

eingestehen. Sicher, es ist nicht fein, was er da zelebriert, aber vielleicht ist es doch die angemessene Reaktion auf den Gegenstand *seines* Ekels.

Zum Verstoß gegen ein archaisches Gebot kommt noch eine Regelverletzung. Ich habe es nie verstanden, warum Deutsche, die sich ja als die ersten Opfer der Nazi-Herrschaft verstehen, was gar nicht so abwegig ist, wie es sich anhört, warum Deutsche keine Vergeltung an den Nazis geübt haben. Tausende von Deutschen sind von anderen Deutschen in die KZs geschickt, gefoltert und ermordet worden; Tausende wurden von Sondergerichten wegen Bagatellen zum Tode verurteilt, Tausende wegen Fahnenflucht, Defätismus und Wehrkraftzersetzung scheinlegal umgebracht.

Zehntausende von Blockwarten, Ortsgruppenführern, Gestapo-Beamten, Staatsanwälten, Richtern, Denunzianten war es ein Vergnügen, dem Regime zu dienen und andere Deutsche zu verfolgen. Vergessen wir einmal die Juden, die Polen, die Zigeuner und alle die anderen. Reden wir von den ordentlichen Deutschen. Sie setzten auch nach dem Krieg die Volksgemeinschaft mit den Nazis fort, die nicht in der Weite des Raums verschwunden waren, sondern nur ihre Uniformen ausgezogen und die Parteiabzeichen abgelegt hatten. Jeder wußte, wer was gewesen war.

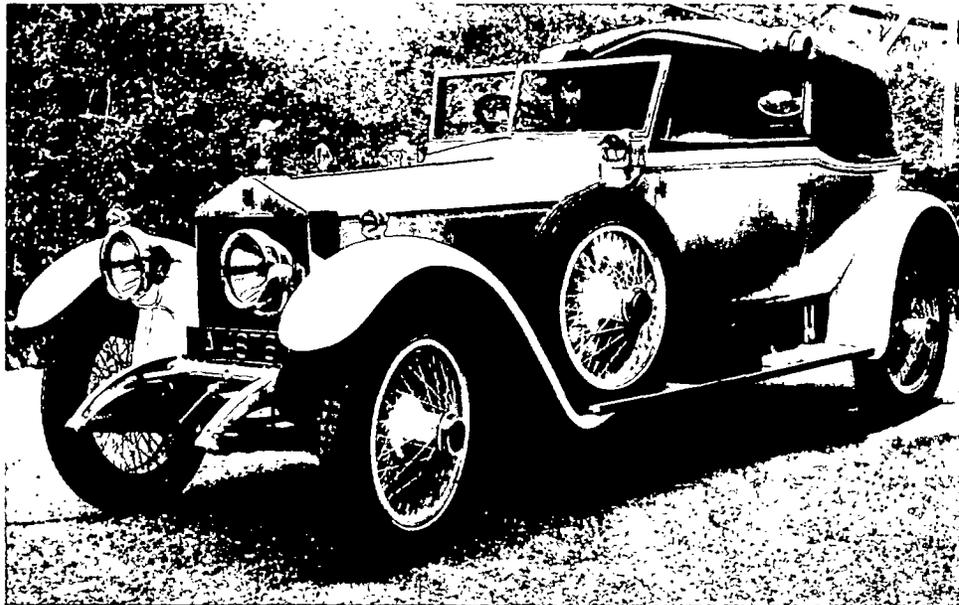
Wie viele Deutsche haben ein anständiges Motiv gehabt, sich einen Nazi, sagen wir einen ehemaligen Sonderrichter, auszusuchen, sich vor ihn hinzustellen, ruhig zwischen die Augen zu zielen, „dies ist für meinen Vater/meine Mutter/meinen Sohn/meine Tochter“ zu sagen und ganz gelassen abzudrücken? Und wie oft ist so etwas geschehen? Die Angehörigen der gemordeten Deutschen ließen es bei den gutnachbarlichen Beziehungen zu den Mördern, man traf sich im selben Supermarkt und Gesangsverein, war weder nachtragend noch rachsüchtig.

Ich weiß auch von keinem einzigen Fall, daß ein junger Deutscher das elterliche Erbe – vom geraubten Flügel bis zum arisierten Warenhaus – unter Hinweis auf die Herkunft des Erbes abgelehnt hätte. Die Gleichgültigkeit den eigenen Opfern gegenüber wurde von der Entschlossenheit begleitet, aus den Verbrechen der Nazis den größtmöglichen Nutzen zu ziehen. Und da kommt nun eines dieser Nazi-Kinder daher, gibt zu, daß es dank seinem Vater „königliche Kindertage“ hatte, ist undankbar, nachtragend, rachsüchtig, verflucht den toten Vater, freut sich über dessen verdient grausigen Tod.

Kann es einen gemeineren Schlag in das Gesicht der Volksgemeinschaft geben, die die Aussöhnung mit sich selbst zum primären Anliegen gemacht hat? Was es sonst noch an „Abrechnungen“ mit den Vätern und Müttern gibt, sind bestenfalls halbherzige Versuche, das Gewesene nachzuvollziehen. Helma

Sanders-Brahms, die schon mit ihrem Film „Deutschland – bleiche Mutter“ der tapferen Soldatenfrau, die an der Heimatfront ihren Mann stand, ein Denkmal gesetzt hat, fährt nun mit ihrem Vater die Stationen seines Frankreich-Feldzugs noch einmal nach. Armer Papa, dem das Schicksal so übel mitgespielt hat, wenigstens hat er eine Tochter, die zu ihm steht.

Wer weniger Verständnis für die „Notlage“ der Eltern hat, bleibt auf der Strecke, wie der Sohn eines Nazi-Richters, der sich mit Todesurteilen wegen Rassenschande einen Namen gemacht hatte. Der Vater war auch nach dem Krieg als Jurist tätig, von keinerlei Gewissensbissen geplagt, der Sohn schämte sich jener Untaten dermaßen, daß er keinem Juden ins Gesicht sehen konnte.



Rolls-Royce Silver Ghost (1911): „Von Engeln himmelwärts getragen“

Nachdem er – nach langem Zögern – Israel zweimal besucht hatte, wollte er sich für eine Weile ausgerechnet unter Juden niederlassen, vermutlich als Crash-Therapie gegen die Schuldgefühle, die ihn quälten. Es kam nicht mehr dazu, er starb einen seltsamen, ungeklärten Tod. Vielleicht hat er den Anblick jener nicht ertragen, die Opfer seines Vaters hätten werden können.

Wer sich mit den Tätern, von denen er in die Welt gesetzt wurde, nicht arrangieren will, und wer nicht an sich selbst zugrunde gehen möchte, der muß schreien, toben, wüten. Nur die unheilbar Gesunden verhalten sich normal. Da sind mir die Kranken mit ihren Geschmacklosigkeiten, den ekelregenden Obszönitäten schon lieber. Niklas Frank bedankt sich für das Glück, daß sein Vater gehenkt wurde. Nachdem ich seinen Bericht gelesen habe, weiß ich, wofür ich dankbar sein muß: daß meine Eltern auf der richtigen Seite des Lagerzauns waren.

## AUTOMOBILE

### Der Nase nach

Die altehrwürdige Firma Rolls-Royce sucht ihre modernisierten Typen neuerdings mit einer in der Branche unbekannteren Werbe-Variante zu vermarkten – sie reizt den Geruchssinn.

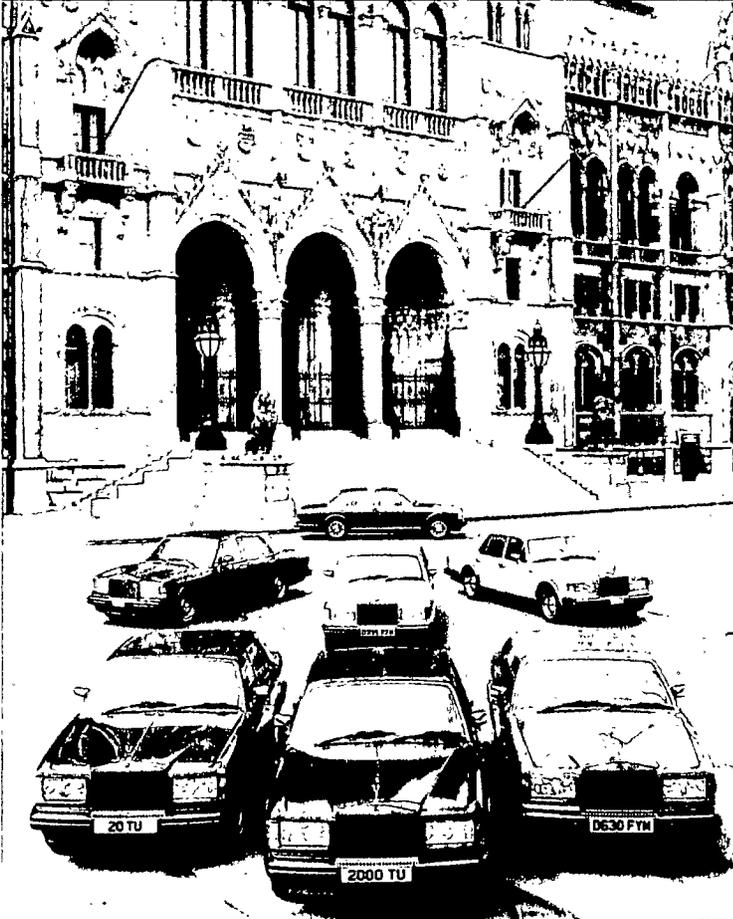
Wer die neueste Ausgabe des „Architectural Digest“ zur Hand nimmt, läuft Gefahr, sich Kauflustgefühlen auf ein für die meisten unbezahlbares Auto auszusetzen: einen Rolls-Royce.

Aus einem Rausreiß-Streifen steigt dem Leser ein verführerisches Odeur in die Nase und läßt ihn womöglich andere Automarken augenblicklich vergessen.

Was ihn betört, verrät eine Schlagzeile: „Dieser Duft – das ist Rolls-Royce“.

Mit dieser olfaktorischen Masche, die nun in der Auto-Reklame erstmals angewendet wurde, sucht Britanniens ruhmvoller Auto-Hersteller potentielle Käufer buchstäblich der Nase nach in die Ausstellungsräume der Händler zu locken. Die Duftstreifen sind mit einer Essenz getränkt, die Leder und Luxus vorgaukeln soll.

Rolls-Royce verfiel auf die nach langwierigen Versuchen sorgsam komponierte Mixtur, weil die klassischen Rolls-Käufer, hochmögende Zeitgenossen mit ererbtem Reichtum, rar geworden sind. Als Käufer neuen Typs haben die Rolls-Royce-Manager in den letzten Jahren statusgeile Neureiche ausgemacht, die eigentlich eher zum Erwerb eines Mercedes, BMW oder wenigstens eines Jaguar tendieren: Geschäftsleute, Sportler und Filmstars. Ihnen vor allem gilt die Duft-Kampagne.



Neue Rolls-Royce (in Budapest): „Dieser Duft, das ist Rolls-Royce“

Eingeklebter Leder-Sniff als Reklame für Rolls-Royce, Good Lord! Sind sie denn von Sinnen, diese Manager? Dürfen die so umspringen mit einem Produkt, das einst der britischen Romanschriftstellerin Brigid Brophy ein Gefühl vermittelte, als werde „die Seele von Engeln himmelwärts getragen“? Ist das nicht Frevel an einer Institution, die – nach einem Urteilsspruch des „Daily Mirror“ – „wie das Nelson-Denkmal, Lord's Cricket-Platz und die Kronjuwelen . . . einen festen Platz im Panorama britischen Lebens“, am Ende, „sogar in unserer Verfassung hat“?

Der eigenwillige Werbe-Gag der in Crewe, mitten in Englands Käse-Grafschaft Cheshire ansässigen Firma aus dem Jahre 1906, geht einher mit einer Modernisierung ihrer Typen, die nachgerade ungeheuerlich anmutet. Die technisch stockkonservativen Rolls-Royce-Erbauer haben ihren 87er-Modellen, wie jüngst ein Werksmanager rühmte, „rund 2000 Neuerungen“ angegedeiht lassen.

Von dieser „Denkmalspflege“, wie das Kraftfahrer-Magazin „auto, motor und sport“ die Operationen in wohlmeinendem Spott genannt hat, ist von außen bis auf einen Frontspoiler an den 2,6 Tonnen schweren Gefährten kaum etwas zu sehen. Doch für das Innere entschlossen sich die Briten, dem bei Konkurrenten schon vor vielen Jahren vollzogenen technischen Fortschritt endlich nachzuschreiten: Sie installierten ihren Autos blockiersichere Bremsen und entfernten ihnen (bis auf die Herrscher-Kalesche

„Phantom“) die nun wirklich nicht mehr zeitgemäßen, schrecklichen Vergaser, die Rolls-Royce den Ruch eines unerträglichen Schlürfers von über 30 Litern je 100 Kilometer eingetragen hatten.

Die Ingenieure spendierten ihren riesigen V-8-Alumotoren (Hubraum 6750 ccm) zur besseren Futterverwertung nunmehr moderne deutsche Einspritz-Systeme von Bosch. Schnellster von allen ist der Bentley Turbo R der 1931 erworbenen und schon vor Jahren auf Sportcharakteristik getrimmten Nebenmarke des Hauses – seine 323 PS beschleunigen ihn in ganz und gar unbritischer Hast wie einen Sportwagen auf glatte 240 km/h.

Bei einer Firma dieses Rufs, die je Jahr nie mehr als 3000 Autos produziert hat (letztes Jahr verkaufte sie 2603 Stück), mußte derartige Aufwand gewiß auch für die Kundschaft etwas teurer werden. Der billigste Bentley (Modell „Eight“) kostet nun 195 510 Mark, ihm folgen der Rolls-Royce Silver Spirit (256 500 Mark), der Bentley Turbo R (273 600 Mark), der Rolls-Royce Silver Spur (302 100 Mark) mit zehn Zentimeter längerem Radstand, und für rund 383 040 Mark das in nur wenigen Stücken gebaute Zweitürer-Cabrio „Corniche“, wie es beispielsweise die Hamburger Modemacherin Jil Sander ihr eigen nennt.

Selten nur und jedesmal erkennbar widerwillig ist Rolls-Royce abgewichen von einer ehernen Maxime, die Henry Royce, einer der beiden Firmengründer, geprägt hat: „Nimm ein bestehendes Teil

und mach es besser.“ Noch heute sind die Crewe Manager stolz, daß „Rolls-Royce nie zur automobilistischen Avantgarde gehört“ habe, wie ein Firmensprecher jüngst wieder bekräftigte.

Schon der erste Wagen, den Royce 1906 zusammen mit seinem 1910 bei einem Flugzeugunglück getöteten Partner Charles Rolls konzipiert und „Silver Ghost“ genannt hatte, erwies sich als unverwüsthliches Perfektions-Automobil, das auch nach zehnjährigem Gebrauch noch nicht klapperte. Das Modell wurde 19 Jahre lang – länger als das Volks-„Modell T“ des Fließband-Pioniers Henry Ford – produziert und erst 1925 vom „Phantom“ abgelöst.

Mit einem gepanzerten Silber-Geist, feuernd aus einem Vickers-MG, half im Ersten Weltkrieg Lawrence of Arabia die Türken aus Mesopotamien verjagen; er war voll des Lobes über die mechanische Güte seines Wüstenautos. Im Zweiten Weltkrieg erwiesen sich die mit Merlin-Motoren von Rolls-Royce ausgerüsteten britischen Spitfire- und Hurricane-Jagdflugzeuge den deutschen Messerschmitts und Focke-Wulfs in entscheidenden Flugphasen überlegen und halfen, die „Schlacht um England“ zu gewinnen – nahezu 200 000 Merlin-Motoren wurden gebaut.

Nach dem Krieg schwärmten die deutschen Motorjournalisten einhellig über den geschmeidigen, geräuscharmen Transport-Luxus im Rolls-Royce: „Man begreift, was ‚splendid isolation‘ sein kann – die anderen sind plötzlich gar nicht mehr da“ (Autotester Dieter Korp). Minister und Monarchen, Nabobs und Nizams, Scheiche und Schurken fuhren Rolls-Royce, sogar Lenin und Stalin hatten jeder einen.

Erst 1965 nahm auch Rolls-Royce Abschied von der altertümlichen Starrachse und den antiquierten Trommelbremsen – niemand jedoch hatte sich zuvor über das Fahrwerk oder die Bremsen beklagt. Ohne Murren ertrug die Klientel, daß der Zeitgeist Karosserieänderungen erzwang, bei denen aus dem zweiäugigen ein vieräugiges Rolls-Royce-Gesicht wurde und sogar der besonders kostbare, handgehämmerte Kühler schrumpfen mußte.

Daß die Deutschen, insbesondere deren Wirtschaftsbesse, der Marke Rolls-Royce indes nicht so zugetan sind, grämt die Manager in Cheshire. Den potentiellen Käufern mißfällt offenbar, daß die auffälligen britischen Prestige-Gefährte von Pornofilm-Produzenten oder mancherlei Macho-Größen der Frankfurter und Münchner Rotlicht-Viertel bevorzugt werden.

„Es ist schon ein Problem“, klagte Bernard Tobin, Europadirektor bei Rolls-Royce, „daß unsere Autos in diesen Kreisen so beliebt sind.“ Letztes Jahr hatten die Briten in der Bundesrepublik je Monat kaum sechs Rolls-Royce verkaufen können. Gerade deutsche Käufer, sinnierte Tobin, müßten den

sportlichen, 240 PS starken Bentley Eight eigentlich als eine Art Sonderangebot des englischen Hauses ansehen. Da sei doch, bei eben unter 200 000 Mark, „der Preissprung von der teuersten Mercedes-Limousine gar nicht mehr so hoch“.

## MODE

### Grau in Grau

Mit seinen zeitlosen Entwürfen ist der Mailänder Giorgio Armani – neben Yves Saint Laurent – zum einflußreichsten Modemacher der westlichen Welt geworden.

Besonders stolz ist der Mailänder Giorgio Armani, der wie alle großen Modemacher nur noch weltweit denkt, auf seine neueste Boutique an der feinen Pariser Place Vendôme. Diskret fügen sich weiße Markisen mit seinem Namenszug in das große weite Viereck von

alten Häuserfronten, Juwelierläden und dem Hotel Ritz.

Innen schimmert alles in Abstufungen von Grau, die Wände, Regale und Teppiche, der polierte Steinfußboden und das Geländer einer Freitreppe, die zu einer offenen Galerie führt. Nur die ausgeleuchteten Tischvitrinen und Stuhllehnen umrahmt poliertes, dunkles Kirschholz. Wie zuvor schon zu den Armani-Boutiquen in der Mailänder Via Sant'Andrea und der New Yorker Madison Avenue pilgern die Design-Freaks nun zur Pariser Place Vendôme. 23 italienische Gast-Arbeiter haben dort drei Monate lang gefeilt und gehämmert. „Wenn Armani selber mitmacht“, erläuterten seine Pressesprecher den Aufwand, „gibt es keinen Kostenrahmen.“

Nun sucht der Designer, laut „New York Times“ einer „der ganz wenigen, die weltweit die Mode prägen“, auch in der Bundesrepublik nach einem Standort

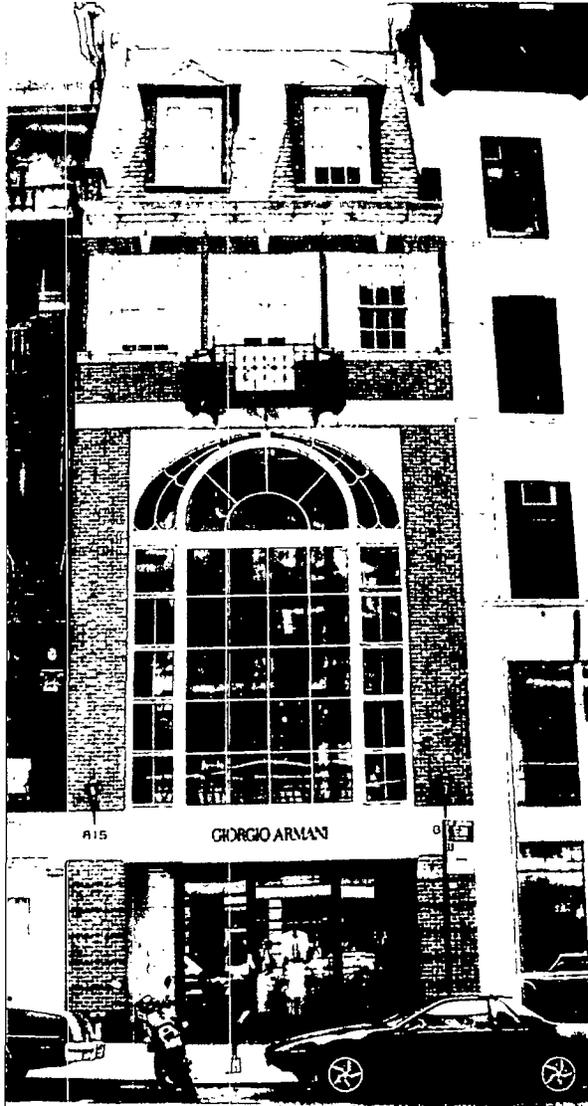
für eine Luxus-Boutique. Doch gleichgültig, ob er die luxussüchtigen, D-Mark-schweren Kunden am ehesten in Düsseldorf, Hamburg oder München zu finden hofft, eines ist sicher – auch die westdeutsche Armani-Niederlassung wird in einer Farbe gehalten sein: Grau.

Eine Frau, die auf Armani steht, hat ihre Kleiderschränke in den letzten Jahren mit unendlichen Schattierungen und Mischungen von Grau gefüllt. Sein heimatliches Mailand mit den Basaltquadern wuchtiger Häuserwände und der oft verschleierte, dunstigen Luft, so deutet der Designer seine eindeutige Vorliebe für diese Farbe, sei schließlich „eine graue Stadt“ – nur der Dom leuchte in der Sonne manchmal beige. „In grauer Umgebung“, so Armani, „kann man schlecht wie ein Flamingo geputzt sein.“

Grau ist auch das schmucklose Palais mit der 1930er Fassade in der Mailänder

Via Borgonuovo, in dem Armani arbeitet und lebt. Schräg durch den Innenhof wächst ein Baum mit großen Blättern, dahinter grünt ein künstlich aufgeworfener Grashügel. Die Fenster aller drei Etagen sind mit weißen Schnapprollen verdeckt, die mildes Licht nach innen sickern lassen in die Korridore, Studios, Büros und Werkstätten mit weißen Wänden und dunkelgrauen Fußböden.

Von hier aus dirigiert der 53jährige Armani sein Modereich und versorgt es mit Ideen. Von den umgerechnet 480



Armani-Boutique in New York



Armani in seinem Atelier



Armani-Boutique in Mailand

**Modemacher Armani, Armani-Läden: „Sein Talent hätte auch ein Blinder erkannt“**