

«Wir tragen alle einen Schädel»

Jean-Pierre Di Lenardo war Banker. Heute stellt er Schmuck für Rockstars her, und exklusive Weine für Restaurants. Auf allen prangt sein Markenzeichen – der Totenkopf.

Herr Di Lenardo, ich habe gelesen, dass Sie mal Banker waren. Ich kann mir Sie aber ganz und gar nicht in einem Anzug an einem Schalter der UBS vorstellen?

Erstens: Glaube nie alles, was in den Medien steht? Und zweitens könnten wir das «Sie» weglassen?

Ja, können wir. Also stimmt das mit dem Banker nicht?

Doch. Aber nicht am Schalter, sondern im Commodity-Handel.

Was heisst das genau?

Ich war damals bei der Schweizerischen Bankgesellschaft SBG zuständig für Organisation von Transport und Raffination von Edelmetallen aus der ganzen Welt.

Wieso hast Du aufgehört?

Das war ein Bauchgefühl. Ich habe meine Zeit bei der SBG genossen und dabei viel gelernt. Aber ich spürte damals als junges Direktionsmitglied, dass ich mich beruflich verändern musste.

Hast Du Dich zum guten oder schlechten verändert?

Das ist eine gute Frage.

Und wie lautet die Antwort?

Das ist eine noch bessere Frage...

... okay. Aber wie wird ein «Banker» quasi über Nacht zum Schmuckdesigner?

Ich habe schon vorher designt.

Wieso ausgerechnet Schmuck?

Anfangs war es Schmuck. Danach kamen Uhren, Gürtel, Messer, Pfeifen, Broncen und Stiefel. Letztere lasse ich von Pedro Munoz produzieren, einer der erfolgreichsten Bootsmaker in den USA. Wir haben viele gemeinsame Kunden und sein Kundenrepertoire liest sich wie der Menüplan an den Oscar-Nominierungen.

Also hast Du begonnen, Schmuck mit Totenköpfen zu produzieren?

Richtig...

... das ist ja auch nicht besonders originell, oder?

Das muss es ja auch nicht sein. Es gibt Dinge, die kann und soll man nicht neu erfinden. Zum Beispiel den Totenkopf. Das ist Natur. Und die Natur können wir Menschen nicht verbessern.

Natur? Du jettest zwischen den USA und Zürich hin und her, fährst grosse Autos und schnelle Motorräder. Was hast Du mit der Natur am Hut?

Ich bin ein absoluter Naturmensch und jogge jeden Morgen bei jedem Wetter meinem Ridgeback «Dagobert» im Wald. Dort fühle ich mich am wohlsten und dort habe ich auch meine besten Ideen. Das Auto ist für mich ein Mittel zum Zweck, aber ich gebe zu, dass ich es vorziehe in einem schönen Auto wie dem BMW 6er Cabrio oder einem meiner privaten Autos unterwegs zu sein, als beispielsweise in einem Dacia.

Also das Image für Dich wichtig?

Das hat nichts mit Image zu tun. Ich habe glücklicherweise die Freiheit, zu machen was ich will. Ein Image ist für mich etwas Aufgesetztes. Genau so wie die Trends. Ich schwimme eigentlich schon immer gerne gegen den Fluss, ist härter und Du bleibst fit!

Totenkopfschmuck kann man für ein paar Franken im Internet be-



Jean-Pierre «JP» Di Lenardo, Schmuckdesigner und Inhaber von CULT925: «Ein Totenkopf ist etwas mystisches.»

stellen. Wieso sollte man ihn viel teurer bei Dir kaufen?

Gegenfrage: Wieso kauft jemand einen 6er BMW statt einen Dacia, obwohl man mit beiden Autos von A nach B kommt? Aus den gleichen Gründen wie meinen Schmuck: Wegen der Qualität, der Optik, den Details und der Exklusivität.

Was macht CULT925 teuer?

Unser Schmuck ist von A bis Z

Handarbeit – Made in Zürich. Kein Schädel gleicht dem anderen, kein Gebiss ist identisch.

Dein Schmucklabel ist vor allem in der US-Rock- und Country-szene Kult. Wieso?

Weil der Totenkopf in dieser Szene nichts gruseliges ist, sondern etwas mystisches. Zudem habe ich mit meinem Freund, Weinmacher Jayson Woodbridge (Hundred Acre), einen hervor-

ragenden Botschafter für mein Label. Nebenbei sollten wir nie vergessen, dass wir alle einen Totenkopf, also einen Schädel, mit uns rumtragen...

Mit Woodbridge hast Du noch ein weiteres Projekt lanciert.

Ja, über meine Firma CULTWEINE verkaufe ich Jaysons Tropfen.

Und was ist da so speziell daran? Heutzutage verkaufen alle Weine!

Woodbridge gehört zur absoluten Weltelite der Weinmacher und ist von Robert Parker mit zwölf «Hundertpunkten» für seinen «Hundred Acre» ausgezeichnet worden ist. Und unsere Weine gibt es nur bei uns – wir verkaufen nur an ausgesuchte Restaurants. Keine Händler, keine Private!

Kein Privatverkauf? Das kann doch nicht funktionieren.

Doch, die Beizer mögen das. So haben Sie den Fünfer und das Weggli.

Bist Du ein Gutmensch?

Schon wieder eine gute Frage...

www.cult925.com
www.cultweine.ch



Leben auf der Überholspur: «JP» Di Lenardo posiert mit seiner privaten BMW K1 vor dem edlen 6er Cabrio.



6? zum 6er

Dieses Wort, kommt mir zum 6er in den Sinn
schnittig

Wäre mein 6er ein Song, es wäre
«Space Oddity»

Dieser Filmstar sollte ihn fahren
Leonardo Di Caprio

Der 6er unterscheidet sich von den anderen BMWs, weil er
Freiheit und Dynamik vereint

Am besten gefällt mir am 6er
der Sound

Das 650i Cabrio habe ich ausgewählt, weil
es keinen schnelleren hatte