

TWEED

TWEED

DAS MAGAZIN FÜR DEN MANN MIT STIL

November / Dezember
Ausgabe 05 / 25

DEUTSCHLAND: 9,80 EUR
Österreich: 11,50 EUR
Schweiz: 13,40 CHF
Großbritannien: 8,50 GBP
Luxemburg: 11,50 EUR
Italien: 11,50 EUR



CHRONOSWISS
Uhren aus Träumen

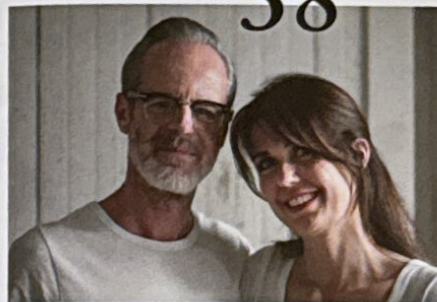
**CONCORSO
D'ELEGANZA**
In Bologna gewinnt
nicht der Schnellste.
Sondern der Schönste.

Alles über
**HOSEN-
SCHNITTE**

**CARLOS SAINZ JUNIOR
UND SEIN VATER
EIN GESCHMACK. EIN LOOK.**



20



16



82



76



AUFTAKT

- 03 **Editorial** Was bleibt echt im Zeitalter der KI?
- 06 **Hinter den Kulissen** Aus der Redaktion
- 07 **Instagram** Follower stellen sich vor
- 08 **News** Das könnte Ihnen gefallen

PEOPLE

- 16 **Daisee Aguilera**
Allein gegen die Elite: Naturschutz auf Formentera
- 20 **Chronoswiss**
Wie Oliver Ebstein aus Träumen Uhren macht

STYLE

- 26 **News** Das könnte Ihnen stehen
- 30 **NOMOS Glashütte & Wempe**
Eine Partnerschaft mit Auge
- 34 **Jaeger-LeCoultre Master Grande Tradition Calibre 948**
Mit dem Tourbillon einmal um die Welt
- 36 **Knigge-Kolumne**
Umgang mit unhöflichen Menschen
- 38 **Merz b. Schwanen**
Ein T-Shirt für die Ewigkeit
- 42 **Glosse** Über die Uhrsünde
- 44 **Der Hosenguide**
Alles über Schnitte und Passformen
- 50 **Massimo Pinatolo**
Italiens preisgekrönter Maßschneider
- 56 **Zwei Generationen Carlos Sainz**
Vater und Sohn mit Speed und Stil
- 60 **Style-Kolumne**
Ulrich Hesse über die Schneiderhandkante

TASTE

- 62 **News** Das könnte Ihnen schmecken
- 66 **Rezept** Beef mit Manu Ostner

TRAVEL

- 68 **News** Das könnten Sie erleben
- 70 **Wien im Winter**
Imperiale Pracht und Wiener Schmääh
- 76 **Palace Merano** Der Ursprung von Longevity

MOBILITY

- 82 **Concorso D'Eleganza**
Rollende Leidenschaft in Bologna

STANDARDS

- 90 **Backkatalog**
- 91 **Abo**
- 92 **Impressum**
- 94 **Culture** Interview mit Design-Ikone Lutz Dietzold
- 98 **Culture** Manufakturen-Guide Baden-Württemberg
- 102 **Vorschau**



von Prof. Dr. Anabel Ternès von Hattburg

„GUTES DESIGN IST UNSICHTBAR – BIS ES FEHLT“

Wenn Lutz Dietzold durch die Räume des German Design Council, des Rates für Formgebung, geht, bleibt er immer wieder stehen.

Nicht wegen der ikonischen Designobjekte, die ihn umgeben, sondern wegen der Geschichten dahinter. Für ihn ist Design mehr als Ästhetik: Es ist Haltung, Innovation und manchmal auch eine kleine Revolution. Doch wer ist der Mann, der seit Jahren die Fäden einer der einflussreichsten Design-Institutionen zieht?

Und was treibt ihn privat an?

TWEED: Lutz Dietzold, Sie sind seit Jahren das Gesicht des German Design Council. Wer sind Sie, wenn Sie mal nicht über Design nachdenken? Was füllt Ihre freien Minuten?

Lutz Dietzold: Ehrlich gesagt, gibt es für mich keine strikte Trennung zwischen Beruf und Freizeit. Mich faszinieren Kunst, Design und die damit verbundenen Ideen in meiner Freizeit genauso wie im Beruf. Sie sind für mich Ausdruck einer Haltung, die mich antreibt. Aber wenn ich mal nicht gerade über Design nachdenke, mag ich es, neue Einblicke und Eindrücke zu gewinnen, sei es in einem Museum, im Gespräch oder beim Entdecken neuer Orte. Mein Studium der Kunstgeschichte wirkt dabei immer noch nach: Es hat mir die Augen geöffnet, lässt mich Fragen stellen und nährt meine Neugier.

Welche persönlichen Erfahrungen oder Begegnungen haben Sie am meisten geprägt – und warum?

Unzählige Begegnungen mit jungen Designerinnen und Designern. Ihre unvoreingenommene Neugier, ihr Blick für das Wesentliche und ihre Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen – das beeindruckt mich tief. Diese frische Perspektive, kombiniert mit Kontinuität, inspiriert mich und zeigt mir immer wieder neue Wege auf.

Sie haben einmal gesagt, Design sei „gelebte Verantwortung“. Woher kommt diese Überzeugung? Gab es ein Schlüsselerlebnis?

Es war kein einzelner Moment, sondern viele kleine Beobachtungen, die mich geprägt haben. Ein besonders einprägsames Beispiel ist der Watercone, ein einfaches, aber kraftvolles Design, das zeigt, wie man aus sehr begrenzten Mitteln Leben retten kann: Ein transparenter Polycarbonat Kegel auf einer schwarzen Basis, der durch Sonnenenergie Salzwasser in trinkbares Wasser umwandelt. Er produziert täglich zwischen 1 und 1,5 Liter sauberes Wasser und ist einfach, nachhaltig und effizient. Für mich ist er ein Sinnbild dafür, was Design als Verantwortung bedeuten kann. Denn hier trifft soziale Relevanz auf intelligentes, klares Design.

Ihr Werdegang ist eng mit Design verbunden. War das schon immer Ihr beruflicher Traum, oder hätten Sie auch einen ganz anderen Weg einschlagen können?

Design hat mich früh gefesselt. Als Jugendlicher habe ich begonnen, Braun-Geräte auf Flohmärkten zu sammeln, weil mich das klare und zeitlose Design fasziniert hat. Aber noch prägender waren die ersten persönlichen Begegnungen in meiner Tätigkeit beim German Design Council. Noch als Praktikant durfte ich in den 1990er-Jahren Dieter Rams und Herbert Hirche kennenlernen, zwei Persönlichkeiten, die für mich bis heute eine Art Fundament darstellen. Ihre Klarheit, ihre Haltung und ihr unbedingter Anspruch an Qualität haben mir gezeigt, was es bedeutet, mit Design nicht nur Dinge zu gestalten, sondern Verantwortung zu übernehmen. Das war für mich wie ein Blick hinter die Kulissen, direkt an der Quelle der deutschen Designgeschichte.

Dieser frühe Austausch war für mich dann auch wie ein Saat Korn: Was dort gelegt wurde, hat sich mit den Jahren weiterentwickelt. Durch viele



weitere Begegnungen, durch Projekte, durch Diskussionen. Daraus ist meine Leidenschaft gewachsen, Design nicht nur als Beruf, sondern als Haltung zu verstehen. Und genau das macht die Vielfalt meiner heutigen Arbeit aus. Sie fordert mich täglich aufs Neue heraus und gibt mir die Möglichkeit, selbst gestaltend tätig zu sein.

Wie haben Sie den German Design Council geprägt, und wie hat der Rat für Formgebung im Gegenzug Sie verändert?

Ich habe den Rat bewusst für neue Themen geöffnet. Design an Schulen, Circular Design und intensiver Austausch mit jungen Talenten. Der Rat ist für mich nicht nur ein Gestalter, sondern auch ein Lernort. Die Impulse, die ich dort aufnehme, machen mich neugierig und weitsichtig. Ich glaube, in dieser wechselseitigen Beziehung wächst man gemeinsam, als Institution und als Mensch.

Was war Ihr mutigster Entscheid als Geschäftsführer, und welcher Schritt hat Sie am meisten überrascht?

Der wohl mutigste Schritt war, den Rat seit 2020 in einen Prozess kontinuierlicher Transformation zu führen. Wir haben bewusst Althergebrachtes hinterfragt und neue Wege eingeschlagen, auch



Sieit 2002 Geschäftsführer des German Design Council: Lutz Dietzold versteht Design als Haltung – leise aber wirkungsvoll

in schwierigen Zeiten wie der Corona Pandemie. Überraschend positiv war, wie gut diese Veränderung aufgenommen wurde. Sie hat gezeigt, dass Wandel nicht lahmt. Im Gegenteil. Er öffnet Horizonte, wenn man ihm mit Optimismus begegnet.

Der German Design Council steht für Exzellenz. Wie messen Sie persönlich gutes Design? Geht es um Schönheit, Funktion oder eher um gesellschaftlichen Impact?

Für mich ist Exzellenz eine Synthese aus drei Ebenen: aus Ästhetik, Funktionalität und gesellschaftlichem Impact. Wenn ein Design nicht schön oder funktional ist, fehlt etwas. Die wahre Stärke zeigt sich, wenn Design gesellschaftliche Verantwortung übernimmt, in seinem Umfeld wirkt und verbessert. Genau solche Projekte sind exzellent.

Welche aktuellen Design-Trends halten Sie für wegweisend? Und welche werden in Ihren Augen überschätzt?

Wegweisend finde ich Circular Design, weil es zeigt, wie Nachhaltigkeit und Gestaltung Hand in Hand gehen. Weniger relevant erscheinen mir allzu flüchtige Lifestyle-Trends, die mehr auf Aufmerksamkeit als auf langfristige Wirkung setzen.

Kann Design die Welt retten? Oder ist das eine naive Vorstellung?

Design allein rettet die Welt nicht, aber ohne es wird sie nicht zu retten sein. Denn ohne Design sind viele Lösungen undenkbar. Es ist keineswegs



Fotos: Saab-Baygan, Lutz Sternstein



Vom Schüler Dieter Rams' zum Geschäftsführer des German Design Council: Dietzold macht die Kraft von Design sichtbar

ein Nebenschauplatz, sondern ein entscheidender Treiber, den wir bewusst einsetzen müssen.

Die Designbranche steht vor großen Umbrüchen: Digitalisierung, Nachhaltigkeit, neue Märkte. Wie stellt sich der German Design Council darauf ein?

Wir sehen uns als Plattform für Dialog und Transfer. Wir bringen Expertinnen und Experten aus verschiedenen Disziplinen zusammen, öffnen Räume für Debatten und schaffen Sichtbarkeit für relevante Themen. Wir verstehen uns nicht als Bewahrer, sondern als Ermöglicher.

Wenn Sie einen Wunsch für die Zukunft des Designs frei hätten: Welcher wäre das?

Lutz Dietzold lehnt sich zurück, überlegt kurz und sagt dann etwas, das nicht nur Designer, sondern uns alle betrifft: „Gutes Design ist unsichtbar – bis es fehlt.“

Ich wünsche mir, dass Service-Design stärker in Stadtplanung, Verwaltung und öffentliche Prozesse Einzug hält. Gut gestaltete Services könnten Bürokratie abbauen, Lebensqualität steigern und Design im Alltag wirksam werden lassen. Das stärkt in meinen Augen unsere Demokratie!

Was möchten Sie unbedingt noch erreichen, privat wie beruflich?

Im German Design Council haben wir klare Ziele, an deren Umsetzung wir kontinuierlich arbeiten. Privat wünsche ich mir vor allem, dass ich mir meine Neugier erhalte. Und dass Design in der öffentlichen Wahrnehmung nicht als Luxus, sondern als elementarer Faktor für ein gutes Leben anerkannt wird.