

# Im Bann des Meisters

Was hat Francesco Risso mit Karl Lagerfeld zu tun? Marni mit Chanel? Auf den ersten Blick nicht viel. Ein Nachmittag in Paris zeigt: Es gibt Verbindungen.

Von Anke Schipp

Wo ist Francesco? Zwei Stunden vor der Marni-Schau herrscht Gewusel an der Pariser Rue de l'Université. Models in weißen Bademänteln stehen im Foyer und warten auf Ansagen. Techniker geben Anweisungen in ihre Kopfhörer, im ersten Stock stimmen Musiker in weißen Krankenhauskitteln ihre Instrumente, und irgendwo muss auch der Designer sein. Aber wo? Der Blick schweift durch die Räume. Hatte Francesco Risso nicht dunkle Locken, die in alle Richtungen zeigen? Oder sind sie jetzt blond, so wie er sie während der Pandemie trug? Oder stehen die Haare, das gab es auch schon, wie Stacheln spitz vom Kopf ab? Die PR-Frau zeigt schließlich auf den kahlköpfigen Mann in Wildlederhose und weißem T-Shirt, der gerade die Marmortreppe hochläuft: „Da ist er!“ Francesco Risso, diesmal also ohne Haare.

In gewisser Weise ist es das, was den Italiener ausmacht. Stete Veränderungen. Damit sind nicht jene gemeint, die in der Modewelt zwangsläufig sind – wechselnde Saisons, wechselnde Trends. Der Kreativdirektor der Mailänder Marke Marni liebt es vielmehr, alles etwas anders zu machen als die anderen. In der Corona-Zeit verschickte er die Kleider seiner Kollektion an 48 Freunde und Bekannte auf der ganzen Welt, die sich darin selbst filmen sollten. Das Ergebnis gab es im Netz zu sehen. Nach Corona beschloss er, seine Entwürfe statt wie sonst in Mailand in anderen Städten zu präsentieren. Er sei in dieser globalen Welt so etwas wie ein Flaneur, sagt er im Gespräch. Die erste Station war New York, dann Tokio. Seine jüngste Kollektion präsentiert er an diesem Nachmittag in Paris. Die Mode für das nächste Frühjahr. Ein Auftritt, der auch in die Vergangenheit führt.

Wer an der Rue de l'Université im Viertel Saint-Germain-des-Prés durch das große Tor tritt, ist erst mal überrascht. Was sich dahinter verbirgt, ist nicht eines jener normalen fünf- bis siebenstöckigen Etagenhäuser, die das Stadtbild von Paris prägen. Vielmehr ist es ein prachtvoller Palast, wie man ihn eher vor den Toren der Hauptstadt vermuten könnte. „Klein-Versailles“, werden Besucher später rauen. Barockartige Räume mit vergoldeten Wänden und Spiegeln, kunstvolles Parkett, ein riesiger Ballsaal, von dem aus man in einen weitläufigen Park blickt – all das mitten in Paris.

Als Risso vor einem halben Jahr mit seinem Team nach Paris kam, wurde ihm von einer Agentur diese Location vorgeschlagen. Ein Stadtpalais, das gerade den Besitzer gewechselt hatte und leer stand, bis die neuen Eigentümer einziehen. Die perfekte Kulisse für ein spektakuläres Defilee.

Wenn Risso von diesem Tag erzählt, überschlagen sich seine Worte. Damals



Models und Musiker vor der Marni-Schau (ganz oben); Blumenkleider aus alten Blechdosen während der Schau. Fotos Helmut Fricke

Marni-Designer Francesco Risso mit Rapper Saint Jhn nach der Pariser Schau in Lagerfelds ehemaligem Palais. Foto Action Press

ihn regelrecht aus“, sagt er heute lachend, „das war schon obsessiv.“

Den Moment, als Risso mehr als zwei Jahrzehnte später das Palais betrat und realisierte, dass es Lagerfelds Haus war, wird er nicht vergessen; er sei beinahe in Ohnmacht gefallen. „Dieser Mann hat fast sein ganzes Leben mit der Suche nach Schönheit verbracht. Das gibt es heute nicht mehr oft, denn es bedeutet viel Arbeit, Schönheit zu kreieren.“

Heute ist Risso selbst ein erfolgreicher Designer, der wie einst Lagerfeld bei Chanel eine alteingesessene Marke neu interpretiert, ohne sie ihrer Wurzeln zu berauben. Was unterscheidet ihn von Lagerfeld, jenen Überdesigner? Erst mal ist es die Herkunft. Hier Lagerfeld, der aus großbürgerlichem Haus stammte, luxuriös lebte, mehrere Immobilien wie dieses Stadtpalais besaß und durchaus in seinem Auftritt aristokratisch wirken konnte. Hier Risso, der in einer unkonventionellen Familie aufwuchs, eher lässig auftritt und nach einem Defilee schon mal mit einem übergestülpten Stoffhasenkopf den Applaus entgegennimmt.

Unkonventionell, ein Begriff, der auch zu seiner Mode passt. Anders zu denken als die anderen, das wird Risso an der Londoner Modeschule Central Saint Martins, wo er studierte, wie auch bei Miuccia Prada gelernt haben, wo er zehn Jahre lang im Designteam arbeitete. Und es passt wiederum zu Marni, jener Mailänder Marke, die 1994 von Consuelo Castiglioni und ihrem Ehemann gegründet wurde und die stets eine eigene Handschrift jenseits der großen Luxusmarken aufwies.

Das beweist auch die Kollektion, die an diesem Nachmittag in Lagerfelds ehemaligem Palais präsentiert wird. Auf den röhrenförmigen weißen Schläuchen nehmen auch jene Gäste Platz, die trotz der warmen Temperaturen die übergroßen Mohairpullover und -mäntel mit Polkadots aus der vergangenen Saison tragen. Ein Orchester spielt eine Symphonie des amerikanischen Musikers Dev Hynes, zu dem am Ende ein Chor einstimmt. Experimentell wie die Schau selbst. Die Models laufen durch die oberen Räume, schreiten die riesige Steintreppe hinunter und schlängeln sich schließlich durch den Garten. Ein enger Laufsteg, der es mit sich bringt, dass mancher Entwurf über die Beine der Besucher streicht.

Risso zeigt eine breite Palette: Minimalistische Tanktops beherrscht er genauso wie gut geschnittene Blazer und Mäntel (in Marni-typischen farbenfrohen Streifenmustern) und Kreaturen, die buchstäblich aus dem Rahmen fallen – Blumenkleider, deren Blüten aus Blechdosen recycelt wurden und die beim Gehen klappernde Geräusche von sich geben. Er habe den Kleidern eine Körperlichkeit verleihen wollen, sagt er backstage. Sie sollten Raum einnehmen, die Besucher berühren, buchstäblich und im übertragenen Sinne.

Wenn man so will, ist aus dem schüchternen Jungen, der er einst war, ein ausdrucksstarker Designer geworden, der längst die verbale und nonverbale Kommunikation beherrscht. Nicht nur, das geht gerne in den Marni-Stores Zeit verbringt, um mit den Kundinnen zu reden, nach der Schau posiert er selbstbewusst mit den Rappern Usher und Saint Jhn und gibt heftig gestikulierende Interviews. Den Modunternehmer Renzo Rosso, dem die Marke Marni gehört, seitdem sich 2016 die Gründerfamilie zurückgezogen hat, umarmt er leidenschaftlich. Momente der Stille ertrage er nicht gut, sagte er mal in einem Interview. Deshalb müsse er nach einer Schau, wenn andere erst mal innehalten, schnell wieder aktiv werden. Seine Fans und Kunden dürfen gespannt sein, welche Haken der Italiener demnächst schlagen wird. Mit oder ohne Locken.

habe er nicht sofort begriffen, dass dieses Hôtel particulier, wie man im Französischen ein Stadtpalais nennt, ein Ort war, den er schon kannte. Risso war 15 Jahre alt, als er Mitte der Neunzigerjahre eine Freundin besuchte, die mit ihren Eltern in Paris lebte. Zufällig wohnte nebenan, in ebenjenem prachtvollen Gebäude, ein gewisser Karl Lagerfeld. Lagerfeld! Für Risso eine Sensation. Der stille Junge, der 1982 auf einem Boot geboren wurde, als seine Hippieeltern jahrelang durch das Mittelmeer schipperten, und der später in der Großfamilie in Genua aufwuchs und anfang, die Kleider seiner sechs Geschwister zu zerschneiden und neu zusammensetzen, um sich einen Ausdruck zu verschaffen – dieser schüchterne Junge war dem großen Designer plötzlich so nahe.

„Er war ein Held für mich, vergleichbar einem Rockstar“, erzählt Risso. Mit seiner Freundin verbrachte er damals ganze Tage damit, am Fenster zu sitzen und mit Blick auf den Innenhof zu beobachten, wann Lagerfeld das Haus verließ, wann er wieder zurückkam, was er anhatte, mit wem er sprach. „Wir spionierten

In den Restaurants im Berliner Regierungsviertel spekulieren viele Gäste immer darüber, ob sich an anderen Tischen auch bekannte Politiker nebst Entourage finden. Es gibt da alles mögliche: dezent-edel wirkende italienische Restaurants (in diesen Kreisen sehr beliebt), rustikale Brauhäuser mit rheinischem oder bayerischem Touch oder das „Borchardt“ mit seinen blickdichten Bistro-Gardinen. Das „Einstein Unter den Linden“ (so der offizielle Name) ist da eindeutig das Etablissement mit der demokratischsten Ausstrahlung. Alles wirkt offen, hell und zugänglich, der Schickimicki-Faktor ist gering, und zumindest im vorderen Bereich dominiert ein eher hauptstädtisch-touristisches Publikum.

Aber es gibt auch kulinarische Gründe für die beträchtliche Popularität des 1996 gegründeten „Einstein“, das mit seiner ös-

terreichisch orientierten Küche und den immer wieder mal als „die besten“ bezeichneten Wiener Schnitzeln zu einer festen Größe geworden ist.

Das Schnitzel gehört in die Abteilung „Classics“, aus welcher der Gast zuerst das „Wiener Backhendl mit Kartoffelsalat“ (29 Euro) bestellt, also eines der Gerichte, bei denen man üblicherweise sehr viele Vergleichsmöglichkeiten hat. Es gibt deutlich erkennbare Stücke von Brust und Keule mit einer nicht zu hellen und nicht zu dunklen Panierung und einem sauberen, klaren Geschmack, der die Souveränität der Küche im Umgang mit solchen Klassikern erkennen lässt. Beim Kartoffelsalat könnte man sich allerdings eine noch markantere Kartoffelsorte und etwas mehr Säure vorstellen, weil gerade das Säurespiel mit dem panierten Geflügelfleisch ein besonderes Vergnügen ist.

Gericht Nummer zwei aus dem „Classics“-Bereich ist der „Tafelspitz mit Apfeln, Schnittlauchsauce und Braterdäp-

## HIER SPRICHT DER GAST



Mit prächtig glasierter Kruste

Im Berliner „Einstein“ ist man in besten Händen.

Von Jürgen Dollase

fel“ (33 Euro). Auch er schmeckt zuverlässig gut – vor allem in den Proportionen der Zutaten, die ja so sein sollten, dass sie das Fleisch harmonisch unterstützen und begleiten. Der Eindruck hier ist der einer Art gehobener Routine, bei der man eben manchmal auch denkt, dass man solche Gerichte doch in regelmäßigen Abständen noch könnte.

Während also die Erwartungen bei den „Classics“ weitgehend erfüllt werden, sind andere Gerichte von der ab mittags durchgehenden Karte sehr viel beeindruckender. Da ist etwa eine Vorspeise namens „Ceviche vom Heilbutt mit 5 gr. Ossetra-Kaviar“ (25 Euro), mit einer größeren Menge leicht „angezogenener“ (also vor der Zubereitung dezent angewärmter), etwas dickerer Scheibchen Fisch, der so gegenüber der feinen Ceviche-Säure mehr Eigengeschmack bekommt. Der Kaviar reicht für zwei schöne Bissen. Das ist sinnvoll, weil man so sowohl den beeindruckenden Akkord wie einen Preis bekommt, der sich in Grenzen hält.

Auch das zweite Gericht von der normalen Karte, das „Kotelett vom Tiroler Kalb mit Würzspinat und Erdäpfelgratin“ (42 Euro), beeindruckt. Es hat alles, was man sich von einem guten gebrat-

UNTER DEN LINDEN		
EINSTEIN		
1x 0,75l Rheinsberger S	8,80	8,80
1x Doppelter Espresso	5,50	5,50
1x Espresso	4,00	4,00
2x Weinbegleitung	25,00	50,00
1x Spätsommer TK	16,00	16,00
1x Ceviche vom Heilbutt	25,00	25,00
1x Kotelett vom Kalb	42,00	42,00
1x Tafelspitz mit Apfe	33,00	33,00

nen Kalbskotelett wünscht. Das Fleisch ist mürbe-zart, dezent rosa und hat eine aromatisch prächtig glasierte Kruste, dazu einen Spinat, den man wegen besserer Frischewirkung und Aroma nur kurz in der Pfanne zusammenfallen lässt, und ein traditionelles Gratin. Auch dieses Gericht ist aller Ehren wert und hat –

wie das Ceviche – gegenüber den Classics einige Vorteile.

Und dann ist da ja auch noch Martin Pelz, der Chef des Hauses, der ein besonderer Freund guter Weine ist, die man gleich nebenan auch kaufen kann. Wenn man bei der Weinbegleitung signalisiert, dass es etwas besser sein darf, hat man dann so etwas im Glas wie den 2015er „Pauillac“ vom Château Latour (eigentlich ja nur der Drittwein dieses berühmten Weingutes). So etwas schmeckt zum Kalb dann schon extrem gut. Man braucht sich um die Volksvertreter-Journalisten-Touristen-Lobbyisten-Kundschaft also keine Sorge zu machen. Man ist im „Einstein“ in guten Händen, sollte aber nicht nur die Klassiker essen, sondern das ganze Potential nutzen.

„Einstein Unter den Linden“, Unter den Linden 42, 10117 Berlin. Tel.: 0 30/2 04 36 32. www.einstein-udl.com. Geöffnet Mo-Fr 8-22 Uhr, Sa 10-22 Uhr, So 10-18 Uhr. Vorspeisen 12-25 Euro, Classics 12-19 Euro. Hauptgerichte 25-49 Euro, Classics 25-33 Euro.