

Gefällt mir

Text **FRANK BODIN** Illustration **GRAFILU**

Folgende Filmidee finde ich schön, beispielsweise um die Schönheit unseres Landes zu bewerben: Ein Blinder malt unterschiedliche Orte in der Schweiz.

Der Film geht dann etwa so: Wir sehen einen blinden Mann mit Blindenstock in der Bahnhofhalle Zürich. Zwischenschnitte auf Zugräder, Lautsprecher, gurrende Tauben, Rollkoffer und schwatzende Menschen geben uns eine Ahnung, wie der blinde Maler die Welt akustisch wahrnimmt. Er spricht zur Kamera: «Ich bin nicht blind. Ich sehe.» Schnitt. Wir sehen den Mann nun mit seiner Staffelei am Rheinfall. Er lauscht mit geschlossenen Augen den tosenden Wassermassen. «Ich sehe. Auf meine Weise.» Schnitt. Er sitzt mit seiner Staffelei in einem kleinen Ruderboot auf dem Lac Souterrain de Saint-Léonard, dem grössten befahrbaren unterirdischen See Europas, und lauscht dem eigentümlichen Dröhnen und Tropfen der Höhle. Er beginnt zu malen. «Sehen Sie die Stille?» Schnitt. Wir sehen ihn inmitten eines Rebberges im Lavaux. «Töne, Gerüche, Temperaturen, Texturen sind meine Motive.» Schnitt. Wir sehen ihn hinter seiner Staffelei in der Mitte einer spektakulären Hängebrücke, dazu das Knarren des Holzes. «Ich weiss auch, wie Höhe klingt. Und Tapferkeit.» Schnitt. Wir sehen ihn mit seiner Staffelei auf einer Bergspitze. «Sähe ich, was ich höre, ich würde meinen Augen nicht trauen.» Schnitt. Ein Orchester probt im Konzertsaal des KKL. Im Zuschauerraum ist einzig der blinde Maler, der zur Musik malt. «Auch ohne Augenlicht habe ich Schönheit kennengelernt.» Schnitt. Er ist auf der St.-Peters-Insel und malt

FRANK BODIN, CEO der Agentur Havas und Präsident des Art Directors Club Switzerland, ist einer der renommiertesten Werber. Die Arbeiten des Quereinsteigers wurden vielfach ausgezeichnet.



zum Gezwitscher der Vögel. «Und natürlich Liebe.» Schnitt zur Schlusseinrichtung. Wir sehen, wie er seiner Frau die Bilder zeigt, die er gemalt hat. Wir bekommen die Bilder nicht zu sehen.

Was schön ist, bestimmt die Mehrheit. Heute mit einem «Like»-Daumen-hoch. Schönheit bedeutet Zustimmung, Anerkennung, Zuneigung. Schönheit verführt. Darum wirbt man auch mit Schönheit. Darum ist Schönheit meist etwas Durchschnittliches. Ich finde das Filmskript schön, weil es nicht durchschnittlich ist – es bricht nämlich das gängige Schönheitsklischee in der Werbung. Und es würde auch ohne Durchschnittsoberflächlichkeit wahrscheinlich überdurchschnittlich viele Likes erhalten. Alles an dieser Filmidee ist natürlich. Die Orte. Die Geräusche. Der blinde Maler (den gibt es wirklich). Die Authentizität bildet einen wohlthuenden Kontrapunkt zu unserer beschleunigten digital-visuell-virtuellen Welt: Der Film offenbart eine Schönheit, an der viele Menschen vorbeischaun würden – ein Blinder öffnet uns die Augen und zeigt, was Schönheit wirklich bedeuten kann. Unschön ist nur, dass die Idee nie umgesetzt wurde.



Kleingeistige Modehasser

Text **KATHARINA BRACHER** Illustration **NAOMI ELLIOTT**

eines reduzierten Stücks vom Wühltisch eines Kaufhauses besonders unabhängig von der Mode zu machen, der befindet sich auf dem Holzweg. Denn es waren ebenjene dümmlichen Modeaffen, die irgendwann für euch Ignoranten entschieden haben, was ihr mit kokettierender Nachlässigkeit auf euren ungeliebten Körpern tagtäglich tragt. Nicht nur sichern sie damit Millionen von Arbeitsplätzen eurer Volkswirtschaften, nein: Damit haben die Modeaffen auch darüber bestimmt, was ihr mit dem Kleidungsstück unwillentlich über eure Persönlichkeit aussagt.

Nun weiss ich einerseits nicht so viel über die Modeindustrie wie die «Vogue»-Chefin, und zweitens könnt ihr jetzt nicht sehen, wie ich die scharf gezeichneten Augenbrauen hebe und meine rot geschminkten Lippen verächtlich kräusle. Trotzdem möchte ich euch, werte Ignoranten, einmal sagen, dass eure Moderesistenz nicht eben von Intelligenz zeugt. Es ist unmöglich, mit euren lieblos ausgewählten Textilien *nichts* über eure Persönlichkeit auszusagen. Weder die ausgelatschten Fake-Leder-Schuhe noch das Kurzarmhemd vom deutschen Discounter drücken aus, dass euer grosser Geist mit viel zu klugen Gedanken beschäftigt ist, als dass ihr euch um Mode kümmern könntet. Sie schreien eher: Mein Körper ist mir egal und meine Umwelt erst recht. Und damit sei hier kein

Argument für die überzogenen Preise mancher Designer-Labels vorgebracht. Mode, welche die Persönlichkeit akzentuiert und lange hält, weil zeitlos und von guter Qualität, ist selbst in der Schweiz zu vernünftigen Preisen erhältlich.

Die vermutlichen Gründe, übrigens, warum ihr Mode hasst, lassen tief blicken. Die italienische Designerin Miuccia Prada hat sie einmal so formuliert: Erstens sind Kleider etwas Intimes. Wenn wir uns kleiden, dann machen wir damit unser Selbstbild öffentlich. Zweitens wird Mode als Weiberzeug angesehen und gilt damit als Zeichen von Schwäche. Beides muss Modehassern zutiefst peinlich sein.

Zum Schluss eine versöhnliche Note: Mir sind Leute, die sich ausschliesslich deshalb kleiden, damit sie nicht nackt herumlaufen müssen, sympathisch. Ein paar der klügsten, lustigsten Menschen in meinem persönlichen Umfeld foutieren sich um Mode. Doch weil sie eben wahrlich intelligent sind, wissen sie genau: Nicht nur Idioten tragen Prada.

KATHARINA BRACHER schreibt für das Ressort Gesellschaft der «NZZ am Sonntag». Angefangen hat sie auf der Bundeshaus-Redaktion in Bern. In dieser Zeit ist sie drei gut gekleideten Politikern über den Weg gelaufen. Zwei davon waren Frauen und Mitglied der Regierung.

«In diesem Haus zählen Äusserlichkeiten nicht», hat einmal ein Chef von mir erwidert, als ich ihm ein ehrliches Kompliment zu seinem neuen Anzug machte – immerhin der erste in seiner Sammlung, der auch wirklich sass. Mode, gab mein Vorgesetzter mir zu verstehen, sei etwas für oberflächliche Menschen. Für Trottel eigentlich. Ganz im Gegensatz zu ihm, der einen kritischen Blick auf diese Industrie hat und weiss: Mit Mode lässt sich vor allem Geld verdienen. Der Rest ist zur Schau getragene Eitelkeit und damit unter der Würde jedes vernünftigen Menschen.

Liebe Leute, die ihr Mode für lächerlichen Kram haltet: Gerne würde ich euch einmal so zusammenfalten, wie Miranda Priestly (Meryl Streep) es in «The Devil Wears Prada» mit ihrer Praktikantin tut. Die Chefredaktorin eines einflussreichen Modemagazins klärt die junge, modeignorante Frau in einer blitzschnell formulierten Argumentationskette darüber auf, woher deren billiger, formloser Pulli ursprünglich stammt. Der Subtext der eloquenten Abstrafung: Wer meint, sich mit der zufälligen Wahl