



FOTOS: PATRICK DE WILDE / HOA-QUI DISTRIBUTION

FOTOGRAFIE

## Rentable Wildnis

Zebbras im Zweikampf, Geparden-Babys, Löwen im Abendlicht – schon lange fährt der deutsche Reisende nicht mehr zum Schießen nach Afrika, sondern um Tiere anzuschauen. Jährlich wollen rund 75 000 deutsche Touristen miterleben, was sich hinter dem Kisuaheli-Wort „Safari“ verbirgt. Für sie gibt es jetzt den Prachtband „Safari – Im Herzen Afrikas“, verfasst und fotografiert vom Wildlife-Journalisten und Safari-Gänger Patrick de Wilde. Das Buch zeigt die kulturellen und landschaftlichen Besonderheiten der sieben wichtigsten Safari-Länder Sambia, Simbabwe, Botswana, Kenia, Tansania, Südafrika und Namibia. Es gibt Ratschläge und beschreibt Lodges – Mischungen aus Hotel, Villa und kleinem Landhaus. Vor allem zeigt es Wildtiere in grandioser Fotografie. De Wilde verschweigt nicht, dass es die von den Pionieren der Tiersafaris beschriebene Freiheit nicht mehr gibt: Safari-Tourismus ist lukratives Business, die Wildnis rentabler als die marode Landwirtschaft, und Tierwanderungen enden häufig an Elektrozäunen. Nur: Wo ein Zurück zur Herrschaft der Natur nicht mehr möglich scheint, hat der Tourismus auch sein Gutes. Die Länder, auf die sich die Legende der Safaris gründet, müssen versuchen, den Rest des Paradieses zu erhalten.

Patrick de Wilde: „Safari – Im Herzen Afrikas“. Éditions Flammarion, Paris; 224 Seiten; 45 Euro.



Löwin, Camp

EBAY

## Häusliche Expertisen

Mit Gegenständen überfüllte Wohnungen, überquellende Schuhregale, berstende Kleiderschränke. Wer aufräumen will, scheitert oft an der Frage: Was gehört in die Altkleidersammlung, was in die eBay-Auktion? In den USA lösen neuerdings Expertenhausbesuche das Problem. „FoundValue“ heißt die Firma, deren Mitarbeiter bei der Entscheidung helfen sollen: Sie analysieren den überflüssigen Hausrat und stellen fest, wofür sich der Aufwand

des Versteigerns lohnt. Wer als Experte bei FoundValue anheuert, absolviert zunächst ein Trainingsprogramm. Gern gesehen sind Bewerber, die schon große Teile ihres eigenen Hausstands verkauft haben. Das zeugt von Erfahrungen. „Ein sehr soziales Business“, lobt die in New York lebende Firmengründerin Stella Kleiman ihre Erfindung: Man lerne dabei nicht nur Dinge, sondern auch neue Menschen kennen. Die Kontaktfreude hat ihren Preis: 35 Prozent plus Gebühren kassiert FoundValue auf einen Auktionserlös bis zu 250 Dollar. Steigt der Preis über diese Marge, sinkt der Prozentsatz.

Klüger werden mit:

## Elfi Pohl

Die 50-jährige Galeristin über den künstlerischen Reiz von Beton

**SPIEGEL:** Sie haben in Köln eine „Beton-galerie“ eröffnet. Wie kommt man auf so eine Idee?

**Pohl:** Ich war über 25 Jahre Angestellte im Bundesverband der Deutschen Zementindustrie, und schon damals habe ich auf Industrieveranstaltungen junge Betonkunst von Designschulen präsentiert. Mit meiner Galerie „Locus Caementitium“ habe ich mir einen Traum erfüllt: meine beiden Hauptinteressen, Kunst und Beton, miteinander zu verbinden.

**SPIEGEL:** Aber ist Beton nicht einfach nur kalt, schwer und trist?

**Pohl:** Nein, Beton lässt eine unvorstellbare Kreativität zu. Mit ihm kann man alles herstellen – vom Manschettenknopf bis zum Hochhaus. Er ist robust. Formbar. Einfärbbar. Und günstig. Auch das ist ein Grund, warum manche Künstler gern mit ihm arbeiten. Außerdem kann man mit Beton viele andere Materialien simulieren – mal sieht er aus wie Holz, dann wie Leder oder Metall. Und Beton riecht gut. Selbst die grüne Bürgermeisterin von Köln, Angela Spizig, war von dem Material begeistert. Sie hat bei der Eröffnung meiner Galerie eine Rede gehalten – an einem Rednerpult aus Beton.

**SPIEGEL:** Im allgemeinen Sprachgebrauch ist „Beton“ ein Synonym für „Hässlichkeit“.

**Pohl:** Das liegt daran, dass wir den Beton zu lange in Tiefgaragen verbannt haben. Deshalb denke ich darüber nach, in meiner Galerie einen Abend nur für die Angestellten der Zement- und Betonindustrie zu veranstalten. Damit sie sehen, dass man aus Beton auch Lampen, Möbel, Ohrringe oder Kunst herstellen kann. Wenn sie endlich merken, mit welchem phantastischen Material sie zu tun haben, werden sie vielleicht stolzer auf ihre eigene Arbeit sein und mehr für das Image tun. Vielleicht werden dann auch Branchenfremde irgendwann sagen: Oh, wie schön! Beton!



Pohl