JEFF GRIFFIN HOLT DAS BUFFALO-MUSTER RAUS

Eine Jacke ist eine Jacke ist keine Jacke. Für dieses Projekt muss man es mal so pathetisch sagen. Das seltsame übergroße Karo an unmöglichen Stellen auf der dicken Jacke rechts lässt es schon erahnen: Hier geht es um Dekonstruktion und Rekonstruktion mit durchaus ungewohnten Mitteln und Mustern – die eher nach Highlands aussehen als nach Po-Ebene.

Die Marke Woolrich hat schon mit vielen Designern zusammengearbeitet, zuletzt mit Goldwin, einer japanischen Highend-Outdoor-Marke, also einem Betrieb, der teure Anziehsachen für draußen herstellt. Jeff Griffin, der neue Kooperationspartner, bringt die älteste amerikanische Outdoor-Marke, die in Italien sitzt, noch einen Schritt weiter. Teuer sind auch die Jacken, die er für die Kollektion „Griffin x Woolrich" entworfen hat. Aber sie sehen robust aus – dieser bärbeißige Engländer kommt eben nicht aus London, sondern denkt sich in der tiefsten englischen Provinz, ganz hinten in Devon, auf seiner Loveland-Farm Designs aus.

Fast ein Wunder, dass diese Kollektion funktioniert. Denn Andrea Canè, der Global Creative Director von Woolrich, ist vergleichsweise zart gebaut, zurückhaltend freundlich und bisher nicht übermäßig experimentell – zu etwa zwei Dritteln bietet er zeitlose Produkte an. Seinem britischen Gastdesigner hat Canè sogar die Freiheit gelassen, den klassischen Atlantic Parka (eine neuere Version des Arctic Parka) und den Smock Anorak zu aktualisieren. Sie kommen in diesem Monat heraus, in einer limitierten Auflage von 1830 Stück, weil im Jahr 1830 der englische Einwanderer John Rich am Fluss Plum Run in Pennsylvania eine Wollspinnerei gründete und Wollwaren an Holzfäller verkaufte.

„Ich mag solche Geschichten", sagt Jeff Griffin. Daher nutzt er für seine Oversized-Unisex-Jacken das alte Buffalo-Karo – eines der ersten Stoffmuster aus der Spinnerei des John Rich. Wasserdicht wird die ganze Geschichte schon sein. Jeff Griffin hat es auf seiner Loveland-Farm getestet, an der stürmischen englischen Atlantikküste. „Und nicht mal da kam was durch." *(kai.)*

Jeff Griffin, der britische Designer, hat einige Klassiker der Outdoor-Marke Woolrich recht auffällig aktualisiert.

PRÊT-À-PARLER

IM SESSEL LIEGEN WIE JURI GAGARIN

Das Jahrzehnt der ersten Raumfahrer begann mit Juri Gagarin, der 1961 als erster Mensch ins Weltall flog und die Erde umkreiste. Und es endete mit Neil Armstrong, der 1969 als erster den Mond betrat. Der Russe wie der Amerikaner lagen mehr in ihren Raumkapseln, als dass sie saßen, eingequetscht und fast unbeweglich festgezurrt. Ihre Position wirkt auf den Bildern und in den Filmen jener Zeit schrecklich unbequem, auch wenn der Kosmonaut Gagarin, als er 300 Kilometer Höhe erreicht hatte, versicherte: „Fühle mich gut."

Paul Verhaert ließ sich von den liegenden Raumfahrern zu einem Sessel inspirieren, der vor 50 Jahren auf den Markt kam. Der belgische Designer, der Luftfahrt-Unternehmen zu seinen Kunden zählt, entwickelte für den belgischen Hersteller Jori einen multifunktionalen Relaxsessel, der sich ergonomisch dem menschlichen Körper anpasst. Die frühen Entwürfe wirkten noch vergleichsweise voluminös. Doch hatte Relax schon eine unauffällige Handbedienung, mit der sich der Sitz neigen ließ. Und sein Sessel, der schnell zum Verkaufsschlager wurde, ließ sich um 360 Grad drehen.

Jori war 1968 noch ein junges Unternehmen – Juan Jorion hatte es fünf Jahre zuvor gegründet. Bis heute produziert die Marke ausschließlich in Wervik, im Süden der Region Flandern. Bei einem Relaxsessel blieb es im übrigen nicht: Die Produktfamilie wurde schon bald um Modelle wie Yoga, Symphony, Brainbuilder, Square und Mensana erweitert, nicht allein von Verhaert und seinem Studio, sondern vor allem auch durch den Franzosen Jean-Pierre Audebert. Um das goldene Jubiläum seiner Ikone zu feiern, hat der Hersteller Jori jetzt Sondereditionen von Brainbuilder (unser Bild) und Square aufgelegt – mit einem Gestell und aus Leder in Mattschwarz. *(pps.)*

OHNE WORTE

Jedes Wort hat seine Zeit, jede Zeit ihre Worte. Jährlich ziehen neue Begriffe wie „Fake News", „Brexit" und „Hygge" mit lautem Hurra in den Duden ein, während andere still und leise aus dem Wortgebrauch der Deutschen entschwinden. Das Buch „Luftikus und Tausendsassa" von Katharina Mahrenholtz und Dawn Parisi (Duden, 15 Euro) bietet „Habseligkeiten" und „Labsal", „Tand" und „Sommerfrische", „hoffärtig" und „saumselig" noch einmal einen großen Auftritt. Einige gekürzte Auszüge aus dem Buch der vergessenen Wörter:

Augenweide (schöner, ästhetischer Anblick, den etwas oder jemand bietet) – Ursprung: Mit Weide ist hier weder die Grasfläche fürs Vieh noch der Baum gemeint. Als das Wort erfunden wurde, sprach man Mittelhochdeutsch, und Weide bedeutete so viel wie „Speise" oder „Erfrischung". Allerdings hieß die Vokabel damals korrekterweise ougenweyde – und kommt auch im „Nibelungenlied" vor: Da ist Kriemhild eine ougenweyde für Siegfried.

Blümerant (flau, unwohl, übel) – Ursprung: Im 18. Jahrhundert war Französisch die Sprache der Oberschicht; viele Deutsche sprachen es fließend und erzogen ihre Kinder auf Französisch. Nach der Französischen Revolution besann man sich wieder auf das Deutsche, aber einzelne Ausdrücke blieben (Affront, Dekolleté, Etage). Die meisten werden allerdings so deutsch ausgesprochen, dass sie kein Franzose mehr versteht. Auch das Wort blümerant gehört dazu – hat aber zusätzlich eine Umdeutung mitbekommen: Es hieß eigentlich *bleu mourant,* „sterbendes Blau"; gemeint war der Farbton „blassblau". Erst im 19. Jahrhundert fiel offenbar auf, dass das Wort treffend die Gesichtsfarbe eines Ohnmächtigen beschrieb – und bald war es *der* Ausdruck, um eine nahende Ohnmacht anzukündigen: „Mir wird ganz blümerant", sagte die Dame gern, um sich einer unangenehmen Situation zu entziehen – und Umstehende riefen hektisch nach dem Riechsalz.

Fisimatenten (etwas, was etwas anderes unnötig behindert, verzögert) – Ursprung: Das Wort mit der hinreißendsten, wenn auch nicht bewiesenen Herkunftsgeschichte: Im 19. Jahrhundert, während der napoleonischen Besatzung, luden französische Soldaten gern höflich deutsche Mädchen ein: Visitez ma tente! „Besuchen Sie mein Zelt!" Die Eltern gaben ihren Töchtern eine Ermahnung mit: „Aber keine visitez-ma-tente!" Mit hartem deutschen Akzent klang das nach „visiteematent" – und daraus wurde der Ausdruck „keine Fisimatenten". Schön, aber stimmt nicht, mäkeln Sprachwissenschaftler. Sie meinen, das Wort komme vom lateinischen *visae patentes*, was ein ordnungsgemäß geprüftes, aber schwer zu erlangendes Patent bezeichnete.

Gram (jemandem gram sein = böse sein) – Ursprung: Eines der wenigen Worte, das sich seit mehr als 1000 Jahren weder in der Bedeutung noch in der Schreibweise geändert hat. Auch im Altnordischen kannte man das Wort (als gramr). Im Dänischen existiert das Wort noch heute: gram = wütend. Anfang des 15. Jahrhunderts wurde aus dem Adjektiv flugs ein Substantiv gemacht: Der Gram („Kummer") hielt Einzug in die deutsche Sprache.

Mumpitz (Unsinn, den man nicht zu beachten braucht) – Ursprung: Butz oder Butzemann nannte man schon im 16. Jahrhundert ein Schreckgespenst (und die Vogelscheuche). Im 17. Jahrhundert trat der Butz vermummt auf den Plan, hieß nun Mummelputz und war ein verhüllter Geist. Mitte des 19. Jahrhunderts wurde aus Mummelputz Mumpitz und zwar zuerst an der Berliner Börse. Dort bezeichnete man erschreckende Gerüchte als Mumpitz.

Schwippschwager (Schwager des Ehepartners, des Bruders oder der Schwester) – Ursprung: Schwippen heißt „schwanken" – es geht um eine Schieflage. Der Schwippschwager ist kein richtiger Schwager, sondern jemand, der sich verwandtschaftlich noch weiter weg befindet. Schwager oder Schwägerin sind angeheiratete Verwandte. Also zum Beispiel der Bruder der eigenen Gattin. Der Schwippschwager ist wiederum der Gatte der Schwägerin oder der Bruder des Ehepartners der eigenen Schwester. Weil das alles ziemlich kompliziert ist, gilt die entferntere Verwandtschaft auch allgemein als Schwippschwägerschaft.

FOTOS: HERSTELLER