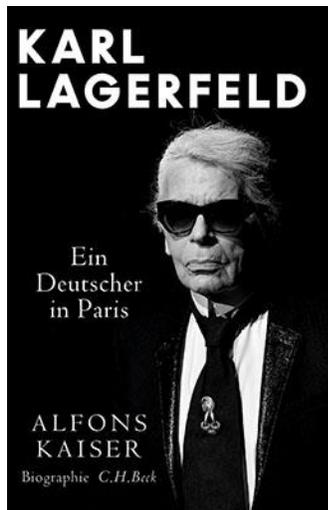




netzwerk mode textil

Karl Lagerfeld. Ein Deutscher in Paris.

Kaiser, Alfons: Karl Lagerfeld. Ein Deutscher in Paris. Biographie. München, Verlag C.H. Beck, 2020. 383 S., 58 s/w Abb. ISBN 978-3-406-75630-6.



Sechseinhalb Jahrzehnte lang war Karl Lagerfeld (1933-2019) modisch tätig. Seine Produktivität war schwindelerregend. Er war Kreativdirektor mehrerer Modehäuser und arbeitete für eine kaum übersehbare Reihe weiterer Auftraggeber. Selbstironisch kommentierte er: „Mein Name ist Labelfeld“ (S. 152).

Er suchte die große Bühne, schützte jedoch sein Privatleben. Wesentliche Lebensdaten hielt er geheim und erfand fiktive Identitäten. Er wollte alles unter Kontrolle halten, auch sein Bild in der Öffentlichkeit. Mit Brille und Zopf modellierte er sein eigenes Profil zum Markenzeichen. Er gefiel sich in der Pose eines Rockstars, umgeben von einer Entourage junger und schöner Menschen. Dann wieder gab er sich als überkandidelter Dandy mit einer Birmakatze im Arm. Seinen Weltruhm verdankte er nicht zuletzt seinen effektiv inszenierten Auftritten.

Mit seiner akribisch recherchierten Biographie will Alfons Kaiser zum Kern von Lagerfelds Persönlichkeit vordringen und hinter die Schichten der „Selbstmythisierung“ (S. 13) blicken. Kaiser ist bei der Frankfurter Allgemeinen Zeitung für das Ressort „Deutschland und die Welt“ sowie das monatliche Stil-Magazin verantwortlich und kennt sich in der Modeszene aus. Mit Lagerfeld war er lange bekannt. Das Besondere an Kaisers Biographie ist der Bezug auf das „Deutsche“ an Lagerfeld: seine Herkunft und vor allem sein Arbeitsethos und seine rigorose Disziplin. Die Wurzeln dieser Wesensmerkmale sieht Kaiser im Familienhintergrund, einer Mischung aus hanseatischem Kaufmannsgeist und preußischem Beamtentum. Im „Dritten Reich“ waren die Eltern Lagerfelds in der NSDAP.

Der Vater war weitgereist und sprach fünf Sprachen. Er war Kondensmilch-Fabrikant und erfand 1923 die Marke „Glücksklee“. Die belesene Mutter ließ sich von feministischen Ideen leiten. Sie war bestimmend, boshaft und fordernd. „Sie machte alle zu Sklaven“ (S. 40), urteilte ihr Sohn. Zeit seines Lebens ging es Lagerfeld darum, der Mutter etwas zu beweisen, so Kaiser.

Lagerfeld wuchs in der norddeutschen Provinz auf. Er war anders als seine Klassenkameraden. Ein Foto aus seiner Schulzeit zeigt ihn mit langer Hose, Krawatte und Siegelring unter burschikosen Gleichaltrigen. Stundenlang zog er sich allein zum Zeichnen zurück.

Kaiser widmet sich den Vorfahren Lagerfelds und seiner Kindheit in großer – für meinen Geschmack in allzu großer – Ausführlichkeit.

Im Jahr 1952 ging Lagerfeld nach Paris. Es war noch nicht lange her, dass die Stadt wieder von den Deutschen befreit worden war – 1944 –, und doch war sie schon wieder die Welthauptstadt der Mode. Außerdem herrschte dort ein liberaleres Klima für Homosexuelle als in Deutschland.

Seine Modekarriere begann 1954 mit einem Preis für den Entwurf eines Mantels. Darauf folgten Schlag auf Schlag Stationen bei Balmain, Patou und Chloé. Von Fendi, dem römischen Luxuslabel für Pelzmode und Lederwaren, wurde er 1964 als Chefdesigner verpflichtet, und blieb es bis zu seinem Tod. Er erfand das markante Doppel-F-Logo der Marke.

Die Brüder Wertheimer, Eigentümer von Chanel, engagierten Lagerfeld 1982 als ersten ausländischen – dazu noch deutschen! – Chefdesigner. Er orchestrierte den Imagewandel und globalen Wiederaufstieg der verstaubten Marke und läutete nebenbei mit den großen Doppel-C-Logos auf den gesteppten Handtaschen die Logomanie der 1980er-Jahre ein. Die Elemente des klassischen Chanel-Stils mischte er kühn mit Komponenten aus völlig anderen modischen Zusammenhängen, zum Beispiel Punk und Hip-hop. „Er nahm die Tradition ernst und verspottete sie doch“, urteilt Kaiser (S. 223).

Als erster bekannter Modemacher entwarf er eine Kollektion für H&M und förderte den Trend zu Fast Fashion, während gleichzeitig seine Haute Couture der Inbegriff von Dauer und Noblesse war. Billigmode, Beschleunigung der Saisons, Globalisierung der Märkte, Vermarktung über das Internet, er beherrschte alles. Für aktuelle Trends hatte er ein feines Gespür.

Lange stand er im Schatten von Yves Saint Laurent (1936-2008). Erst als dieser sich 2002 zurückzog, stieg Lagerfeld zum „Zentralgestirn des seltsamen Paralleluniversums Mode“ auf, so Kaiser (S.9).

Für Chanel und Fendi realisierte er Defilees in spektakulären Settings: Grand Palais, Chinesische Mauer, Trevi Brunnen. Er verschmolz „Inhalt, Reflexion und Grandeur“ zu Gesamtkunstwerken der Mode (S. 298). Unvergessen ist die Schau für Chanel 2014, die er als Supermarkt inszenierte. Der selbstreflexive Lagerfeld legte sie als Kommentar zum hemmungslosen Luxuskonsum an, von dem er selbst profitierte.

Seine Vielseitigkeit zeigte sich nicht nur im Modedesign. Er war auch Fotograf, Bühnenbildner, Illustrator, Karikaturist, Sammler, Herausgeber und Verleger.

Kaiser bettet die Lebensgeschichte des Modemachers in die kulturellen und gesellschaftlichen Erscheinungen der Zeit ein – mit dem Schwerpunkt Frankreich. Besonders erhellend ist das Kapitel „1952 bis 1982“ über den Zusammenhang zwischen wirtschaftlichem Aufschwung, steigender Konsumfreude, sozialem Wandel und – beeinflusst von Simone de Beauvoir (1908-1986) – einem neuem Frauenbild. Die Frauen legten ihre alten Rollen und ihre alten Kleider ab – und wollten neue. Für die Modeindustrie begann eine Glanzzeit, die in einer explosiven Entwicklung der Luxusbranche gipfelte. Damit einher ging ein Statuswandel der Designer. Sie entwickelten sich „von Dienstleistern, die vor Frauen knieten, zu Stars, denen die Frauen zu Füßen lagen“ (S. 127).

Kaiser schreibt flüssig und stellenweise sehr amüsant. Sein Respekt für die Lebensleistung des Designers wird deutlich, doch wahrt er eine leicht ironisch gefärbte Distanz. Das Liebesleben Lagerfelds behandelt er diskret. Er bringt uns den Menschen mit seinen Widersprüchen nahe. Großzügigkeit, Interesse am unmittelbaren Umfeld, Witz und Schlagfertigkeit auf der einen Seite, auf der anderen verletzend Bissigkeit und abrupte Trennung von Menschen, die seinen Anforderungen nicht mehr genügten.

Die Biographie endet mit Anmerkungen zum „Nachleben“. Für den französischen Präsidenten Macron hatte die Modewelt mit Lagerfelds Tod „ihren berühmtesten Botschafter“ verloren. Die amerikanische First Lady würdigte ihn als „Genie“. In Deutschland war von höchster Stelle kein Wort zu hören. Immerhin hieß es aus dem Auswärtigen Amt, Lagerfeld habe „vermutlich mehr für die deutsch-französi-schen Beziehungen getan als viele Politiker“ (S. 327).

Text: © Rose Wagner

Rose Wagner für *netzwerk mode textil e.V.* (online seit 26.02.2021)