls soziale Aufgaben, die in den folgenden langen Stunden das Leben der Mönche und Priester bestimmen werden, überhaupt möglich und sinnhaft.

Dank des *o-soji* ist jeder neue Tag wieder wie ein makellostes Blatt Papier, das ohne Altlasten neu beschrieben werden kann.

Diese Sicht der Dinge, die von Kindesbeinen an gelehrt wird und in den religiösen Praktiken des Landes ihre theoretische Vollendung findet, ist vielleicht einer der Gründe für die unvergleichliche und vielerorts bewunderte psychische Resilienz der japanischen Bevölkerung, etwa nach den zahlreichen Naturkatastrophen, die den Archipel immer wieder

heimsuchen: Aus der Praxis des Putzens erwächst nicht nur ein hohes Maß an Selbstdisziplin und Zurücknahme, sondern auch die Fähigkeit, jeden neuen Tag als Chance für einen Neuanfang zu betrachten und mit dem, was war, abzuschließen.

Wie Putzen in Japan das Gemeinschaftsgefühl bildet und stärkt

Neben der Reinigung von Geist und Seele spielt das Putzen in Japan eine zentrale gesellschaftliche Rolle – sowohl im privaten als auch im beruflichen Bereich.

Zum einen werden Reinigungsarbeiten als Gelegenheit für soziale Beziehungen und insbesondere als Mittel gegen die Isolation betrachtet. Nicht nur in kleinen Ortschaften treffen sich Nachbarn regelmäßig, um in ihrem Viertel Bürgersteige, Parks, Spielplätze, Grünanlagen oder die Straßenrinne von Abfällen zu befreien, oder auf dem Land etwa Zufahrtswege, Böschungen oder kleine Bahnhöfe zu pflegen. Dies ist auch in den Metropolen der Fall.

Für Neuankömmlinge ist dies ein Anlass, ein noch fremdes Umfeld rasch kennenzulernen und sich besser einzuleben. Diese generationsübergreifenden Aktivitäten sind für ältere Mitbürger nicht nur eine willkommene Abwechslung und kleine Highlights, die die Eintönigkeit des Alltags brechen und dem Leben für einige Stunden einen wertvollen Sinn geben. In ruralen Gegenden können sie auf diese Weise belebende Kontakte zu Jüngeren knüpfen, was sich positiv auf eine langfristige geistige Gesundheit auswirkt und die Inanspruchnahme praktischer Hilfe begünstigt: Bei solchen Begegnungen rund um Schaufel, Müllsäcke und Besen werden nicht selten Handys eingerichtet, wichtige Apps heruntergeladen oder neue Funktionen des Smartphones erklärt.

Dass Bürgersteige selbst in abgelegeneren Wohnvierteln und engen Gassen überall in Japan makellos sind, ist für viele Touristen schon deshalb bemerkenswert und ein kleines Rätsel, weil im Straßenbild nur sehr selten öffentliche Abfalleimer zu entdecken sind.

Tatsächlich gilt das stets mit dem Vergießen großer Wassermengen verbundene allmorgendliche Reinigen vor dem eigenen Haus oder erst recht vor dem eigenen kleinen Geschäft als ehrenvolle Aufgabe zur Stärkung der Gemeinschaft, als Zeichen der Höflichkeit gegenüber potentiellen Passanten, als Weg, das Glück willkommen zu heißen und den Gottheiten, die es bringen, zu danken.

Ganz gleich ob bei gemeinsamen Aktionen oder individuellen Reinigungsarbeiten auf öffentlichen Wegen – es geht hier zwar durchaus um Sauberkeit und den Erhalt eines für alle ansprechenden Anblicks, der Freude bereiten soll, aber auch um ein Einbringen in das gemeinschaftliche Leben des Ortes oder des Viertels und um ein Zeichen des gegenseitigen Respekts und des Aufeinander-Achtens.

Auch in KMU in Japan wird das Putzen heute noch sehr oft turnusmäßig und in Gruppen vom Personal selbst übernommen, wobei das Wort „Personal“ hierarchieübergreifend zu verstehen ist. Abteilungsleiter und untergeordnete Mitarbeiter putzen gleichermaßen gemeinsam, und auch Manager übernehmen die Reinigung der Toiletten. Dies soll zum einen die Teambildung fördern, zum anderen aber auch für Bodenhaftung und Realitätssinn in den höheren Befehlsebenen sorgen.

Im privaten Umfeld wird das gemeinsame Putzen durch Mutter und Kind neben dem pädagogischen Aspekt als Festigung der Familienbande aufgefasst.

Putzen als Geschichts- und Kulturerbe

Der Ursprung dieser außergewöhnlichen Putzkultur liegt nicht allein in dem gedanklichen und weltanschaulichen Hintergrund Japans. Die klimatischen Bedingungen, die zu typischen Bauweisen und Einrichtungsmodellen geführt haben, spielten dabei eine nicht zu unterschätzende Rolle.

Neben Dielenböden, die heute noch in vielen öffentlichen Gebäuden zu finden sind, sind die traditionellen Tatami-Matten aus Reisstroh und Flatterbinsen (*igusa*) jahrhundertlang ein beliebter, doch auch kostspieliger Bodenbelag gewesen, der eine hohe und tägliche Aufmerksamkeit erfordert. Auch wenn Tatami in Mietwohnungen in den Großstädten heute nicht mehr verwendet wird, ist er in Altbauten weiterhin ein Symbol Japans und seiner bürgerlichen Bevölkerungsschichten, das unter dem Gesichtspunkt einer nachhaltigen und natürlichen Wohn- und Lebensweise in letzter Zeit in einzelnen Neubauten eine Renaissance erfährt.

Die Putztechniken und -utensilien sowie Putzrituale, die sich daraus ergeben haben, werden als geschichtliches und kulturelles Erbe betrachtet, verehrt, wie ein Schatz gepflegt, bewusst erhalten und fortgeführt. In Workshops werden diese Praktiken den jüngeren Generationen

übermittelt. Putzen ist in Japan Ausdruck und Werkzeug der historischen Kontinuität und Identität.

Dass dies auch individuell gilt, zeigt die Tatsache, dass erwachsene Frauen allen Alters, die in der japanischen Gesellschaft nach wie vor hauptsächlich für solche Aufgaben im Haushalt zuständig bleiben, das tägliche Putzen nicht nur als die Seele reinigende Tätigkeit empfinden, sondern auch darin eine lebendige emotionale Verbindung zu ihrer persönlichen Vergangenheit und ihrer Lebensgeschichte sehen. Die kleinen Gesten und Gewohnheiten, die von der Mutter an die Tochter weitergegeben werden, sind lauter kostbare Erinnerungen, die das Band noch dann stärken, wenn der Tod die gemeinsamen Wege längst ausgelöscht hat.

Putzen als Seele eines aufwändigen Kunsthandwerks

Die Empfindlichkeit und Staubanfälligkeit von Tatami-Matten und Holzböden hat zur Entstehung einer Reihe von vielseitigen, erstaunlich durchdachten und sehr hochwertigen Utensilien geführt, deren Herstellung einzigartige handwerkliche Fähigkeiten erfordert.

Das Wischtuch (*Zokin*), das überraschenderweise ebenso wie Bücher, Stifte und Hefte auf der alljährlichen Liste der normalen Schulmaterialien steht, ist dabei eher Nebensache.

Im Laufe der Jahrhunderte haben die japanischen Handwerker unzählige Varianten von speziellen Naturfaserbesen und -bürsten entwickelt, die keine Wünsche offen lassen. Mit unterschiedlichen Längen, Winkeln, Breiten, Materialien, Griffformen, Bündel- und Flechttechniken wird jeder Anforderung, jeder Raumgröße, jeder körperlichen Einschränkung, jedem Reinigungsbedarf bis ins kleinste Detail Rechnung getragen. Dabei wird wie immer in Japan größter Wert auf die perfekte Balance von Effizienz und Nutzbarkeit einerseits, handwerklicher Virtuosität und ansprechender Ästhetik andererseits gelegt. Auf den westlichen Besucher wirken diese an sich alltäglichen Gegenstände wie kleine Kunstwerke aus einer anderen Zeit. Manche von ihnen werden aus diesem Grund als Urlaubssouvenir gekauft.

Putzen als Motor des Erfindergeists

Japan ist die Wiege vieler Erfindungen und der Einfallsreichtum seiner Bevölkerung scheint unerschöpflich.

Dies betrifft auch alles rund um das Thema „Putzen“.

So haben Recycling und Upcycling längst zur Normalität gehört, als diese Begriffe noch nicht erfunden waren. Ein wunderbarer Staubfangmopp aus abgelegter Kleidung, der bereits seit Jahrhunderten in den meisten Haushalten verwendet wird, zeugt von nachhaltigem Denken, das nicht erst durch den Klimawandel motiviert werden musste.

Selbst in unserer Zeit, da der Staubsauger ganz selbstverständlich zur normalen Haushaltsausstattung gehört, wird weiterhin und mit erstaunlichem Elan nach neuen und besseren Möglichkeiten des Putzens geforscht.

Forschen darf in diesem Kontext übrigens im doppelten Sinne verstanden werden: Putzen ist an technischen und geisteswissenschaftlichen Universitäten unter vielen Aspekten ein Studienthema. So hat sich die Museumskuratorin und Akademikerin Watanabe Yumiko auf die Geschichte des Putzens, seiner Utensilien und seiner ethnologischen und soziologischen Implikationen spezialisiert.

Ebenso sind Ingenieure unermüdlich auf der Suche nach noch effizienteren Lösungen, die das Putzen verbessern können.

Dabei sind nicht nur technische, sondern auch soziale Aspekte relevant, etwa die Rücksicht auf andere: In den sehr kleinen und sehr hellhörigen Mietwohnungen der großen Metropolen ist Lärmbelästigung ein nicht zu vernachlässigendes Problem. Es entspricht der japanischen Auffassung eines glücklichen nachbarschaftlichen Miteinanders, Staubsaugerlärm nach Möglichkeit zu vermeiden, zumal die vielen Parteien eines Hochhauses unterschiedlichste Arbeits- und Schlafenszeiten haben können. So wurden eine Vielzahl von Produkten entwickelt, die lautloses und gründliches Putzen gewährleisten und die im Westen bisher unbekannt sind. Hierzu gehören zum Beispiel Staub-Roller aus abziehbarer Klebefolie – eine Art überdimensionale Fusselbürste für alle Böden, die in allen Größen, Höhen und Breiten verkauft wird – sowie verschiedene Wischsysteme mit patentierten Profilen.

Putzen ist in Japan nicht einfach nur Hausarbeit oder lästige Pflicht. Es wird als Suche nach Schönheit, nach ethischen und sozialen Werten, nach Gemeinschaft und Zusammenhalt empfunden und reflektiert, als Bestätigung der nationalen Identität und Unverwechselbarkeit und wird dadurch zu Lebensart. Es ist Teil des kulturellen Selbstverständnisses des Landes, Ausdruck einer einzigartigen Denkweise und einer tiefen Philosophie, Ursprung einer unbändigen Kreativität, die sich vom Handwerk bis in die Industrie erstreckt und mit Leidenschaft vorangetrieben wird. Es ist auch Zeugnis der in Japan in allen anderen Lebensbereichen spürbaren und oft bewunderten, da beispiellos natürlich vollzogenen Verbindung von Tradition und Fortschritt, von Geschichte und Modernität, von Vergangenheit und Zukunft. Es ist einfach ... typisch Japan!

Edle Schreibgeräte – unendlich viele Welten

Die Frage ist nicht, wer noch mit der Hand schreibt. Schreibgeräte sind auch Luxusgut und Ausdruck unterschiedlicher ästhetischer Kulturen.

Ob sie in einer einsamen Schatulle in der Schublade ihr Dasein fristen, täglich verwendet werden oder in einer Vitrine das Auge erfreuen – edle Schreibgeräte lassen niemanden wirklich gleichgültig. Sie sind schon seit langer Zeit Ausdruck unserer Identitäten, mit persönlichen Erinnerungen an gute und schlechte Tage verbunden ... und sind in den letzten Jahren immer mehr zu einem Wirtschafts- und Lifestyle-Faktor geworden. Sie sind somit ein gutes Beispiel dafür, dass Veränderungen nicht notwendigerweise mit dem Aussterben bestimmter kultureller Errungenschaften einhergehen müssen, sondern dass das, was uns einmal wichtig war, durchaus in neuen Formen Teil unserer Lebensart bleibt und sogar an Wert gewinnt.

Edle Schreibgeräte im Computerzeitalter: die Welt „davor“ ...

Viele Menschen besitzen mindestens einen schönen Füllfederhalter oder Kugelschreiber, der mit einem denkwürdigen Meilenstein ihres Lebens verbunden bleibt. Bis zu den 1990er Jahren waren teurere Schreibgeräte tatsächlich ein traditionelles Geschenk zu bedeutungsvollen Ereignissen, etwa zur Kommunion, zum Start des Studiums oder zum bestandenen Abschluss, oder wurden mit Stolz mit dem ersten Gehalt oder zur Feier einer Beförderung selbst gekauft. Sie standen damit für das Unvergessliche, das Erreichte, und so entwickelte sich zu ihnen – wie zu denjenigen, die als Erbstück von einer geliebten Person zurückblieben – eine stark biographische und emotionale, ja mitunter nostalgische Bindung. Dabei spielte es kaum eine Rolle, ob mit ihnen jeden Tag, zu ausgesuchten Gelegenheiten oder niemals geschrieben wurde: Ihnen kam eine Sorgfalt und Zuwendung zu, die dem entsprach, wie sie wahrgenommen wurden: als etwas Besonderes, das verdient werden wollte.

... die Welt im Umbruch ...

In den 1990er Jahren wurden edle Schreibgeräte zwar weiterhin gern als Präsent gekauft, wurden aber eher als Verlegenheitsgeschenk betrachtet – ermöglichten sie es doch, etwas unverfänglich Neutrales zu überreichen, das theoretisch zu jedem passte bzw. das zumindest niemanden beleidigen konnte, ausreichend Wertschätzung zu demonstrieren, ohne sich viele Gedanken über die Person machen zu müssen, ja ohne sie sogar wirklich kennen zu müssen. Das Schreiben auf Papier galt als obsolet, und auf die Idee, sich als Belohnung für eine herausragende Leistung einen exquisiten Füller selbst zu schenken, kam kaum noch jemand.

... und die Welt „danach“

In den letzten 20 Jahren allerdings wendete sich das Blatt. Fortschreitende Digitalisierung, die Allgegenwärtigkeit von Smartphones und die Selbstverständlichkeit des papier- und handschriftlosen Lebens trugen zu einer Renaissance bei, die aus zwei Motivationen heraus erwuchs: zum einen aus der Sehnsucht nach dem Analogen, nach dem Vertrauten und Echten, nach einer realen Welt als Ausgleich zu den virtuellen Universen, in denen wir uns zunehmend bewegen; in diesem Punkt fanden überraschenderweise „Digital Natives“ und die als „Boomer“ verschriene Generation zusammen, die ersten aus Neugier und aus dem Wunsch heraus, etwas physisch Spürbares zu erleben, die anderen aus der Überzeugung heraus, dass es mehr geben könne als die schöne neue Welt und nicht alles Alte gleich über Bord geworfen werden müsse. Parallel dazu spielte die steigende berufliche und digitale Überforderung eine Rolle. Papier und Stift wurden als erholsam langsam, als ein Weg zu Downshifting und Slow life, zu mehr Lebensqualität erkannt.

Ein historisch belegter Mechanismus

Es war in der Menschheitsgeschichte schon immer so: Was nicht mehr unbedingt notwendig ist, doch weiterhin Liebhaber findet, wird zum Luxus-Gut. So hat sich die Industrie der hochwertigen Schreibgeräte nach drei schwierigen Jahrzehnten nicht nur erholt, sondern sie erlebt seit zwanzig Jahren einen noch nie gesehenen Aufschwung, der auch in Krisenzeiten nicht mehr abebbt.

Aus dem Alltagsgegenstand mit Flair ist ein Sammlerobjekt geworden, für das bereitwillig Höchstpreise bezahlt werden. Wie Armbanduhren und

Weine sind Füllfederhalter nun mehr ein Sammelbereich der absoluten Spitzenklasse.

Neben den großen bekannten Marken sind Produkte immer zahlreicherer kleinerer Manufakturen oder Werkstätten auf den Markt gekommen, und die Auswahl ist kaum noch zu überblicken.

Für Sammler, die sich auf Messen und Foren austauschen, bedeutet dies eine Fülle unbegrenzter Möglichkeiten: Sie können sich auf Schreibgeräte eines bestimmten Herstellers konzentrieren, sich für ihre bevorzugte technische Ausführung (etwa Kolben-, Hebel- oder Schlauchfüller) entscheiden oder sich thematischen Untergebieten (wie Damenfüller, Editionsfüller nach berühmten Schriftstellern, Komponisten, Künstlern oder Prominenten, historische Füller ...) widmen.

Exquisite Schreibgeräte spiegeln ästhetische Kulturen wider

Ein interessanter Ansatz kann es sein, Füllfederhalter aus bestimmten Ländern zu sammeln.

Italien hat sich hier mit vielen großen Marken im oberen Luxus-Segment einen Namen gemacht. Neben Aurora und Visconti mit durchaus kleinen bis mittleren Preisen ist unter anderem Montegrappa zu nennen, bei der die seltensten Stücke auch einen sechsstelligen Betrag kosten können. Italienische Füller sind für Sammler ein echtes Muss: Ihre üppige, oft barocke Ausführung führt im meisterlichen Handwerk jene überschwängliche Lebensart fort, die aus allem ein Fest macht.

Japan hat sich viele Jahre auf die technischen Aspekte der Füllerherstellung konzentriert und bereits zu kleinen Preisen handwerklich hervorragende Produkte angeboten. In den letzten Jahren kommen mit den staatlich und von Verbänden und Privatinitiativen gestützten Bemühungen, das traditionelle Kunsthandwerk Japans in all seinen Facetten zu fördern und seine Existenz durch Marketingmaßnahmen im Inland und einen verstärkten Export zu sichern, viele limitierte Serien aus beeindruckender Handarbeit auf den Markt, die zum Teil aus sehr kleinen Werkstätten stammen. Japan besinnt sich in Materialien und Mustern gezielt auf seine natürlichen Stärken: Maki-e und Urushi-Lack lassen die japanischen Landschaften und Jahreszeiten von Sakura bis zum schneereichen Winter hochleben.

Großbritannien pflegt ganz stilecht auch bei gehobenen Schreibgeräten eine erlesene Distinguiertheit. Sterling-Silber, Zelluloid und ein exzellentes Handwerk kennzeichnen diese Stücke, die ganz britisch auf echte Qualität und Understatement setzen. Auch wenn viele der im frühen 20. Jahrhundert berühmteren Hersteller ihre Manufakturen längst geschlossen haben, sind ihre Produkte als Antiquität weiterhin sehr begehrt.

Sammeln oder nutzen? Grensräume und Lebensart

Ist es nicht zu schade, ein Schreibgerät als Sammelobjekt zu betrachten und geschützt in seinem Kästchen oder in einer Vitrine aufzubewahren? Tatsächlich pflegen Sammler im Allgemeinen eine mehrgleisige Strategie. Während einige Stücke etwa aus sehr hochpreisigen limitierten Editionen als Kunstobjekt und Wertanlage in der Tat niemals mit Tinte in Berührung kommen, was bei einem Einkaufspreis in einem oberen vierstelligen oder fünfstelligen Bereich nachvollziehbar ist – würden Sie einen Rembrandt in der Küche aufhängen? –, werden andere teure Füllfederhalter sehr wohl benutzt.

Das Sammeln beginnt oft mit preiswerten Exemplaren im dreistelligen Bereich, die zum eigenen Gebrauch und nicht selten auf der Suche nach dem perfekten Schreibpartner erworben werden. Aus Vergleichen, Neugier und Leidenschaft für diese sinnliche und belohnende Art des Schreibens entsteht dann auf ganz natürliche Weise der Wunsch, weitere zu erwerben. Schließlich harmonisiert nicht jeder Tintenleiter, jeder Korpus und jede Feder mit der eigenen Hand oder Handschrift oder passt zur gewünschten Tinte und zu jedem Papier.

Die Grenzen zwischen Schreibkultur und Sammlerehrgeiz sind also immer fließend.

Mit einem Füllfederhalter zu schreiben ist immer Ausdruck von Lebensart und Sinnlichkeit. Das Geräusch der Feder auf dem Papier, der Anblick des satten Strichs, der Duft der Tinte und die Gewissheit, ein besonderes Stück Handwerkskunst und ein Unikat in Händen zu halten, das Innehalten, das das Schreiben mit der Hand ermöglicht, schenken einen befriedigenden Genuss, der Gaumenfreunden in nichts nachsteht. Dass Schreibgeräte nicht mehr Selbstverständlichkeit sind, sondern unsere bewusste Entscheidung für einen anderen, hochwertigeren Alltag widerspiegeln, macht sie zu einer

Kostbarkeit und Bereicherung – ob als Sammelobjekt oder Begleiter.

Cottage – Typisch britisch!

Mehr als ein Haus – eine Lebensart

Es gibt Wörter, deren bloßer Klang eine Flut an Bildern auslöst. „Cottage“ gehört zweifelsohne dazu: das malerische Dach, die weißen Wände
...

Wer versucht, das Wort „Cottage“ zu definieren, hat es nicht unbedingt leicht. Tatsächlich handelt es sich nicht um einen scharf umrissenen Begriff, und doch ist die Vorstellung, die in unseren Köpfen ganz natürlich entsteht, wenn wir ihn hören, sehr konkret, präzise und eindeutig. Umgekehrt verhält es sich ebenso: Wer ein Cottage vor sich hat, identifiziert es sofort als solches, unabhängig von Bildungsstand und kultureller Herkunft.

Ein sprachliches Phänomen

Im Jargon des Marketing ausgedrückt ließe sich sagen, dass das Cottage ein Alleinstellungsmerkmal ist und eine hohe Wiedererkennbarkeit genießt. Dies erklärt auch, warum das Wort „Cottage“ interessanterweise in fast allen Sprachen unübersetzt übernommen wurde, um diese besondere Form britischer Architektur zu beschreiben.

Einige typische Kennzeichen

Cottages gibt es in vielen Ausführungen, und irische und englische Exemplare unterscheiden sich durchaus. Einige Gemeinsamkeiten lassen sich trotz allem mühelos ausmachen. Was sie verbindet, ist eine traditionelle Bauweise, die Verwendung von Natursteinen und Holz, Räume mit niedrigen Decken, ein Stroh- oder Reetdach, in kleine Quadrate unterteilte Holzrahmen-Fenster und oft eine niedrige Naturstein-Mauer als Grundstücksbegrenzung. Anders als [Landhäuser](#), die sich gern mit diesem Namen schmücken, mit ihnen jedoch nur die ländliche Lage gemein haben, sind „echte“ Cottages von überschaubarer Größe und häufig nicht auf weiter Flur isoliert, sondern sichtbar Teil einer dörflichen Gemeinde.

Wie aus Architektur ein Lebensgefühl wird

Ihre kompakte und zugleich sehr solide Bauweise ist mehr als nur ein architektonisches Merkmal. Sie strahlen eine Gemütlichkeit und Geborgenheit, eine Wärme und Ruhe aus, die das Englische spontan verständlich „cosy“ nennt.

Das Cottage beschwört nicht nur Bilder einer besonderen und typisch britischen Form von Architektur. Es lädt dazu ein, eine Vorstellung dessen zu entwickeln, wie es sich hier lebt oder leben könnte, und wird als solches zu einem Ort der Sehnsucht.

Der Reiz inspirierender Klischees

Manchmal sind Klischees besser als ihr Ruf, denn sie helfen uns, unsere Erwartungen und Hoffnungen in Worte zu fassen und zuweilen enthalten sie durchaus ein Körnchen Wahrheit. Das Cottage ist deshalb ein solcher Ort, der zum Träumen einlädt, weil Film und Literatur bereits viele Idealbilder dessen vermittelt haben, was in diesen Räumen möglich ist. Hier wohnt vielleicht ein einsamer kauziger Gelehrter, der in seinen Bücherstapeln vergraben die Welt hinter dem Fenster nur durch die alten Seiten kennt, die er unentwegt durchblättert; vielleicht ist es ein IT-Spezialist, der gerade eine App entwickelt; vielleicht ist es eine strickende alte Miss Marple, die mit Hingabe ihren Garten pflegt und das Dorfleben aufmerksam verfolgt; vielleicht wurde der alte Fachwerkbau von einer erfolgreichen Medienberaterin zu einem stilvollen Landhaus umgebaut; vielleicht verbirgt sich hinter der Tür eine charmante Teestube, ein freundliches B&B für junge Familien, ein Schriftsteller, der hier seine Writers Cabin gefunden hat ... oder das Homeoffice eines Übersetzers, der es genießt, Naturnähe, Ruhe und Arbeit in Einklang zu bringen.

Unbegrenzte Möglichkeiten

Gerade diese Vielfalt und Wandelbarkeit macht das Cottage in unserer Fantasie wie im echten Leben so unvergleichlich anziehend. Es spricht die unterschiedlichsten Menschen an und vermittelt das Gefühl, dass es alles sein kann und für jeden das Zuhause aller Träume sein kann: hip oder traditionsverbunden, quirlig oder still, sehr privat oder repräsentativ. Hier sind Landhausstil oder skandinavischer Purismus gleichermaßen möglich.

Das Cottage ist auch Garten

Im Cottage ist der Garten Teil der Einrichtung ... und des romantischen Zaubers. Was scheinbar zufällig, wildwuchernd, natürlich und sich selbst überlassen zusammenwächst, ist in Wirklichkeit eine sorgfältige Komposition. Englische Rosen, blaue und weiße Stauden verleihen der oft eher kleinen Fläche Struktur, die von Kräutern und einjährigen Pflanzen wie Kornblume oder Kapuzinerkresse ergänzt werden. Auch hier sind die Optionen fast endlos, und jeder kann finden und kreieren, was seine Sehnsucht stillt. Ganz gleich, wie er gestaltet wird: Der Cottage Garden ist wie das Haus selbst im perfekten Gleichgewicht zwischen Natur und Mensch.

Das Cottage ist Zeitgeist – und zeitlos

Mit diesen Attributen trifft das Cottage den Nerv der Zeit: Kaum eine andere Bauweise eignet sich so gut für Individualisten, die ihre eigene Version des Cottages leben möchten. Gerade die Pandemie hat Orte wie das Cottage und seinen Garten als geschützten Rückzugsort noch reizvoller erscheinen lassen. Es verspricht durch seine dörfliche Nähe ein Leben auf dem Land ohne Komfort-Einbußen, eine wirklichkeitsgewordene Idylle, die sich bescheiden ursprünglich geben, aber auch zum kostbaren Kleinod werden kann.

Das Cottage verkörpert Vieles von dem, was wir als typisch britisch betrachten: ländlichen englischen Charme, landschaftliche Verbundenheit, ein ruhiges aber gemeinschaftliches Dorfleben, einen malerischen Garten, traditionelle Architektur und Brauchtumspflege, aber auch die kleinen Besonderheiten und liebenswerten Schrullen, die in jedem von uns schlummern.

Mas de Provence

Es ist das Haus, das das ganze Lebensgefühl der Provence verkörpert. Einblick in ein Gebäude voller Träume, Erzählungen und Verheißungen.

In der Provence können Postkarten, die auch in Zeiten von Smartphones und Selfies noch auf zahlreichen Drehständern vor Zeitungs- und Souvenirgeschäften verkauft werden, zuweilen recht eintönig anmuten: Lavendelfelder, soweit das Auge reicht – und mittendrin ein sandfarbenes Haus mit mediterran-hellroten Dachziegeln. Mehr als diese beiden Zutaten und dieses klischeehafte Bild braucht es nicht, um uns zum Träumen zu bringen, unser Fernweh und unsere Sehnsucht nach Sonne, Urlaub und den Schätzen des Südens zu wecken. Ein einfaches Haus wurde zum Sinnbild einer ganzen Region und ihrer Lebensart. Doch wieso?

Die einfache Geschichte eines einfachen Gebäudes

Wenig aufregend und gar nicht mal typisch?

Nichts schien dieses Gebäude dazu zu prädestinieren, zur Verkörperung der Provence zu werden. Tatsächlich ist diese Bauweise ebenso im Languedoc oder im Roussillon, also in einem Großteil des französischen Südens, und sogar in einigen Teilen Kataloniens zu finden. Das Wort selbst, das ohne „s“ ausgesprochen werden sollte, stammt zwar aus dem provenzalischen Dialekt, der der katalonischen Sprache nahe ist, geht aber schlicht auf die spätlateinische Wurzel *masu* zurück, was nichts anderes als „Haus“ bedeutet. Spannend ist die Geschichte des Wortes, das wir als so malerisch empfinden, also nicht gerade.

Eigentlich nur ein Bauernhaus ...

Dass ein Mas mitten in einer weiten Landschaft gut sichtbar allein steht, spiegelt seine ursprüngliche Bestimmung wider. Mas waren in erster Linie Bauernhäuser kleineren Ausmaßes, die sich hier deutlich von den „Bastides“ unterschieden, welche sehr ausgedehnten landwirtschaftlichen Betrieben, Weingütern oder sonstigen Gehöften und Anwesen vorstanden.

Um dem rauen Klima der Region mit ihren heißen und trockenen Sommern, den schnee- und frostreichen Wintern und starken Temperaturschwankungen zu begegnen, mussten Mas selbstverständlich von ausgesprochen stabiler Substanz sein.

In den unterschiedlichen Landstrichen der Provence zeugen sie heute noch von den jeweiligen alten landwirtschaftlichen Spezialitäten: In den Lavendelfeldern des Lubéron sind es oft schlichtere und kleinere einteilige, höchstens als L angelegte Gebäude. In der Camargue wiederum, die von der Schaf-, Pferde- und Stierzucht, der Salzgewinnung und dem Reisanbau geprägt wurde, sind sie von wesentlich beeindruckenderen Dimensionen und Flächen und erinnern mitunter an größere Haciendas. In der Crau, in der jahrhundertlang Schafzucht dominierte, oder der Drôme und der Ardèche, die hauptsächlich für den Obstanbau berühmt waren und sind, sind sie von mittlerer Größe.

Damals schon: eine nachhaltige, lokale und umweltfreundliche Bauweise

Mas wurden mit den Materialien gebaut, die vor Ort zur Verfügung standen: Steine, die aus den Feldern nach dem Durchpflügen entfernt und am Wegesrand zur beliebigen Verwendung aufgetürmt oder aus den nahen Flüssen entnommen wurden, Holz und Erden aus der Region verleihen ihnen ihre typischen pudrigen Töne. Der apricot- bis sandsteinfarbene Putz aus Sand, Erde und Kalk gewährleistete durch eine spezielle Rezeptur einen perfekten Feuchtigkeitsaustausch zwischen Innen und Außen, schützte die Mauern vor Rissen durch Frost und starke Temperaturschwankungen, reflektierte im Sommer das Sonnenlicht und diente gleichermaßen als „Klimaanlage“ und Barriere gegen Ungeziefer und Nagetiere.

Das Gebäude war so gestaltet, dass neben Menschen Tiere und Vorräte unter einem Dach Platz fanden – die von den Bewohnern genutzten Räume in der ersten Etage wurden von unten von den Tieren und der oder den Koch- und Waschküchen gewärmt, während von oben die Trockenvorräte wie Getreide, Heu und Kräuter als Dämmung fungierten.

Die Größe war zudem anpassbar und Anbauten waren aufgrund der einfachen Form und einer durchdachten Inneneinteilung jederzeit möglich: Das Mas konnte mit der Familie im Zuge von Heiraten und Geburten sowie mit der Entwicklung und Erweiterung des Betriebs ohne viel Aufwand mitwachsen.

Aus schlicht wird schick

Aus dem Mittelalter in die Neuzeit

Nach und nach entwickelten sich die mittelalterlichen Bauten zu dem, was in neuerer Zeit ein Mas wirklich ausmacht.

Im 17. Jahrhundert wurden aus Genua die ersten Dachziegel importiert, die wir als „typisch provenzalisch“ empfinden. Waren sie zunächst den reichen Weindomänen und den betuchten Bastides vorbehalten, so erreichten sie bald auch die Mas und ersetzten die einfachen und brüchigen Ziegel, die bis dahin oft vom Bauern selbst aus schlechtem Ton auf dem Oberschenkel geformt und im Gemeindeofen gebrannt wurden. Dazu gesellten sich Fensterläden aus Hölzern der Region, die mit ihrer einzigartigen Z-Verstärkung und ihrem lavendelblauen Anstrich zu den weiteren Merkmalen des Mas gehören.

Zu hip wegen Hype?

Allerdings sind gerade diese Kennzeichen heute gefährdet. Die Aufgabe vieler landwirtschaftlicher Betriebe traf in den 1970er Jahren unglücklicherweise auf die Phase des stark zunehmenden Tourismus' und der neuen Gewohnheit vieler Großstädter – ob aus benachbarten Regionen oder aus der französischen Hauptstadt –, sich Wochenend- und Ferienhäuschen einzurichten. Ein Mas war schick, es zu mieten war zu wenig, es gehörte sich, eines zu besitzen. Mas wurden zu Sommerfrischenresidenzen, zu Hotels oder Bed- & Breakfast-Pensionen, zu Wellness-Oasen und Spas umfunktioniert.

Reiche Designer und Künstler folgten bald, machten aus dem Leben in der Provence eine Pose und kauften immer mehr Bestand ab, den sie nach ihren Vorstellungen repräsentativ umgestalteten.

Da der Gebäudetyp nicht als Kulturerbe eingetragen ist und die Mas mehrheitlich auch nicht unter Denkmalschutz stehen, wurden sie den Wünschen und dem Geschmack der Kunden angepasst.

Die Fensterläden wurden bestenfalls mit Farben umlackiert, die nicht zu einem Mas gehören, oft sogar durch modernere Modelle ersetzt, denen das „Z“ ganz und gar fehlt. Schlimmer noch: Der für das Gebäudeklima so wichtige und durchdachte, jahrhundertlang erprobte Putz wird immer häufiger weggekratzt, um die Ursprünglichkeit des Natursteins freizulegen, was nicht nur dem Wesen eines Mas von Grund auf widerspricht, sondern

eine bautechnische und bauphysikalische Katastrophe ist.

Vor vielen Mas, die auf ihrer leichten Anhöhe thronen oder sich im schützenden Kissen ihrer Felder einkuscheln sollten, breitet sich nun ein Pool aus.

Vom Mas bleibt vielerorts nur der Name übrig.

Zurück zu den Wurzeln?

Mittlerweile organisieren sich private lokale Initiativen, die sich dafür einsetzen, dass zumindest kleinere Mas bei einem Besitzerwechsel wieder in den ursprünglichen Zustand zurückversetzt werden müssen und dass Kaufverträge künftig an bestimmte Auflagen geknüpft werden. Doch dies ist ein langer und behördlich anstrengender Weg, dessen Erfolg nicht zuletzt aufgrund der berechtigten örtlichen wirtschaftlichen Interessen noch fraglich erscheint.

Eine unverhoffte Hilfe könnten jedoch der Klimawandel und die sich anbahnenden Energiekrisen leisten, denn das Mas ist in seiner erdachten Bauweise das perfekte ökologische Haus.

Das Mas aus der Postkarte verkörpert auf berührende Weise eine lebendig übersetzte Unübersetzbarkeit. Es erzählt uns Geschichten aus einer Welt, von der wir träumen möchten, die uns vertraut erscheint, die wir erkennen und in unserem Herzen und unseren Sinnen spüren. Es zeugt von dem weisen Natur- und Lebensverständnis einer ganzen Landbevölkerung, vermittelt uns durch seinen bloßen Anblick das unverwechselbare Gefühl von Wärme auf der Haut, den Duft von Lavendel und würzigen Kräutern, den violetten Schatten grauer Olivenbäume, den beruhigenden Klang der Zikaden, den unvergleichlich befriedigenden Geschmack einer sonnenverwöhnten Küche. So übersetzt ein Wort, für das es keine Übersetzung gibt, das aber weltweit in der allgemeinen Vorstellung für die Geborgenheit eines unerschütterlichen Steinhauses inmitten einer unbestritten lieblich schönen und zugleich doch rauen und harten Landschaft steht, über die Jahrhunderte und die Sprach- und Ländergrenzen hinweg die Ewigkeit und Beständigkeit der malerischen Provence.