

Le roi est mort, VIVE LE ROI!

Die Modewelt trauert. Karl Lagerfeld ist am 19. Februar im Alter von 85 Jahren verstorben. Dabei ist sein Tod eigentlich eine Sache der Unmöglichkeit. „Erstens bin ich unsterblich“, sagte er 2014 in einem Interview. Ein zweitens brauchte es dazu gar nicht mehr. Der gebürtige Hamburger und Pariser Weltbürger hat sich selbst immer wieder neu erfunden, zu einer Kunst-Ikone stilisiert - bis er selber eine Weltmarke war. Als Kreativchef von Chanel, von Fendi, seiner Eigenmarke, als Designer unzähliger Mode-, Lifestyle-, Musikprojekte, immer im Jetzt, am Puls der Zeit. Karl der Große, Kaiser Karl. Die Amerikaner haben einen Begriff für Jahrhundert-Persönlichkeiten wie ihn: Renaissance man. Wie Leonardo da Vinci ein Universalgenie. Er schnodderte hanseatisch-deutsch, englisch, französisch - alles in bunter Mischung - bonmots daher, die in die Geschichte eingingen. Wie seine Kreationen - sei es in der Mode, in der Fotografie oder als Verleger von Büchern. Sein Credo: „Meine Devise im Leben ist, es fängt mit mir an und hört mit mir auf“. Basta. Keine Sentimentalitäten, keine Nostalgie. Er ist ein monumentales Denkmal, ein bleibender Widerspruch und ein Rätsel. Irgendwie uns trotzdem auch moralischer Kompass in irren Zeiten. Er gab uns zu denken, gab uns umso mehr Amusement. So hat er es gewollt. Er hinterlässt: Ein bedeutungsvolles, reiches und interessantes Leben. Wir verneigen uns vor ihm - und zeigen die Highlights aus seinem Schaffen.

Text: Uschka Pittroff **Fotos:** XXXXXXXX





Highlights CHANEL

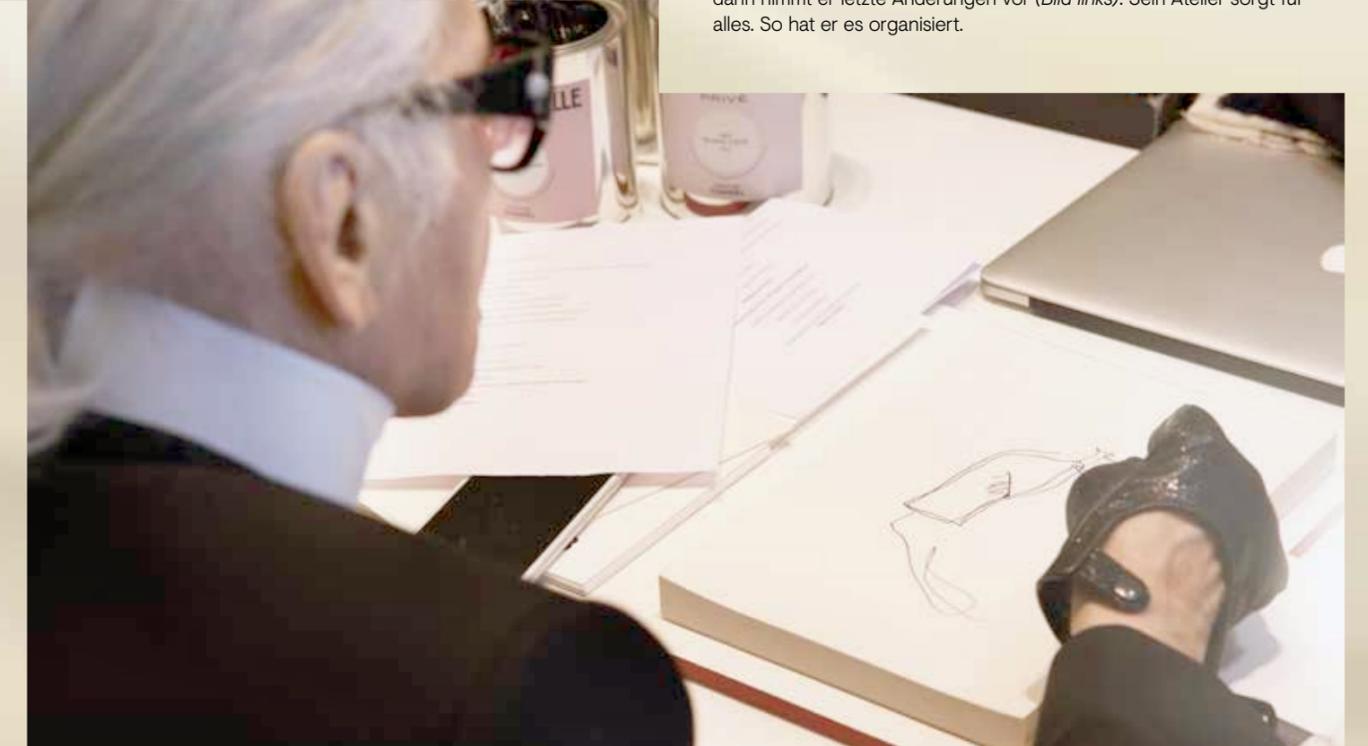
Backstage.

„Er ist die einzige Person, die Schwarz und Weiß bunt aussehen lassen konnte“, sagte Claudia Schiffer, Muse und gute Freundin über Karl zum Abschied. Hier ein backstage-Foto von der umjubelten Prêt-à-Porter-Chanel-Kollektion Herbst/Winter 2017/18. Die Chanel-Farben: Schwarz und Weiß. Karl zusammen mit seinem geliebten Patenkind, Hudson Kroenig, Sohn seines Weggefährten und Models Brad Kroenig, den Karl entdeckte und ihm zu einer internationalen Karriere verhalf (*Bild links*). Lagerfeld pflegte das Image eines Egoisten, eines Einsamkeitsfanatikers (Parfum: Égoïste), war es aber in Wahrheit nicht: Alle Menschen, die ihm nahe waren, berichten von seiner Generosität. Er nahm Business. Aber er gab auch Großzügig. Darüber sprach er nicht. Als sei es etwas Peinliches. Er nannte es lieber „zivilisiert“, für Menschliches einzutreten. *Foto rechts*: Als Perfektionist diktierte und studierte er jede Pose, die er mit der Kamera einfing - hier fotografiert er die Cruise Collection 2017-18.



Letzter Blick.

Wie Karl genau arbeitete, lässt sich wunderbar in der Netflix-Episode „7 days out“ nachvollziehen, einer großartigen, letzten Dokumentation, bei der man auch - überwältigt - ein Tränchen verdrücken muss. Da fallen Sätze wie: „Karl erkennt mit einem Blick, das ist perfekt.“ Oder es fallen Sätze aus seinem Mund wie: „Das sieht unmöglich aus.“ - „Sieht aus wie alter Schnee“. Oder: „Eine alte Bratpfanne.“ - „Sieht aus wie die Achselhöhle eines Alten.“ Da müssen Federn am Kleid gestutzt, neu gepuschelt werden. Ihm entgeht nichts. Harscher, provokanter Kritiker, weiser Philosoph, kompromissloser Ästhet und einer, der sich immer wieder auch über sich selbst amüsiert. Für die Angestellten oft nicht lustig. Er zeichnet. Manisch. 99 Prozent gehen in den Papierkorb (*Bild unten*). Das Ultimative wird umgesetzt nach seinem Entwurf. Damit, mit der eigentlichen Produktion, will er nichts zu tun haben. Ihm wird von Models das fertige Kleid vorgeführt, dann nimmt er letzte Änderungen vor (*Bild links*). Sein Atelier sorgt für alles. So hat er es organisiert.



Berührt.

Berührungängste im engeren Sinne hatte Karl nie (siehe hautnah Foto unten: Spring/Summer-Prêt-à-Porter Kollektion - hier mit Model Adut Akech). Keiner im Team nannte ihn Monsieur Lagerfeld. Er war für alle "Karl". Damit war aber genug: „Mich interessiert nur die Oberfläche“. Rührung im Sinne von Sentiment war ihm zuwider. Die Oberfläche (vulgo auch Oberflächlichkeit des Modebusiness) war seine Matrix, Grundlage seiner Existenz - und er perfektionierte sie. Schutzschild? Halt? Eitelkeit hat ihn davor bewahrt, ein „Schlampe“ zu werden, sich zu vernachlässigen. Wer Jogginghosen trägt hat die Kontrolle über sein Leben verloren. Den Satz kennt jeder. Natürlich konterkarierte er sein Statement, indem er dann selber Sweatpants entwarf. Kontrolle. Disziplin. Ein Begriff, den schon alte griechische Philosophen als Weg zum Glück verstanden. Unterhaltsame Aphorismen bleiben und eine seiner typisch-trockenen Aussagen: „Wenn Leute ihren Hintern zeigen, kümmert mich das nicht. Es schockiert mich, wenn sie ihre Gefühle zeigen.“ Was er selbst von sich preisgab, bestimmte allein er: „Ich rede so viel, damit keiner merkt, wer ich wirklich bin.“ Ein Meister der Illusionskunst und der Inszenierung. Seine legendären Modeschauen als Magier der Haute Couture, opulent, jeglichen Rahmen sprengend, Traumkulissen mit Traummode, unendlich kostspielig, setzen sein Publikum immer wieder in Verückung. Wie die Métiers d'art Kollektion 2017-18, die er in der Hamburger Elbphilharmonie zelebrierte (Foto rechts). Ahoi! Foto ganz unten: Schlussbild vom Defilee der Métiers d'art-Kollektion Paris-New York 2019 mit seiner ehemaliger Studio-Leitung und heutigen CHANEL Kreativ-Chefin Virginie Viard (links), sowie seinem Patensohn Hudson Kroenig.



Loyalität.

Acht Kollektionen im Jahr für Chanel, vier für Fendi. Es ist die längste Beziehung, die ein Modehaus je mit einem Designer hatte: 1965 nahmen Paola, Franca, Carla und Alda - die Fendi-sisters - den damals unbekanntem deutschen Designer Karl Lagerfeld an Bord (1982 folgte er Chanel). Es sollte eine Freundschaft auf Lebenszeit werden. Über fünf Jahrzehnte liebte man seine Furchtlosigkeit, seinen Einfluss auf eine ganze Generation von Designern und Ästhetik. „Ich war ein Kind, als ich Karl kennenlernte“, sagt Silvia Venturini Fendi (*Bild unten*), „Karl war mein Mentor und Anker.“ Er hat ohne Zweifel den Erfolg des Hauses geprägt und vermehrt. Die Pelz-Schauen bei Fendi - er war für die Damen-Kollektion zuständig - waren keineswegs so exuberant wie die der Maison Chanel, aber immer vorausschauend. Er war ein Visionär der Mode, der Moderne - immer in die Zukunft gerichtet - und zitierte so lebhaft die Vergangenheit. Weiß gepuderter Mozartopf, Vatermörderkragen, am liebsten Literatur des grand siècle, Spätbarock und Rokoko des 18. Jahrhunderts. Seine Karriere begann mit einem Wollmantel. Damals lebte er mit seiner Mutter bereits fünf Jahre in Paris - und gewann den begehrten „International Woolmark Prize“ - und einen Start bei Pierre Balmain. Es folgten Schritte bei Jean Patou, Cloé. Kundinnen wie Grace Kelly, Jackie Kennedy, Brigitte Bardot und Maria Callas mehrten seinen Ruf. Karl war Fendi immer treu. Und umgekehrt.

Foto rechts: Karl zeichnete Vormittage lang. Er wollte als Kind immer Karikaturist werden, so wie andere Lokführer oder Weltraumpiloten.



Highlights
FENDI

Schöner Schein.

„Zwischen mir und dem Rest der Welt besteht eine Glaswand“. Pflögte Karl zu sagen. Das war wörtlich zu nehmen. Denn er bestand darauf, nie seine Sonnenbrille abzunehmen. Ob im business oder privat. Der schöne Schein, er diente dazu, von seiner Persona abzulenken. Und dann gibt es noch den vielzitierten Spruch: „I am very much down to earth, just not this earth“ -“ Ich bin sehr bodenständig. Nur nicht auf dieser Erde.“ Das mag für seine Kreationen gelten, im Geschäftsleben war er zuverlässig, sehr deutsch. *Bild rechts:* Karl Lagerfeld mit Silvia Venturini Fendi und Fendi-CEO Serge Brunschwig.



Federleicht.

Zauberhafte Kreationen hat er für Fendi über 50 Jahre lang aus Pelz kreiert. Jeden einzelnen Entwurf nahm er persönlich ab. Er flog nach Rom ein in seinem Privatjet, ausgehend vom Pariser Flughafen Le Bourget. Nicht einmal im Traum wäre es ihm eingefallen, Linie zu fliegen. Zu viele Fans, zu viele selfies. Er ließ sich chauffieren, auch im Hummer-Vehicle. Ein Autofahr-Trauma: Er bekam von seiner Mutter ein cremefarbenes Mercedes Cabrio 190 SL, mit dem er sich fast zu Tode fuhr. Genauso wie ein Kamin-Trauma. Er hatte Angst vor Feuer, deshalb waren Kamine in seinen Häusern nur Showplace. Pelz mag heute etwas aus der Zeit gefallen sein. Bei Karl und Fendi war er da, contemporary. Foto unten: Typische Pose mit Handschuh - seine Mutter wies ihn einst darauf hin, dass er nicht rauchen sollte, weil seine Hände für die Poesen dafür nicht schön genug seien.



KARL LAGERFELD

Highlights KARL LAGERFELD

Eigenmarke.

Im zweiten Anlauf klappte es nach einigen Fehlstarts mit diversen Partnern, das Label zündete nie. Dann: Apax Partners, ein britischer Finanzinvestor, zu dem u.a. auch Calvin Klein gehört, kaufte 2014 die Markenrechte an Karl Lagerfeld. Karl hat nun ein starkes Kreativteam rund um seine Eigenmarke aufgebaut mit Design-Direktor Hun Küm und dem Deutsch-Italiener Pier Paolo Righi als Markenchef. 2017 erwirtschaftete sein Unternehmen einen Umsatz von gut 350 Millionen Euro. 2015 lagen die Erlöse gerade mal bei der Hälfte. Zum Vergleich: Insider wie BNP Paribas schätzen den Wert von Chanel auf mehr als 50 Milliarden Dollar, was die Besitzer, die Wertheimers, zu einer der reichsten Familien Frankreichs macht (Karls eigenes Vermögen soll etwa 400 Millionen Euro betragen haben). Karl war und ist omnipräsent: Mit über 100 Läden von New York bis Dubai, von Shanghai bis Seoul (shops auch in Wien und seiner Geburtsstadt Hamburg). Und selbstverständlich online. Modekritiker bemängelten, dass nun auch Handtaschen für 400 Euro verkauft würden, die bei Chanel mindestens das Zehnfache kosten. Was scherte es Karl. Er entwarf schließlich auch für H&M, ließ sich selbst und seine Katze Choupette (eigener Insta-account) als schmutziges Stofftier von Steiff nachbilden. Er schneiderte für Barbie, entwarf Cola light-Flaschen, arbeitete für Opel. All das Widersprüchliche, das Vermischen von vermeintlich „High“ und „Low“ trug zum Mythos bei – auch da war er am Puls der Zeit – alles mischt sich. Bild links: Mit aktuellem Testimonial, Model Kaja Gerber, der Tochter von Supermodel Cindy Crawford.

Bild unten: Gerade noch hat er einen Kreativ-Vertrag mit der Ex-Chefredakteurin der französischen Vogue, Carine Roitfeld, abgeschlossen, mit der er auch das Chanel-Kultbuch „The little black jacket“ verwicklichte. Sie wird sein Projekt weiterführen. Im Bild mit CEO Pierre-Paolo Righi.



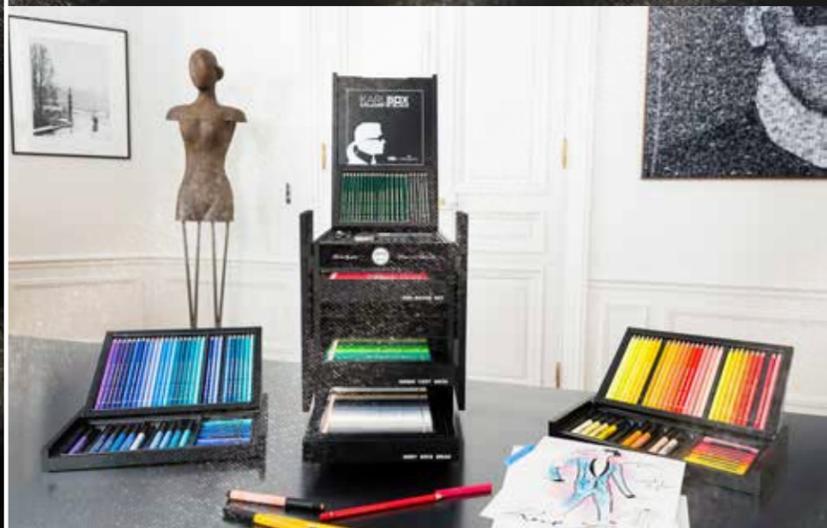


L'état, c'est moi.

Der Staat bin ich. Er war niemandem verpflichtet, hatte bei Chanel einen Vertrag auf Lebenszeit. War sein eigener Herr, radikaler Individualist. Und auch ein Herr im altmodischen Sinne, so wie es sie heute kaum noch gibt. Gentilhomme. Und zugleich Lästermaul. „Karl Lästerfeld“ schrieb die Boulevardpresse. Er teilte ein in Gut und Böse, richtig und falsch. Aber mit Witz. Das Selbstquälerische vieler Modeschöpfer heutzutage war seine Sache nicht. Ihn interessierte nur, was ihn interessierte. Kaiser Karl zeichnete von den frühen Morgenstunden bis zum Mittag. In weißen Nachthemden von „Hilditch & Key“. Sein Lieblingsmöbel, wie er selbstironisch sagte: Der Papierkorb. Nur das Beste fand Gnade. Auch bei seiner Eigenmarke gab er den Mitarbeitern Kurzanweisungen, wie etwas auszusehen hatte (*Zeichnung links*). Karls Leben ohne Farbstifte, undenkbar. Er entwarf auch eine eigene Edelkollektion für Faber Castell (*Foto rechts unten*). Schon an der Silhouette erkennbar, eben sein eigenes Markenzeichen: hier mit Freundin, Fan und Testimonial. Olivia Palermo (*Foto unten links*).

Cat Content.

Die Geschichte mit der Katze ist eine eigene lovestory, Haustier seit 2011. Der Name der Birma Katze bedeutet: Die Süße. Wenn man auf wikipedia nachschlägt, erfährt man sogar deren Stammbaum: geboren als Guimauve du Blues Daphnée am 19. August 2011 in Fontaine-sous-Préaux. Hunderttausende followers auf Instagram. Ihr größter Fan: Karl. Sie hat zwei Zofen, einen Leibkoch, ein iPad, durfte als einziges Lebewesen mit ihm das Bett teilen, eine eigene homepage www.choupettesdiary.com. Karls Kommentar 2015 gegenüber dem SPIEGEL: „Wir leben in einer Welt, wo eine Katze mehr Umsatz machen kann als jemand, der hart in einer Fabrik arbeitet. Das ist vielleicht ungerecht, aber dafür kann ich nichts.“ Ex-Besitzer und Model Baptiste Giabiconi, Wegbegleiter und Muse von Karl, hatte sie während einer Reise bei Karl in Obhut gelassen. Und der gab sie nicht mehr her. Sie wurde großzügig in seinem Testament bedacht (*Foto rechts*).



KARL LAGERFELD

His beat goes on

Karl Otto Lagerfeld wuchs als zweites Kind (er hatte noch eine Schwester, die bereits verstorben ist) in wohlhabenden Verhältnissen als Sohn eines Kondensmilch-Fabrikanten („Glücksklee“) namens Otto und dessen gestreng-preußischer Frau Elisabeth Bahlmann in Hamburg /Bad Bramstedt/Blankenese auf. Geboren am 10. September 1933, ein Geburtsjahr, um das er lange ein Geheimnis machte.

Sind Sie jetzt auch schon gelangweilt? Genau. Wer will das wissen? Was genau sagt das über ihn aus? Karls oberste Maxime: Du sollst nicht langweilen! Er selbst hat zu Lebzeiten und in Voraussicht seines Ablebens viel Weises gesagt. Zuoberst sein Prinzip: The beat goes on.

Karl war pragmatisch, wie er selbst einmal sagte „entmutigend prosaisch“. Wir wissen viel über seine beruflichen Marksteine, über sein Jahrhundert-Genie, da wir Produkte seiner überbordenden Kreativität anfassen, sehen, riechen, fühlen, kaufen können. Das Leben als Laufsteg. Im Privaten etwas über seine Kindheit und der prägenden Mutter: Kindheit? „Das war die größte Zeitverschwendung meines Lebens!“ Er habe einfach schnell erwachsen werden wollen. Statt mit Gleichaltrigen zu spielen, verzog er sich lieber - ganz Eigenbrötler- auf den Dachboden, um in Satirezeitschriften wie dem „Simplicissimus“ zu stöbern. Sein Erweckungsmoment: Die Zeichnungen von Olaf Gulbrandsson und Thomas Theodor Heine. Er will Karikaturist werden.

Wir wissen auch über seine Konkurrenz zum Zeitgenossen Yves Saint Laurent. Und Karls Lebensliebe, der 1989 an Aids verstarb: Jaques de Bascher, großer Verführer und Manipulator. Sagte Karl „Er war der eleganteste Franzose, den ich je gekannt habe.“ Eine Affäre de Baschers mit Saint Laurent, den er angeblich einmal in einen Schrank einsperrte, führt zu lebenslanger Feindschaft zwischen beiden Modemachern. Wilder Sex? Drogen? Mais non. Karl rauchte nicht, trank keinen Alkohol. Eher workoholic. Aber aus Lust. Um die Welt ging seine Diät, nachdem er sich - moppelig- um 40 Kilo abhangerte (natürlich mit eigenem Koch und Buch-Bestseller), um in die sexy hautnah geschneiderten Anzüge von Hedi Slimane (damals Dior, Größe 46/48) zu passen: Er wolle sich selbst ein „idealer Kleiderbügel“ sein.

Die große Geste war sein Format: Einstmals wedelte er mit Fächer Zigarettenrauch und Belästiger weg. Er vermittelte dem Deutsch-Sein, den Piefkes, mit Extravaganz Weltklasse. Keine Grenzen. Kein Parkett zwischen Kunst, Kultur und Kommerz, das er nicht bespielen konnte: 700.000 Bücher besaß er, viele davon zitabel gelesen, hunderte ipods, die er auch an Freunde verschenkte, bespielt mit den neuesten Musik-Mixes von Michel Gaubert, dem Mode-DJ der Branche. Auch seine Aphorismen waren maßgeschneidert. Beispiel: „Ich leide an einer Überdosis meines selbst“. Elegant, eloquent, Meister des Eskapismus, der doch so fabelhaft alle anderen mit einem Satz auf den Boden holen konnte. Der letzte Superstar der Mode.



FÜR IMMER KARL
Weiß gepudertes Mozartopf, Vatermörderkragen, Sonnenbrille - er mochte es, wie eine Comic-Figur daherzukommen. Er bestimmte und stilisierte sich selbst. Ein Mythos, eine Ikone. So wollte er wahrgenommen werden. Weltweit erkennt man ihn nun selbst auch an seiner Silhouette.

Dem eigenen Tod stand er distanziert, pragmatisch, eher belustigt gegenüber. Bloß kein Aufhebens darum machen, um den Tod. Im Interview-Buch des - ebenfalls verstorbenen - großen „Bunte“-Autors Paul Sahner, das nun wieder aufgelegt wird, sagte er während eines Essens ungerührt: „Wenn ich morgen tot umfalle, ist mir das auch egal. Mein Gott, Millionen Menschen sind vor uns gestorben - wollen Sie noch Käse?“. Nonchalant verfügte er in diversen Interviews auf eine Gedichtzeile Friedrich Rückerts, die Gustav Mahler vertont hat: „Ich bin der Welt abhanden gekommen.“

Er wurde im kleinsten Kreise in Nanterre beigesetzt, nachdem er eine Einäscherung verfügt hatte. Der Göttinger Verleger Gerhard Steidl hat viele Jahre lang die Bücher und Editionen von Karl Lagerfeld betreut. Gemeinsam gründeten sie einen Verlag namens LSD- Steidl Druckerei Verlag - bewußtseinserweiternd. Beide Bücher-Freaks von der Haptik bis zum Buchgeruch. Im Mai erscheint jetzt das letzte Gemeinschaftswerk, eine Sammlung von Karls Karikaturen - genannt „Karlikaturen“. Kaufen!

Bei seiner Eigenmarke arbeitete Karl zuletzt an der Inneneinrichtung seines Hotels in Macao. Es soll in den nächsten Monaten eröffnet werden. Und weitere Projekte, so CEO Pier-Paolo Righi, sollen folgen. Karl-Hotels, in denen wir seinen spirit spüren. In Frankreich gehen seine Aphorismen offizielle als „Karlismen“ in den Sprachgebrauch ein.

Bei der letzten Prêt-à-Porter Chanel Show im Grand Palais in Paris zog man posthum in seinem Sinne nochmal alle Register. Zunächst eine Schweigeminute. In den Einladungskarten der geladenen Gäste sein Zitat: „The beat goes on...“. Darunter eine seiner berühmten Zeichnungen - er an der Seite von Coco Chanel. Er übergibt seine Aufgabe an die 57jährige Virginie Viard - „Sie ist meine rechte und meine linke Hand“, sagte Karl. Und damit wird deutlich, welche wichtige Rolle Virginie bereits vor dem Tod für ihn und die Mode spielte.

The beat goes on. Danke, Karl! ♥