

INTERNET

Später Ruhm

Diplom-Designer Christian Kluth, 36, über seine „virtuellen Gedächtnisstätten“ für Verstorbene

SPIEGEL: Herr Kluth, wie gedenkt man eines Toten im Internet – rein technisch?
Kluth: Sie können eine Seite buchen, auf der Sie Bilder, Gedichte, kurze Filme, oder was auch immer an einen Toten erinnert, veröffentlichen. Das Ganze ab 50 Mark.

SPIEGEL: Wer macht so was?

Kluth: Vor allem Angehörige. Aber wir bieten auch die Möglichkeit, sich selbst eine Gedenkstätte einzurichten, zu pflegen und immer wieder zu aktualisieren. Erst wenn man gestorben ist, wird sie freigeschaltet.

SPIEGEL: Klingt etwas makaber.

Kluth: Eben gar nicht. Wenn Sie etwas über einen Gestorbenen erfahren wollen, können Sie das nur, wenn er entweder ein naher Angehöriger oder ein Prominenter ist. Dann haben Sie Fotos, Dokumente, sozusagen Andenkenmaterial. Einen fremden, nicht prominenten Toten aber können Sie niemals kennenlernen.

SPIEGEL: Klingt etwas makaber.
Kluth: Eben gar nicht. Wenn Sie etwas über einen Gestorbenen erfahren wollen, können Sie das nur, wenn er entweder ein naher Angehöriger oder ein Prominenter ist. Dann haben Sie Fotos, Dokumente, sozusagen Andenkenmaterial. Einen fremden, nicht prominenten Toten aber können Sie niemals kennenlernen. Und wenn Sie selbst tot sind, können Sie nichts von sich an Fremde weitergeben.

SPIEGEL: Was sollte die interessieren?

Kluth: Beispiel: Jemand hat ein Buch geschrieben, traute sich aber zu Lebzeiten nicht, es zu veröffentlichen. Bei uns kann er es ablegen und hoffen, daß es in 10, 20 oder 100 Jahren jemand findet und verlegt. Ebenso ginge es mit Gemälden, die man ins Internet stellt. Oder jemand hat eine Zukunftsvision und möchte recht behalten. Sollte das Vorhergesagte eintreffen, wird er vielleicht postum bekannt.

SPIEGEL: Später Ruhm. Wie viele Kunden haben Sie zur Zeit?

Kluth: Öffentlich sind bisher nur fünf. Aber viele Leute arbeiten an ihren virtuellen Schreinen. Pro Tag habe ich bis zu zehn Anfragen.

SPIEGEL: Konkurrenz für kirchliche Friedhöfe?

Kluth: Die Kirche wird auf Dauer nicht darum herumkommen, ebenfalls virtuelle Friedhöfe einzurichten, denn das Bedürfnis ist da. Die Menschen sind heute mehr Individuum als früher, sie wollen aus der Anonymität heraus.



N. ENKER

Kluth



Gestrickte Stulpen von Westwood



FOTOS: K. ERICKSEN

MODE

Kniestrumpf ist Trumpf

Der Erfolgsfilm „Shakespeare in Love“ ist kein Einzelfall: Das 16. Jahrhundert kehrt in der Mode zurück – und mit ihm der von Designern lang verpönte Kniestrumpf. Bislang unter Hosen versteckt oder als Wadenwärmer auf Gebirgstouren eingesetzt, emanzipiert er sich jetzt als selbständiges Beinleid, farbenfroh wie nie zuvor. Einige amerikanische Firmen bedienen sich bei der abstrakten Malerei. Im Sommer

darf dort erwartet werden: unten Pollock, oben Minirock. Vivienne Westwood, wilde alte Dame der Couture, schlägt die Konkurrenz mit ihren gestrickten Stulpen zu Hot pants. Nachstrickerinnen wird geraten, bei der Musterwahl das eigene Bein nicht aus den Augen zu verlieren: Birnenwaden sollten mit schmalen Längsstreifen optisch gestreckt, Bohnenbeine mit dicken Karos gekräftigt werden.

ESSKULTUR

Für Mensch und Tier

Auf den kommenden Sommer können Deutschlands Hunde sich freuen. Seit kurzem gibt's „Pfiffi“, den „Eispaß für den Hund“. Der Mülheimer Agraringenieur und Eisdielenbetreiber Henry Wiczorek hat das gefrorene Leckerli entwickelt, die Supermarktkette Tengelmann brachte es auf den Markt. Nach langem Behördenkampf einer Hamburger Anwaltskanzlei wurde ein Novum erlaubt: „Pfiffi“ darf als Tierfutter, aber auch als Lebensmittel für Menschen verkauft werden, ist es doch wegen des Fruchtzuckers sogar



Kind und Hund beim Genuß von „Pfiffi“

gesünder als andere Eissorten. Wichtiger Sicherheitshinweis auf der Verpackung: „Vor Verzehr durch den Hund unbedingt Stiel entfernen“.