

STEFFI KAMMERER

Sexy Books Editor“ steht auf der Visitenkarte von Dian Hanson – ein Titel, der extra für sie erfunden wurde, den es auf der Welt nur einmal gibt und der garantiert jede Dinnerparty in Schwung hält. Ihre Tätigkeit lässt sich etwa so beschreiben: Sie sitzt in ihrem hellen Büro am Sunset Boulevard in Los Angeles, neben sich auf dem Schreibtisch einen unterarmlangen Holzdildo, und denkt sich Bücher aus, deren Inhalte selbst in unserer übersexualisierten Zeit schon mal zu Stammelerei und Schamesröte führen. Zuletzt im Herbst letzten Jahres, als wiederholt Männer im Büro des Taschen Verlages anriefen und leise fragten: „Wann kommt dieses Buch über, ähem, P... raus?“ Wie bitte? „Na, das über P...“

„Big Book of Pussy“ ist der Titel, um den es ging. Später, bei der Launchparty in einer Galerie in Hollywood, war die Besucherzahl überschaubar, die Blicke waren betreten. Das weibliche Geschlechtsorgan schien kein großer Renner zu sein an diesem Abend – wer den Begleittext von Dian Hanson las, war gar nicht so erstaunt. „Arme Pussy“, stand da, „geliebt, gehasst, gefürchtet.“ Warum? Weil ihr Innerstes unsichtbar ist, weil sie vielen Männern Angst einflößt, weil Frauen heute denken, sie dürften nach nichts riechen. Übers Internet wurde das Buch dann umso fleißiger bestellt. Manchmal, so hört es Hanson von ihren Mitarbeitern, werde es auch aus dem Laden gestohlen – Hauptsache, kein Augenkontakt an der Kasse.

Das Pussy-Buch ist das letzte einer Reihe anatomischer Nahaufnahmen, die mit großen Brüsten begann, echten runden Brüsten, Exemplaren aus den 40er- bis 70er-Jahren, der Zeit vor Silikon also. Es folgten Penisse, Beine und Hintern. Auf Hochglanz und in 3-D, sorgfältig recherchiert und eingebettet in historischem Kontext, unterhaltsam geschrieben.

Die Serie sei damit beendet, sagt Hanson, das Einzige, was sich noch angeboten hätte, sei ein großes Buch über den Anus, aber nein, das will sie dann doch nicht, sie ist keine Berufsprovokateurin. Sie hat sich einfach nur immer wie wild für Sex interessiert – mit fünf Jahren begann sie, überall Brüste zu bemerken, sie füllte damit ihre Malhefte. Ihre Eltern waren religiöse Fundamentalisten, aber für Sex interessierte sich auch der Vater. Er zeigte ihr erste „Playboy“-Hefte, da war sie elf.

Dian Hanson war ein Außenseiter-Teenager, viel zu groß für ihr Alter. Sex war eine Befreiung. Sie las zum Thema Libido, was sie finden konnte. Mit 14 entdeckte sie in der Bücherei ein Werk des Psychiaters und Gerichtsmediziners Richard von Krafft-Ebing: „Psychopathia sexualis“. Eine Studie über sexuelle Perversionen, es wurde ihre frühe Bibel. Später ging es weiter mit Freud, Wilhelm Stekel und dem Sexologen John Money. Als sie 18 wurde und endlich Pornos kaufen durfte, gingen ihre ganzen Ersparnisse dafür drauf. Trotzdem, als sie jung war, hatte sie Schuldgefühle. „Aber ich hatte keine Wahl.“ Und die sexuelle Revolution erlaubte ihr, sich nicht verstecken zu müssen. „Seit ich die Pornografie für mich entdeckt hatte, hatte ich wirklich das Gefühl, ich habe meinen Platz gefunden.“

Bevor sie 2001 zu Taschen wechselte, produzierte Hanson 25 Jahre lang sehr erfolgreiche Pornomagazine in New York, darunter klingende Titel wie „Hooker“, „Big Butt“, „Tight“, „Bust Out“, „Jugs“ und vor allem „Leg Show“, ein bekanntes Fetischmagazin.

Von einer Frau, die sich über Jahrzehnte in der Sexindustrie durchgesetzt hat, könnte man eine gewisse Härte erwarten. Umso größer die Überraschung, als mir Dian Hanson an einem Frühlingmorgen in Los Angeles die Tür öffnet: eine zarte, schmale Frau mit langen blonden Haaren und feinen Lachsfalten. Sie ist 60 und sieht aus wie 45. „Come in“, sagt sie mit einer tiefen, weichen Stimme. Uni-Dozentin könnte sie sein oder Yoga-Lehrerin, und deshalb klingt es fast erstaunlich, wenn sie dann doch immer wieder so redet, wie man es in ihrem langjährigen Umfeld nun einmal tut. So erzählt sie von jungen Frauen, die sich bei ihr Rat holen und die sie vor der Hardcore-Szene warnen: „Überleg dir das gut“, gibt sie das Gespräch mit einer 20-Jährigen wieder: „Willst du wirklich auf ewig im Internet präsent sein mit einem Schwanz im Arsch?“

Hanson arbeitete als Atmungstherapeutin in einem Krankenhaus in Pennsylvania, als ein Zufall dazu führte, dass sie in Manhattan ein Pornomagazin mitgründete. Das war 1976, es war das New York vor Aids, als die halbe Stadt mit sexuellen Experimenten beschäftigt war, die Pornoszene ein einziger wilder Karneval. Ihr erster Verleger war ein Trinker, der gern Titelzeilen mithilfe von Prostituierten umschrieb, mit denen er die Nacht im Büro verbracht hatte. Das Ma-



Dian Hanson, Expertin für Begierden und Fantasien – in Szene gesetzt von Helmut Newton

# Dicke Dinger

Ein Leben für den Sex: Als Jugendliche entdeckte Dian Hanson ihr Faible für Pornografie, später produzierte sie erfolgreich Fetisch-Magazine. Inzwischen gilt Hanson als Königin des erotischen Coffetablebooks. Ein Besuch bei der weltweit führenden Expertin für anatomische Nahaufnahmen

gazin trug sich auch durch den Vertrieb vermeintlich gebrauchter Höschen: Zwei Vollzeitkräfte saßen da und bearbeiteten die Wäsche mit Dosenfisch, Klebstoff und Farbpinsel. Nachdem Dian und ihre Kollegen fanden, die Slips rochen und schauten echt aus, wurden sie an Fetisch-Liebhaber im ganzen Land verschickt.

Mit Dian Hanson über Sex zu reden ist ein intellektueller und sehr amüsanter Galopp durch Kontinente und Epochen: viktorianisches England, 12. Jahrhundert, Prähistorie, römische Antike und mittendrin die „Vagina Dentata“, eine hartnäckige Sage, wonach der Mann beim Geschlechtsverkehr von Zähnen kastriert wird.

Hanson ist tolerant, wie es nur alte Hippies sind. Alles geht, Schubladen verweigert sie sich. Deshalb beantwortet sie die Frage, ob sie Feministin sei, nur zögernd. „Ja“, sagt sie dann aber mit Nachdruck. „Eine Männer liebende Feministin.“ Und dann lacht sie ihr glucksendes Lachen. Man könnte einwenden, sie habe Frauen zu Sexobjekten degradiert – dem würde sie immer widersprechen: Sie feiert Körperlichkeit. Als Chefredakteurin half ihr Einfühlungsvermögen. Sie verstand es, die Begierden ihrer männlichen Leser zu ergründen und ihre Fanta-

sien zu bedienen. Fetischisten, die sich bisher für irgendwie pervers gehalten hatten, vertrauten sich ihr an – das war ihre Marktforschung. Sie las Zigtausende dieser Männerbriefe, neugierig, ohne zu urteilen. Immer wieder hatten ihre Leser geschrieben, wie wichtig es sei, die Gesichter der Frauen zu sehen, ein Geschlechtsteil ohne Gesicht bedeutete ihnen nichts. Die Auflage gab Hanson Recht, von zweimonatlich wechselte „Leg Show“ bald zu monatlich, die Auflage verdreifachte sich.

Weil sie so erfolgreich war, sei ihr viel Geld geboten worden, ein Magazin für Frauen zu machen: „Playgirl“. Sie überlegte es sich lange, kam aber zum Schluss, es ginge nur, indem man es in Wahrheit für schwule Männer konzipiere. „Frauen kaufen keine Pornografie.“ Jedenfalls nicht die Mehrheit und schon gar nicht regelmäßig. „Frauen kaufen romantische Bücher. Die sind zwar in den letzten Jahren zunehmend sexuell explizit – aber die Bilder entstehen im Kopf. Frauen wollen, dass Platz bleibt für ihre eigene Fantasie. Männer sind viel visuel- ler. Die können bereit sein für Sex, indem sie eine Frau nur anschauen.“

Der deutsche Verleger Benedikt Taschen rief Hanson in den frühen 90ern

erstmals an, um sie abzuwerben, er war ein Fan ihres Magazins „Leg Show“ und teilte auch sonst ihre Leidenschaft für Sex. Sie folgte seinem Werben nicht, aber sie freundeten sich an. Als bald zehn Jahre später die Eigentümer ihres Verlages wechselten, fragte sie Taschen, ob sein Angebot noch stehe. Sie wechselte ins Buchgeschäft – und so verließen auch viele der Modelle und Fotografen, mit denen sie seit Jahren zusammenarbeitete, den Untergrund. Durch Hanson avancierten etwa die Bilder des Fotografen Roy Stuart zu Bestsellern.

Für Taschen zog Dian von New York nach Los Angeles. Hier lebt sie in einem Haus in den Hollywood Hills mit ihrem Mann, dem britischen Autor Geoff Nicholson, der ihr Thema teilt – er schreibt über sexuelle Obsessionen. Hanson genießt die Natur in Los Angeles, die Kolibris vor dem Fenster und arbeitet so viel wie noch nie – sie produziert fünf bis acht Bücher im Jahr. Zurzeit arbeitet sie an einem 700-Seiten-Wälzer über Vintage-Pin-up-Kunst, es soll im Februar 2013 erscheinen.

Als sie bei Taschen anfang, war sie nervös, jedenfalls die ersten vier Wochen. Sie dachte, sie müsse ihre ganze Ästhetik und ihren Blick verändern. Dann erkannte sie: Der Unterschied ist nicht groß, egal ob Pornoheft oder Kunstbuch, es geht um Kurven. „Alles, was sexuell anziehend ist, hat Rundungen, selbst der Penis“, sagt sie.

Hanson sagt, eigentlich gebe es nur einen Unterschied zu ihrer früheren Tätigkeit: weniger Grenzen. „Wir produzieren Material, das eher Hardcore ist, als bei den Magazinen, für ich gearbeitet habe. Im Kontext der Kunst ist mehr erlaubt.“ Als sie noch Pornohefte produzierte, fand sich immer ein Großhändler, der sagte: „Das Bild sieht mir aber nicht legal aus. Schau nur, wo der Finger ist.“

Heute gibt es nur eine Instanz: Entscheidend ist, was Benedikt Taschen und sie anmacht – und glücklicherweise sind sie sich oft einig.

Nun kommen ihre Bücher über Penisse und Brüste im Miniformat raus, nächste Woche in Deutschland, kurz darauf in den USA. Als „Brevier für alle Lebenslagen“, wie es der Verlag ausdrückt. Hanson selbst sagt es etwas direkter –

die großen Bücher seien so schwer, die könne man nicht in eine Hand nehmen. Die Minis schon. „Benedikt Taschen sagt immer, wir machen keine Masterpieces, wir machen Masturbation-pieces.“ Ein schneller Leckerbissen zwischendurch also. Beide Bücher sind im Großformat Dauerseller. „Die könnten wir auch aus Schokolade anbieten, und die Leute würden sie haben wollen“, sagt Hanson.

Ein Hingucker sind die Bücher auf jeden Fall. Und das Wort groß ist im Hinblick auf die Penisse auch wirklich angebracht, das sind sie. Egal ob schlapperig oder krumm oder erigiert, manche sind nicht nur groß, sondern riesig. Bei einem Exemplar, das fast bis ans Knie reicht, könnte man denken, es sei eine Fotomontage, aber natürlich ist auch dieses gute Stück echt. Dian Hanson hat Aber-

tausende von Negativen gesichtet, bis sie ihre persönliche Trophäensammlung zusammenhatte. Das Buch mit den XXL-Phalli sei besonders bei Frauen sehr beliebt. „Für Männer ist es eher bedrohlich, aber genau deshalb mögen die Frauen es so gern.“

Sie wollte immer Abenteuerin werden, sagt Hanson. So eine richtige, die Flugzeuge steuert und den Nil durchquert. „Aber ich bin gar nicht abenteuerlustig. Nur in Bezug auf Sex.“ Eine Pionierin ist sie aber wohl.

CAPTAIN CORK  
MANFRED KLIMEK WEINKOLUMNE



## Bordeaux geht auch günstig

Die Region um die französische Stadt Bordeaux, das sogenannte Bordelais, ist eine der langweiligsten Weingegenden der Welt. Keine pittoresken Hügel wie in der Toskana, keine spektakulären Steilhänge wie an der Mosel. Und auch keine schönen Dörfer und Wirtshäuser wie im Elsass. Man muss die Gegend also nicht gesehen haben.

Aber man muss ihre Weine kennen. Und man muss sie lieben. Das Bordelais ist die Kernregion des europäischen Weinbaus, einst von den Engländern kultiviert und von den Amerikanern zu Weltruhm gebracht.

Gleichzeitig gibt es aber auch keine Weinregion, die so umstritten ist wie das Bordelais. Nirgendwo sonst gibt es derart weltberühmte Châteaux, die unverschämte Preise verlangen (und verlangen können). Und in keinem anderen renommierten Anbaugebiet wird Winzern so wenig für ihren Fasswein bezahlt. Im Bordelais liegen extremer Reichtum und totale Verelendung oft nah beieinander.

Daran sind die französischen Winzer selbst schuld. Denn immer noch kann man in Frankreich gewisse Qualitätskriterien nicht ernsthaft diskutieren, immer noch vertraut eine Mehrzahl der Betriebe bei der Schädlingsbekämpfung der chemischen Keule. Und immer noch fahren auch im Bordelais riesige Erntemaschinen durch die Rebzeilen.

Die guten und hochwertigen Châteaux kann man sich mittlerweile kaum mehr leisten. Der Preis einer Flasche Château Talbot (um bei einem preislich einst moderat agierenden Weingut zu bleiben) hat sich in den vergangenen Jahren ungefähr verfünffacht. Vor zwanzig Jahren war es noch möglich, auch einen etwas älteren Jahrgang dieses Weins zu einem vernünftigen Preis einzukaufen. Heute ist man gezwungen, Subskriptionen zu zeichnen, damit man nicht in Ohnmacht fällt, wenn man den Wein später beim Händler stehen sieht. Der Preis kann dann – vor allem bei den guten Jahrgängen 2009 und 2010 – durchaus dreistellig sein.

Das alles hat mir den Bordeaux vermiesen. Ich habe mich in den vergangenen Jahren geweigert, die Weine dieser Region noch näher zu betrachten. Auch hat sich der Weinstil geändert; die einst delikaten und gering alkoholischen Weine (meistens 12,5%) sind durch den Druck amerikanischer Weintester und auch infolge der Klimaerwärmung zu fetten Alkoholbomben mutiert.

Doch lese ich immer öfter über preiswerte Châteaux aus der zweiten Reihe, über rührige Winzer aus dem Bordelais, welche die Lücke füllen wollen, die die großen Châteaux mit ihrer Preispolitik hinterlassen. Zwischen High End und Massenproduktion muss doch noch Platz für eine Mitte sein.

So stieß ich auf den Clos du Jaugueyron aus dem Haut-Médoc. Die Region ist wichtig, denn es gibt vom gleichen Weinmacher auch noch einen ebenso hervorragenden Wein gleichen Namens, der im benachbarten Margaux gekeltert wird. Der Margaux-Jaugueyron ist bedingungslos zu empfehlen, kostet aber fast das Doppelte.

Vom kleinen Bruder aus dem Haut-Médoc kann man sogar noch den Jahrgang 2006 kaufen (für 16,50 Euro bei aux-fins-gourmets.de). Ein herrlicher Wein, gerade so, wie man sich einen klassischen Bordeaux wünscht. In der Nase der leichte „Gestank“, der das Terroir der Region festmacht (und Bordeaux leicht erkennbar), dann Johannisbeere, Paprika (vom Merlot), etwas Rote Bete und viel feuchte, schwere Erde. Im Mund dann richtig mächtig, ohne die Delikatessen und die Würze dem Holz zu überlassen. Ein guter, klassischer Wein, der noch eine Zeit im Keller vertragen kann.

Ebenfalls aus einem hervorragenden Jahrgang kommt der Château Maucaillou 2000 (für 28 Euro bei topcru.de). In der Nase schon deutlich reife Töne, etwas Tabak, Kaffee, auch Rauch vom Holzkohlengrill. Danach rote Beeren, die in Alkohol eingelegt wurden. Im Mund dann sehr trinkfreudig, reif und genau auf dem Punkt. Einen besseren, qualitativ hochwertigeren Bordeaux wird man für dieses Geld kaum finden.

Manfred Klimek ist Chefredakteur von „Captain Cork“, einer der wichtigsten Wein-Tageszeitungen im Netz

ANZEIGE

### Ist nicht Licht die Quelle ewiger Jugend? Light 590<sup>®</sup> 2.0 von TALIKA

Der französischen Kosmetikmarke TALIKA ist es gelungen, den ultimativen Aktivstoff für die Schönheit zu finden: das LICHT. Eine natürliche Energiequelle – unerschöpflich, sanft und präzise.

#### Innovative Schönheitstechnologie mit natürlicher Anti-Aging-Wirkung.

Inspiziert von Studien der NASA, untersuchte TALIKA gezielt die Wirkung unterschiedlicher Lichtfrequenzen auf die Haut. Es stellte sich heraus, dass die Wellenlänge von 590 Nanometer die Synthese von Kollagen und Elastin stimuliert und somit Falten reduziert. Basierend auf diesen Erkenntnissen, entwickelte TALIKA das LIGHT 590<sup>®</sup> 2.0 – ein patentiertes, sehr handliches und mobiles Lichttherapiegerät, das die natürliche Wirkung von Licht nutzt, um die jugendliche Schönheit der Haut zu reaktivieren.

32% weniger FALTEN\* und 33% mehr AUSSTRAHLUNG\* in 28 Tagen und 45 Sekunden am Tag – 100% wirksam. Nr. 1 im Bereich der Duty-Free-Verkäufe auf Flugreisen in Asien.

\* Klinische Testergebnisse bei 30 freiwilligen Personen über 28 Tage nach regelmäßiger Anwendung  
Vertrieb über: NOBILIS FRAGRANCES GmbH | Komoranweg 1 | 65201 Wiesbaden | Deutschland  
Telefon: +49 (611) 9 28 56-0 | E-Mail: info@nobilis-group.com



Ihr Beauty-Code zum Produkttest!



Abgezeichnet von:

Abgezeichnet von: