

Kino in Kürze

„Ravioli“ erzählt vom tragischen, aber auch ziemlich komischen Absturz des arbeitslosen Bankangestellten Heinz Hoschek. Nach dem Tod seiner Mutter und dem Scheitern seiner Ehe verschanzt sich der Held (Alfred Dorfer) in der biedereren Wohnung seiner Eltern und lässt unter sich steigendem Alkohol- und Valiumkonsum sein Elend Revue passieren – und spricht beispielsweise mit allegorischen Figuren wie dem „Geist der Siebziger“. Böses, finster humorvolles Kinomärchen des österreichischen Regisseurs Peter Payr, dessen ungewöhnliche Bildsprache den Geistes- und Seelenzustand des armen Hoschek abzubilden versucht.

Szene aus „Ravioli“



FILMWELT



Gestaltungsbeispiele aus „Neugierig 4“

DESIGN

Bibel der Bilderbastler

Wer macht was unter Deutschlands Grafikdesignern? „Wir wollen den Designern selber einen Überblick verschaffen und allen Neugierigen zeigen, was die Branche kann“, sagt Johannes Erler, 39, Herausgeber des Bandes „Neugierig 4“ (Verlag Hermann Schmidt, Mainz; 89 Euro). Die seit 1998 alle zwei Jahre erscheinenden „Neugierig“-Bände gelten als Branchenbibel der Bilderbastler – und bieten dem gewöhnlichen Konsumenten eine oft unterhaltsame Expedition in eine unterschätzte Gebrauchskunst: Vom Firmenlogo bis zum Flughafen-Wegweisersystem, vom Parteiplatz bis zur Waschmitteldose zeigt der großformatige Wälzer richtungsweisende aktuelle Arbeiten. Flackernde Computerästhetik, ironische Basteleien, aber auch streng typografische Entwürfe ordnen sich zu einem anregenden Flickenteppich – und einige kuriose Entwürfe zeigen, dass manche Designer vom Geist Daniel Düsentriebs beseelt sind: zum Beispiel das als Werbegeschenk konzipierte Stehauf-Ei als Jux für allzu feierliche österreichische Familientreffen.

SATIRE

Geklauter Teufel

Der Versuch, das Magazin mit dem kleinen, seinen Hut lüpfenden Teufel auferstehen zu lassen, scheint missglückt: Die Verkaufszahlen der 1982 eingestellten, in diesem Jahr neu aufgelegten Satirezeitschrift „Pardon“ sind mies. „Zuletzt wurden nur noch 12 000 Exemplare verkauft“, sagt Herausgeber Bernd Zeller aus Jena; nun könnte nur noch Know-how und Geld eines Verlags helfen. Als Mode-Label dagegen ist der „Pardon“-Teufel äußerst erfolgreich, und zwar weit weg, mitten im Indischen Ozean. Der deutsche Aussteiger Peter Mertes, 52, hat auf der französischen Übersee-Insel La Réunion Mitte der achtziger Jahre eine Modefirma aufgebaut – und klatete sich „Pardon“-Schriftzug samt Teufelchen. Zunächst wollte er schnelles Geld mit ein paar T-Shirts machen, doch bald ließ er auch Pullover, Unterwäsche, Taschen und Badetücher mit meist humorigen Auf-

schriften bedrucken. So verspricht Mertes den Trägerinnen eines so genannten Marien-Strings ewige Jungfräulichkeit, wirbt für die Legalisierung der cannabis-ähnlichen Réunion-Droge „Zamal“ und kritisiert Korruption und Kirche. Mehrfach wurden seine Läden in Brand gesteckt, aber die teuflische Mode blieb gerade bei Touristen beliebt; für die nahe Zukunft plant Mertes auch einen

Vertrieb in Deutschland. Das will Hans A. Nickel, Mitbegründer der Originalzeitschrift, verhindern, sollte Mertes nicht endlich Geld für die Lizenz bezahlen. „Vielleicht macht der Kerl ja einen vernünftigen Vorschlag“, sagt Nickel, der einen Brief an den Modehändler verfasst hat, den er einen „originellen frechen Hund“ nennt – andernfalls werde er den Teufelsdiab verklagen.



Mode-Label aus La Réunion, Zeitschriftencover

