

P A U L S A H N E R

K A R L



mvgverlag 
P R E M I U M

Paul Sahner

KARL

Für Martina und Annabel

Paul Sahner

KARL

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie.

Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Für Fragen und Anregungen:
paulsahner@mvg-verlag.de

5. Auflage 2013

© 2009 by mvg Verlag, ein Imprint der Münchner Verlagsgruppe GmbH
Nymphenburger Straße 86
D-80636 München
Tel.: 089 651285-0
Fax: 089 652096

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Umschlaggestaltung: Die Werkstatt, München
Layout und Satz: mcp concept GmbH – Gestaltung und Kommunikation, Rosenheim
Druck: GGP Media GmbH, Pößneck
Printed in Germany

ISBN Print 978-3-86882-201-4
ISBN E-Book (PDF) 978-3-86415-197-2

— Weitere Informationen zum Verlag finden Sie unter —

www.mvg-verlag.de

Beachten Sie auch unsere weiteren Verlage unter
www.muenchner-verlagsgruppe.de

INHALT

Vorwort	8
Danksagung	10
Pariser Modewoche Herbst 2008	
1. Begegnung mit dem »Kaiser«. Standing ovations. Außerirdischer	12
2. Happy Karl-Day! Geburtstage, Jubiläen. Ich hasse das	29
1920er Jahre	
3. Kondensmilch. Ein Kaufhaus in Berlin. Die Eltern	36
1930er Jahre	
4. Gutshof Bissenmoor. Die Kindheit. Dumm wie Ribbentrop	49
1940er Jahre	
5. Nie ohne meine Krawatte. Rheumaklinik, Doktorphobie, Schule in Bad Bramstedt	63
1945–1949	
6. Glücksklee als Todesfalle. Falscher Boxkampf. Gerne Jude	74
1950er Jahre	
7. Paris. Autodidakt, Mantelpreisträger. Legendenbildung und Märchen	87
1960er Jahre	
8. Saint Germain. Bodybuilding, Ballettschuhe, Gigolos und »Ohrfeigen« für Chloé	108

	1963–1967	
9.	Götter, Surfer und Schwimmer im Chambre d'amour. Das Bild des Vaters	122
	1968–1969	
10.	Samba, Satin, Sex-Appeal. Pullis für Sinatra. Ein Tempel mit Art déco	138
	1970er Jahre	
11.	Andy Warhol. Walk-on-the-wild-side. Der makelloseste Dandy von Paris	147
	1972	
12.	Café de Flore. Monokel, Monster und einer wie d'Artagnan	158
	1973	
13.	Saint Tropez. Ein männerfressender Zwilling. Paloma Picasso als Muse	167
	1974	
14.	Schloss in der Bretagne. Champagner, Rolls-Royce und ein Käfig voller Narren	177
	1975–1979	
15.	L. A., New York. Partytime. Jack Nicholson, der Freund. Gedanken nach Mutters Tod	185
	1980er Jahre	
16.	Die Ära Chanel. Drama-Queen. Das magische Jäckchen	200
	1986	
17.	Monaco. Party, Klatsch und Poltergeister. Mein Freund, der Fürst	214

1989		
18.	Liebe, Schmerz und Schicksal. Tod des »Mannes fürs Leben«. Der neue Dorian Gray	240
1990er Jahre		
19.	Adelpalais in der Ru de l'Université. Der Tangotänzer, Cola Light – geschüttelt, nicht gerührt	257
1995–1999		
20.	Goethe, Faust und die Sinfonie des Grauens. Villa Jako – die Rückkehr der Kindheit	272
2000er Jahre		
21.	No deadline for an new life. Slimline von Slimane. Wie riecht Karl?	302
2004		
22.	Biarritz, Elhorria. Eine Nacht beim »Kaiser«. Mit Calvados, Hitler und Marlene	329
2004–2007		
23.	No-Couture für H&M. Kein Fächer mehr. Die Liebe zu Porzellan	355
2008–2009		
24.	Ein Haus in Vermont. Die neue Bescheidenheit. Luxus kennt keine Krise	376
2009		
25.	Jahrmarkt der Leidenschaften. Die neue Chance. Nicht unsterblich sein	389
26.	Das Lagerfeld-Lexikon: Der »Kaiser« buchstabiert die Welt – ICH habe nachgefragt!	399
	Quellennachweis/Bildnachweis	444

VORWORT

Karl, gibt es jemanden, den Sie mehr lieben als sich selber?

KARL: Nein, das wäre auch dumm. Die Leute haben mehr davon, wenn ich mich unter eigenen Denkmalschutz stelle.

Sie sind sehr überzeugt von sich.

KARL: Doch, doch, doch. Sie können nicht erwarten, von anderen geliebt zu werden, wenn Sie sich selber nicht mögen.

Sie sind ein Narziss?

KARL: Ich bin nicht verknallt in mich, aber ich komme mit mir aus.

Sind Sie ein guter Mensch?

KARL: Ja, ich finde mich nicht schlecht. Und nein, ich finde mich sehr egoistisch. Mein Egoismus erlaubt mir, anderen zu helfen.

Wie das?

KARL: Mein Selbsterhaltungstrieb ist ein positiver Trieb, weil ich damit auch andere besser erhalten kann.

Sie sind mit sich also rundum im Reinen?

KARL: Doch, doch, doch. Leben und Werk sind nicht zu trennen.

Ein typischer Dialog, den ich mit Karl Lagerfeld führte.

Er ist ein Mann, der, so scheint es, alles erreicht hat: Macht, Ansehen, Reichtum und Wissen. Sein unerschütterliches Selbstbewusstsein wird nur noch durch sein ausgeprägtes Sen-

dungsbewusstsein übertroffen. Seine Stärke, die Selbstironie, ist zugleich seine Schwäche, weil man sie leicht mit Koketterie verwechseln kann: »Ich brauche niemanden, um mein Herz auszuschütten. Ich kontrolliere die Situation selbst. Gut, nicht? Ich versuche die Dinge kalt zu analysieren.« Und fragt man ihn, ob er das ist, wofür alle Welt ihn hält, sagt er: »Vielleicht bin ich ja eine Stilikone, aber für den täglichen Gebrauch schwer zu imitieren. Was könnten denn Sie, Paul, damit anfangen, wenn Sie so wären wie ich?« Nichts. Da hat er recht. Er ist ein Unikat mit Charisma. Sein Ego ist grenzenlos, seine Devise: *me, myself and I*. Selbst einer der klügsten Köpfe Deutschlands, Martin Walser, 82, beschäftigt sich mit Karl Lagerfeld. Ende März interviewte ich den berühmten Schriftsteller in München. Ich erzählte ihm von diesem Buch und fragte: »Wer taugt für Sie eher als Romanheld: Boris Becker oder Karl Lagerfeld?«

Walser rümpfte die Nase: »Boris Becker verkörpert nicht die Spur einen Romanhelden, weil er ein Buch ist, das man schon gekannt hat, bevor man es aufschlägt. Lagerfeld aber hat das Zeug. Weil er kompliziert ist und sich nicht einfach erschließt, weil er voller Widersprüche zu sein scheint, die einen interessieren können.«

Walsers Lagerfeld-Analyse trifft es auf den Punkt: Ein komplizierter, widersprüchlicher Mensch. Zwei Eigenschaften, die ihn so überaus spannend machen. Eine Spurensuche.

DANKSAGUNG

Merci Karl, für Ihre aufrichtige Selbsterkenntnis gegenüber Journalisten oder anderen Sterblichen: »Auch ich war mal ein Mensch wie Sie.« Klingt verrückt, obwohl Sie damit wohl ausdrücken wollen, dass Sie entrückt sind. Schon schieben Sie nach, Ihre Memoiren, zum Schutz der Menschen, über die Sie schreiben, erst nach Ihrem Tod zu veröffentlichen. Darauf zu warten, dürfen Sie Ihren Verehrern nicht antun, einen Mythos sollte man entmystifizieren, solange er noch in voller Blüte steht.

Danke auch an Marcel Reich-Ranicki, dem ich mal zu einem Interview in seine Frankfurter Wohnung in kindlicher Erwartung meine Erstlingswerk Unkenspiele von 1975 mitbrachte, mindestens auf einen Verriss hoffend. Wochen später wollte ich am Telefon von ihm wissen, wie ihm denn das ... Er unterbrach mich barsch: »Sowas lese ich nicht, aber meine Frau hat Ihr Buch durchgeblättert. Ich gebe Ihnen einen Tipp: Schreiben Sie mal eine Biografie. Sie kennen doch so viele berühmte Menschen.«

Das war die Idee! Ich erinnerte mich an Hubert Burda, der mich vor über 30 Jahren von München nach Offenburg geholt hatte. Er war damals Chefredakteur der Bunte und gleich am ersten Tag lernte ich von ihm: »Nichts fasziniert den Menschen mehr als der Mensch.« Von der Autoren-Legende Will Tremper geleitet, schrieben wir damals eine zwölfteilige Serie, fast eine Biografie, über Silvia Sommerlath, ein mit Details und Anekdoten gespickter Countdown bis zu ihrer Hochzeit mit Carl Gustaf, dem König von Schweden. Mit von der Partie: Thomas Veszelits, ein Kollege aus gemeinsamen Zeiten bei der Münchner Abendzeitung. Als der Plan für die Lagerfeld-Biografie ausgereift war, erinnerte ich mich an Tommy, der sein leidenschaftliches Recherche-Handwerk in diversen Büchern bewiesen hat.

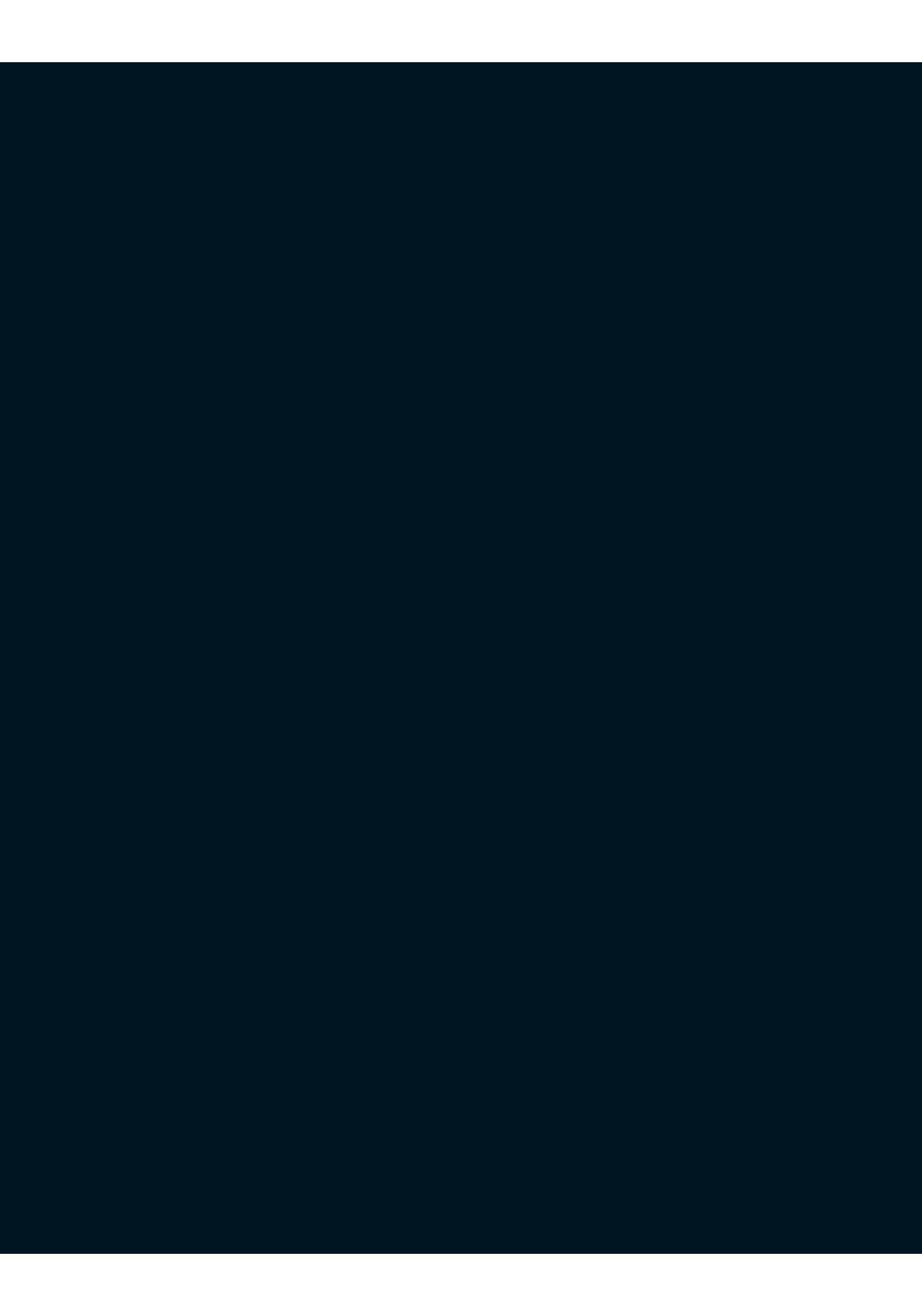
Wie nun kam ich auf Karl Lagerfeld? Eines Tages traf ich auf Vermittlung meines Burda-Kollegen Oliver Kuhn, nebenbei ein grandioser Networker, den Verleger Christian Jund. Über ihn hatte mir sein Autor David R. Rockefeller während eines Interviews erzählt, dass er ebenso unerschrocken wie kreativ sei. Bei Pasta und Pellegrino entdeckten wir schnell, dass Karl Lagerfeld das Objekt unserer gemeinsamen Begierde war, zumal ich das Multitalent von allen Persönlichkeiten am häufigsten besucht und interviewt hatte. Zur Verstärkung schickte Jund mir während der heißen Phase Birgit Sander vorbei. Die kundige Lektorin fand mein bäuerliches Domizil im Chiemgau, Lanzing 1, in ihrem Opel auf Anhieb.

Meine Frau Martina wurde mir zur Muse, weil sie gelegentliche Kritik an meinem Schaffen so geschickt verpackte, dass ich lächelnd korrigierte. Socki, unsere italienische Wildkatze, ließ sich streicheln, wenn ich geschafft war.

Danke auch an Annabel, meine wunderbare Tochter, die jetzt Ekamati heißt, weil sie derzeit in einem hinduistisch-christlichen Ashram ihr Glück gefunden hat. Wenn sie mich besuchte, schmückte sie den Buddha in unserem Garten mit Jasminblüten, mir schenkte sie fernöstliche Weisheiten.

Ein Dankeschön auch an Patricia Riekel und Brita von Maydell – die beiden wissen schon wofür. Und unter guten Kollegen muss man nicht alles an die große Glocke hängen. Zuguterletzt: Dank an alle, die sich angesprochen fühlen.

Paul Sahner, im Juni 2009



PARISER
MODEWOCHE
HERBST 2008

1

BEGEGNUNGEN
MIT DEM
»KAI SER«.
STANDING
OVATIONS.
AUSSERIRDISCHER

»UNSTERBLICH KANN MAN NUR WERDEN,

WENN MAN EINEN NAMEN HAT.

WIE BEKOMMT MAN DEN NAMEN?«

BERTOLT BRECHT



BEGEGNUNG MIT DEM »KAISER«. STANDING OVATIONS. AUSSERIRDISCHER

» **I**ch bin der Sohn von einem Hamburger Pfeffersack« – schmunzelt Karl süffisant. Als Pfeffersäcke werden noch heute spöttisch hanseatische Händler bezeichnet. In dem Begriff schwingt die Verachtung für reiche, ausschließlich auf Geld und Macht bedachte Menschen mit. Karl kokettiert mit diesem Wort gerne, er provoziert. Pfeffersäcke! Wie das schon klingt. Keiner traut sich, diesen Begriff aufzunehmen, der wie ein Handschuh zum Duell hingeworfen wird. Die Medien verneigen sich vor Lagerfelds Größe, die Branche respektiert ihn, wenige fürchten ihn. »Ein Wort von Karl, und du bist in der Modeszene mausetot«, sagt sogar ein Star unter den Modedesignern, der nicht genannt werden will. Er hängt an seinem Job.

Ob Karl der ideale Deutsche ist? Manche sehen ihn so. Er lebt für die Arbeit, hat eine eiserne Disziplin, durch Fleiß weckt er Neid, macht nie Urlaub. Er doziert wie ein Oberlehrer über die alten Tugenden, aber in seiner Seele ist er ein unverbesserlicher Romantiker. Die deutschen Dichter liebt er sehr, Wilhelm Busch, Eichendorff, Goethe, Rilke, sie alle zitiert er gern. Auch zum Knuddeln ist er jederzeit verfügbar: Als Teddybär. Was für ein Geschenk: Merci, Karl!

KARL: Ich bin nicht allzu lange Kind geblieben, dennoch liebe ich Tiere sehr. Vor allem, wenn sie aus Plüsch und mit Baumwolle

oder Polyester gestopft sind. So kann man am besten sicherstellen, dass sie nicht beißen, einen nicht fressen, nicht schlecht riechen und keine Sachen schmutzig machen.

* * * * *

Die Medienfigur des Jahres 2008.

Schon steinalt und trotzdem jung geblieben. Sein Foto als »King Karl« sieht man mit geschlossenen Augen. Die schwarze, schlanke Silhouette mit den Röhrenhosen, die unten Falten werfen wie eine Ziehharmonika. Das Gesicht mit der Sonnenbrille maskiert, das ist seine Identität. Sein Berufsbild wechselt wie bei einem Chamäleon: Modeschöpfer, Entdecker von Topmodels, Fotograf, Innenarchitekt, Parfümproduzent, Unternehmer, Stummfilmer, Schlossherr, Galerist, Autor, Porzellansammler, Werbewunder, PR-Mann, Verleger, Buchhändler. Einmal ist er sogar Barman bei einer Benefiz-Gala in New York gewesen. Gut gemixt. Da fragt man sich nur: Hat dieser Superman denn gar keine Schwächen? – »Doch«, gesteht er: »Ich bin iPod-süchtig.« Dafür trinkt und raucht er nicht, hält heute sein Gewicht. Das Rezept, wie man so was schafft, hat er als Buch Millionenfach verkauft.

Und es geht noch weiter. Das ganze Erfolgsstück über Lagerfeld sprengt jegliche Dimension. Das Leben schreibt das Drehbuch und auf der Besetzungsliste stehen:

Personen in den Hauptrollen

- Elisabeth Lagerfeldt, *Mutter, das Alphatier*
- Otto Lagerfeldt, *Vater, der Milchmann »Glücksklee«*
- Coco Chanel, *Modeheilige, der Schutzgeist*
- Pierre Balmain, *Couturier, der Lehrmeister*
- Yves Saint Laurent, *Rivale, der selbstverliebte Narziss*
- Andy Warhol, *Pop-Papst, das Übervorbild*

- Jacques de Bascher, *Aristokrat, »Mann fürs Leben«*
- Antonio Lopez, *Illustrator, der Modelscout*
- Paloma Picasso, *Muse 1974, der Zwilling*
- Inès de la Fressange, *Muse 1986, die Drama-Queen*
- Claudia Schiffer, *Muse 1990, die »Clooodia«*
- Prinzessin Caroline von Hannover, *die Ersatzschwester*
- Baptiste Giabiconi, *Dressman, der neue Dorian Gray*

... in den Nebenrollen

- Martha Christiane Lagerfeldt, *die Schwester*
- Thea Lagerfeldt, *die Halbschwester*
- Joachim von Ribbentrop, *Außenminister des Dritten Reiches, das Schreckgespenst*
- Helmut Newton, *Starfotograf, der Foto-Guru*
- Rainier III. von Monaco, *Fürst, der Freund*
- Ernst August von Hannover, *königliche Hoheit, der Pausendown*
- Hedi Slimane, *Jungdesigner, der Verführer*
- Mick Jagger, *Ex von Jerry Hall, der Survivor*
- Jerry Hall, *Vamp-Model, das Chanel-Taschengesicht*
- Nicole Kidman, *Schauspielerin, die Glamournymphe*
- Brad Kroenig, *Dressman, das Objekt der Begierde*
- Arnaud Maillard, *Ex-Assistent, der Nestbeschmutzer*
- Bernard Arnault, *LVMH-Vorstand, ein guter Freund*
- Stella Tennant, *1996, das Bad Girl*
- Devon Aoki, *2004, die japanische Puppe*
- Toni Garrn, *2009, der Engel mit dem bösen Blick*
- Carla Bruni, *Frankreichs Präsidentengattin, eine alte Bekannte*

... als Komparserie für Pelzmoden bei FENDI

Diese Stars führten die Pelze von Fendi nach Lagerfelds Entwürfen vor, trugen sie in Filmen oder als Geschenk auch privat, gaben sich für Produktbilder als Fendi-Fans her. Sophia Loren ließ sich gar als Fendi-Süchtige zitieren.

- Claudia Cardinale (1967)
- Monica Vitti (1969)
- Milva (1970)
- Sophia Loren (1972)
- Gina Lolobrigida (1973)
- Diana Ross (1975)
- Paloma Picasso (1979)
- Catherine Deneuve (1983/87)
- Grace Jones (1986)
- Elizabeth Hurley (2001)
- Kate Bosworth (2007)

Seit den Neunzigerjahren liegt Lagerfeld übrigens mit den Tierschützern im Clinch. Den Streit über die Pelzmode wischt der »Kaiser« mit einem Argument vom Tisch:

KARL: In einer fleischfressenden Welt, in der Schuhe, Handschuhe, Gürtel, Handtaschen aus Leder getragen werden und auch Reisegepäck aus Leder hergestellt wird, ist die Diskussion über Pelze kindisch. Ich plädiere allerdings dafür, dass man die Tiere nicht brutal tötet, sondern ihr Leben auf eine sanfte, nette Art beendet. Fleisch esse ich nur, wenn es auf dem Teller nicht nach einem lebendigen Wesen ausschaut.

Den Soundtrack als Untermalung zum Lagerfeld'schen Glamourepos liefert der »Kaiser« selbstverständlich selbst. Sein sprunghaftes Multitasking hat ihn schließlich auch noch Musik-promoter werden lassen. Auf der Doppel-CD *My Favorite Songs* hört man seine Ohrwürmer: Devendra Banhart, LCD Soundsystem, Super Furry Animals, The Fiery Furnaces, Stereolab und als Kontrast dazu die Punkband Siouxsie and the Banshees, bevor man in die Vierzigerjahre hinübergleitet: Tango, Rumba und Mambo von Xavier »Cugik« Cugat. Als Bandleader des Stammorchesters im Grandhotel Waldorf Astoria wurde er zur Legende. Das Finale lässt Lagerfeld mit Igor Strawinsky ausklingen.

* * * * *

Paris im Sommer, mein Gespräch mit Karl

Darf ich mich kurz vorstellen? Mein Name ist Paul Sahner – wie Sahne mit R. Ich schreibe nicht für die Ewigkeit. Ich schreibe jede Woche für die *BUNTE*. Ich bin Berichterstatter. Karl Lagerfeld ist in meiner Laufbahn der Mensch, den ich häufiger als alle anderen interviewte.

Karl, überall feiern Sie Triumphe, Fashion Shows mit Standing ovations ... Fühlen Sie sich wie ein Rockstar?

KARL: Unglaublich, unglaublich. Sogar überall, wo ich aus Gefälligkeit hingeho, bekomme ich Beifall. Wirklich unglaublich. Wie gestern auch, ich war bei der Vernissage der Picasso-Ausstellung. Das war wie ein Aufstand. Ich wurde als Hauptperson gefeiert. Dass mittelalterliche Damen mir sagen: »Sie sehen toll aus«, das verstehe ich. Aber dass die jungen Leute so jubeln, wenn sie mich sehen ...

Woran liegt das?

KARL: Das weiß ich auch nicht. Ich werde mehr gefeiert als Galliano und all die anderen. Keiner hat so einen Erfolg wie ich.

Keiner kann mithalten. Ich kann nicht mehr über die Straße gehen.

Klingt gefährlich!

KARL: Und wie mich erst die Autogrammjäger bedrängen. Aus der ganzen Welt kommt Post mit Signaturwünschen. Das ist ja unglaublich. Ich finde das zum Heulen.

Zum Niederknien eigentlich ...

KARL: Natürlich ... aber ich kann es mir nicht erklären, warum!

Rückkehr der alten Zeit.

Mag Karl Lagerfeld noch so sehr betonen, alles in seinem Leben sei nur Zufall, er selbst überlässt dem Faktor Zufall nichts. Jeder seiner Schritte ist genauestens überlegt. Die größte Sorgfalt gilt zweimal im Jahr der Wahl der Location für die Modenschau. Sie spielt eine wesentliche Rolle, denn sie spiegelt den Geist seiner Kollektion wider, schafft einen Rahmen, der für mindestens so viel Gesprächsstoff sorgt wie die Kleider selbst. So ist es auch bei der Herbst/Winter-Präsentation von Chanel, zu der Karl einen erlesenen Kreis am 10. Dezember 2008 eingeladen hat.

Paris, 16. Arrondissement, 5 Rue des Vignes.

An dieser Stelle fällt die Häuserfront zum Erdgeschoss ab. Die schlossartigen Balustraden auf dem niedrigen Dach sahen früher aus wie eine verschnörkelte Porzellantasse zwischen groben Kochtopfen. Heute jedoch scheint das Haus für das Straßenbild keine Zierde mehr zu sein. Die schmuddelig-weiße Fassade verwittert, die Säulenprofile am Portal angeschlagen, an der Eingangstür blättert der Lack ab. »Le Ranelagh« prangt oben am Sims in krakeliger pinkfarbener Neon-Schrift. Ein vorbeischlendernder Fremder könnte meinen, ein betagtes Kleinkunstkino aus den Sixties wäre hier untergebracht. Da empfiehlt es sich allerdings ein-

zutreten, sich in das Tiefgeschoss zu begeben, um dann aus dem Staunen nicht mehr herauszukommen.

Die massive Kassettendecke ist überbordend dekoriert. Stuck, Wandreliefs und Statuenköpfe schmücken den Saal. Den Bauauftrag erteilte 1755 König Ludwig XV., ein Geschenk für Marquise de Pompadour sollte es sein. Die königliche Mätresse war als Liebhaberin pompöser Dinge bekannt. Der britische Lord Ranelagh, als Landschaftsarchitekt für den umliegenden Waldpark Bois de Boulogne zuständig, übertraf sich bei der Erfüllung der Aufgabe, einen Theaterpavillon »wie ein Schmuckkästchen« zu erschaffen. Nicht mal die Salons in Versailles können bei dieser Innenausstattung mithalten.

Dieses höfische Kammertheater, das auch Marie Antoinette, die österreichische Gattin des Franzosenkönigs Ludwig XVI., liebte, diente lange Zeit als Spielbühne. Es war für die Tanzsuiten von Johann Stamitz und Jean-Philippe Rameau bemessen, daher konnte man darauf nur Ballett aufführen. Die Atmosphäre des kleinen Theaters entzückte später Georges Bizet derart, dass er einen Einakter für diesen Rahmen komponierte. Richard Wagner reiste an, um hier seine Ouvertüre zu »Rheingold« mit 80 Musikern konzertant vorzutragen. Erst 1931 wandelte sich der Saal zum Kino. Der Regisseur Marcel Carné liebte es von allen Pariser Lichtspielen am meisten. 1945 ließ er in diesem grottenähnlichen, mit Fabelwesen verzierten Saal seinen Film *Kinder des Olymp* erstaufführen.

In den Sechzigerjahren schlug im »Le Ranelagh« ein verschworener Szenekreis sein Kulturdomeizil auf. Man redete sich die Köpfe heiß über das wiederentdeckte Jahrhundertwerk Carnés *Kinder des Olymp*. Was im Pariser Theatermilieu um 1835 seinen Ursprung hatte, nämlich die Beziehungen einer Frau zu vier Männern zugleich, erfuhr noch einmal packende Aktualität. Seinen Gefühlen ungezügelt nachzugeben, sich in die Liebesabenteuer ohne Verantwortung zu stürzen und bei Komplikationen im Trubel des Karnevals zu entschwinden, erschien in den Sixties als erstrebenswert. Das Ziel war, frei zu sein, losgelöst von allen Konventionen.

Modegala Chanel Paris – Moscou.

Das *Théâtre Le Ranelagh* im Dezember 2008. Über seine Liebe zum Stummfilm hat Karl schon lange geredet. Endlich hat er sich selbst ein Werk geschenkt. In schwarz-weiß. Als Regisseur leistet er ganze Arbeit, alles fügt sich nahtlos ineinander: die opulenten Hüte, die steifen Kragen, die koketten Absätze, das gedämpfte Licht, die bourgeois Salons, die gepflegte Langweile, passend zu den leeren Blicken der Akteure. Coco Chanel wird von dem litauischen Model Edita Vilkeviciute vortrefflich dargestellt, ihren Liebhaber, den Großherzog Dmitri Pawlowitsch, verkörpert Brad Kroenig, jener New Yorker Hunne, der schon für Lagerfelds Fotoserien »One Man Shown« über den Dächern von Manhattan posierte. Die Ex-Muse Amanda Harlech und ihre Tochter Tallulah Ormsby-Gore spielen Kundin und Lagerfelds Bodyguard Sébastien Jondeau mimt einen russischen General. Dekadent? Ach was, amüsant, oder wie der Meister es ausdrücken würde:

KARL: Real life.

Das erste Filmbild in der Totalen zeigt Mademoiselle Coco, lässig auf einer Chaiselongue zurückgelehnt. Schnitt. In der Großaufnahme wird eine Zigarette in langer Elfenbeinspitze angezündet. Blick über das Atelier in einer Privatwohnung. Coco beobachtet die Kundinnen bei der Hutanprobe vor dem Spiegel. Über ihre Lippen wälzt sich genüsslich der Rauch. Küsschen, Küsschen. Galanter Abschied für die Damen. Zwischentitel: »Love, love? How much? 150 Francs!« – Die Hüte sind gemeint. Nächste Szene: Ein Loverboy erscheint in der Tür. Den Dialog vermitteln Schriftzüge: »Do you have tickets for *Ballets Russes*?« – »Strawinsky, *Le sacre du printemps*?«

Als der Bote eine Hutschachtel fallen lässt, erscheint der Ausruf: »Idiot!« – In der nächsten Sequenz folgen Bilder aus dem Ersten Weltkrieg. Attacke! Kanonendonner. Bajonettsturm aus dem Schützengraben. Das Gruppenbild mit der russischen Zarenfamilie wird mit Rasputin überblendet, Lenin löst ihn ab. Den Winterpalast in St. Petersburg erschüttert der Angriff

der Matrosen aus dem Panzerkreuzer »Aurora«. Die Oktoberrevolution rauscht im Zeitraffer durch, danach feiert der Russenadel im Pariser Exil weiter, mit Champagner im Maxim. Die Flapper-Girls wirbeln auf, im Charleston-Rausch tanzen sie quer durch den Salon, ihre frivolen Fransenkleider amüsieren das Publikum.

Der Film behält die Langsamkeit der Stummfilmzeit bei: Kein schneller Schnittwechsel. In Großaufnahmen sieht man, wie der Großfürst Dmitri Pawlowitsch, durch den hohen Hemdkragen beengt, steife Konversation pflegt. Coco fragt: »Dimitri, was denken Sie über den russischen Konstruktivismus?« – Dimitri: »Gar nichts!« – Coco: »Was denken Sie über den französischen Kubismus?« – Dimitri: »Ich denke an russische Folklore.« Wie beim Stummfilm üblich, übermitteln Tafeln uns das Gespräch.

Die Balalaika spielt, die Geige schluchzt – stumm natürlich, was einer gewissen Komik nicht entbehrt. Coco bläst gelangweilt die nächste Rauchwolke zu Dimitri hinüber, die Idee ist geboren: »Ich mache eine Russen-Kollektion für Paris.« – Der Hintergrund ist biografisch: Liaisons mit vermögenden Persönlichkeiten beeinflussten immer wieder Chaneles Kollektionen. So gipfelte 1920/21 ihre Bekanntschaft mit Großfürst Dmitri Pawlowitsch, einem Cousin des letzten Zaren Nikolai II., in einer russischen Modesaison. Wie hatte diese ausgesehen? Lagerfeld interpretiert sie als die neue Kollektion für 2009 frei nach seiner Art.

Nahtlos erfolgt jetzt der Übergang vom Film zur Mode-Gala: Mit einem Sprung in die Gegenwart. Der Zuschauerraum versinkt im Rot. Die Polstersessel, der Teppich, die Plüschvorhänge, alles blutrot wie in Draculas Kabinett. So muss es sein, um die 300 geladenen Galagäste in das historische Ambiente, einer Russenmoden-Orgie zu betten. Die Coco-Epoche kehrt für einen Abend zurück.

Die Models, haargenau den Filmdarstellern nachempfunden, entschlüpfen der Leinwand, defilieren über den roten Teppich, besetzen nach und nach die runden Tische auf der Büh-

ne. Die feiernde Salongesellschaft aus dem Film präsentiert sich nun live. In üppigen Pelzen mit riesigen Hüten, als wuchtige Matrioschkas oder als kokette Kosakenbräute. Gold, Tweed, Taft, Muffs, kostbare Stickereien, dicke Mützen und byzantinische Broschen. Cocos legendäre Rubaschka-Blusen mit bestickten Motiven flattern. Die Flapper-Girls schlagen ihre Beine in schimmernden Seidenstrümpfen frech übereinander, die kurzen Röcke rutschen an den Schenkeln hoch. Es leuchtet ein, warum Coco die wuchtigen Russenmäntel und opulenten Pelzkragen nach Paris holte: Aus Notwendigkeit – wie sonst hätten sich die Damen in ihren windigen Kleidchen wärmen können. Bei dem frenetischen Beifall rieselt der Jahrhundertstaub von der Decke. Anschließend genießt Karl ein Bad in der Jubelgemeinde.

Der angewandte Künstler.

Fast alle sind in Chanel-Kleidern erschienen. Emmanuelle Seigner, Isabelle Huppert, Diane Krüger, Marianne Faithful. Auf sie geht Karl höchstpersönlich zu. Er kennt sie schon seit Ewigkeiten, als sie noch in den Sixties mit Mick Jagger zusammen war, der für sie das Lied *Wild Horses* komponierte. Die Beziehung der beiden scheiterte an Drogen. Marianne wurde abhängig, an Mick jedoch prallte sogar das Gift ab, nichts hat ihn je aus der Bahn geworfen. Absolut immun, ein seltenes Phänomen.

Geschichten wie diese erlebte Karl als Voyeur mit. Alkohol, Drogen, Sexexzesse, all die Dinge, welche die anderen, nie aber er selbst ausprobierter, deren passiv suggestiver Faszination er sich dennoch nicht entziehen konnte. Er selbst definiert diese Haltung folgendermaßen:

KARL: Zwischen mir und dem Rest der Welt steht eine Glaswand.

Über Marianne Faithful, deren österreichisch-ungarische Abstammung mütterlicherseits bis auf den Schriftsteller Leopold Ritter von Sacher-Masoch zurückgeht (dessen literarisches Werk übrigens den Begriff Masochismus prägte) sagt

KARL: Marianne ist toll. Sie hat es leider nicht so gut im Leben hingekriegt, aber für das, was sie erlebt hat, sieht sie immer noch ganz toll aus. Wir sind enge Freunde.

Es ist eine denkwürdige Nacht, jetzt im Dezember 2008. Sie zeigt, welcher Beliebtheit sich Karl erfreut. Die junge Schauspielerin Clémence Poésy kämpft sich im Gewühl zu ihm durch. Man kennt sie aus dem Film *Harry Potter und der Feuerkelch*. Das sind schon die neuen Zeiten. Umso mehr strahlt Karl. Auch die Youngsters kommen! Eugenie Niarchos, die Fahnenträgerin des neuen Jetset, und Audrey Marnay, ein junges Topmodel, das Gesicht des Jahres 2006. Alle strahlen Karl an, lächeln in die Kameras. Ein Foto mit ihm ist überaus begehrt.

Es ist wie eine Begegnung mit einem Außerirdischen. Außergewöhnliche Menschen, begnadete Genies haben schon immer von sich behauptet, von einem anderen Stern zu sein. So einen möchte man gerne anfassen, vielleicht bringt es sogar Glück. Prinzessin Caroline von Hannover herzt ihren Karl, hält seine mit den Lederfingerlingen beschuhnte Hand; es muss sich anfühlen, als würde man einen Marsmenschen begrüßen. Sie kann Karl nicht loslassen, herzt ihn wie einen Teddybär. In solchen Momenten drängt sich die Frage auf:

Karl, wie fühlen Sie sich, so umschwärmt und angehimmelt?

KARL: Ich bin immer der gleiche dumme Hamburger Junge. Als Kind war ich wahnsinnig selbstgefällig. Heute bin ich mir selbst gegenüber gleichgültig, ironisch, distanziert. Ich kann über mich selbst lachen.

Sie heben nicht ab?

KARL: Man hat das Gefühl, die Erziehung existiert nicht. Man geht nicht, man schwebt. Ganz eigenmäßig.

Wie kommt man von diesem Trip wieder herunter?

KARL: Ich gehe ins Bett und denke an Kleider, schlafe nicht gleich ein, weil mir schon wieder so viele Sachen im Kopf herumschwirren. Wenn ich sieben Stunden später aufwache, bin ich wieder allein, was auch toll ist. Und dann hoffe ich, dass es am Tag gut weitergeht. Denn komischerweise interessiert mich mein Beruf mehr denn je.

Nie Angst, dass Ihnen morgen nichts mehr einfällt?

KARL: Ich lebe von Illusionen. Und ich übe meinen Beruf schon sehr lange aus. Es geht automatisch, was zwar negativ klingt, aber es ist etwas wie Atmen. Für mich völlig natürlich, kreativ zu sein. Je mehr man macht, umso mehr fällt einem ein. Wie bei einem Klavierspieler, je mehr er spielt, umso besser kann er improvisieren. Wenn ich ständig zeichne, finde ich leichter neue Ideen. Man kennt alle Wege und Umwege, wie man eine neue Idee findet.

Wie funktioniert die Kreativität?

KARL: Der Prozess der Kreativität läuft nach einem Schema ab und die Kreativität funktioniert nach einem eigenartigen Mechanismus. Ich erkläre es gleich: Neulich habe ich eine neue Idee für Badeanzüge gesucht. Ich setzte mich hin und sagte zur mir: Jetzt stehst du so lange nicht auf, bis du 50 total neue Badeanzüge fertig hast. Drei Stunden später war ich so weit. Aber ich bin trotzdem nicht aufgestanden. Ich habe weitergezeichnet, Nummer 50, 51, 52 und so weiter. Endlos. Ich konnte überhaupt nicht aufhören. Die Regel Nummer eins dabei: Man darf sich nicht festrennen, eine plötzliche Idee gleich für den Sieg halten. Man muss ständig weitermachen, sich aber auch mit seinen Ideen der Zeit anpassen.

Wie machen Sie das?

KARL: Ganz einfach. Ich betrachte mich als einen Artist *appliqué* – einen angewandten Künstler. Meine Kollektionen sind keine Kunst, sondern *appliqué* – zum Anziehen. Ich mache Gebrauchsgegenstände. Ich halte mich wirklich nicht für ein Genie. Ich finde sogar, unter uns gesagt, ich hätte viel mehr aus mir machen können.

Da übertreiben Sie aber!

KARL: Nein, nein, das hat schon meine Mutter gesagt. Um sie zu zitieren: »Du hättest mehr aus dir machen können, aber bei deinem Mangel an Ehrgeiz ist es schon okay, was du geschafft hast.«

Hatte sie recht?

KARL: Ich bilde mir immer ein, ich hätte überhaupt nichts erreicht. Was ich noch schaffen möchte, liegt alles noch vor mir! Ich bin nie mit mir zufrieden.

Anerkennenswert – aber das klingt nach Koketterie.

KARL: Wenn ich alleine bin, kann ich mit mir selbst nicht kettieren. Ich kann mir ja nichts vormachen. Ich kann anderen Leuten erzählen, was ich will, aber nicht mir selbst. Nein, für mich ist das, was ich mache, ein Weg, wo es kein Ziel gibt.

Weil der Weg das Ziel ist?

KARL: Nicht ganz, denn das wäre schon ein Ziel, das man erreichen will. Ich arbeite nur an dem Weg, damit er besser und besser, für mich auch angenehmer wird, um mich mit dem, was ich mache, auch wohlzufühlen.

Also doch ein Ziel.

KARL: Nein, das Resultat. An dem arbeite ich. Das Ergebnis muss ständig besser werden. Man muss sich selbst täglich neu erfin-

den. Schön und gut, ein Ziel zu erreichen, aber was macht man danach? Aus Erfolgen lernt man überhaupt nichts, und Perfektion als Ziel ist trügerisch. Bilde ich mir zumindest ein.

2.

HAPPY
KARL-DAY!
GEBURTSTAGE,
JUBILÄEN.
ICH HASSE
DAS

»ABER WOZU
SICH ÜBER VERGANGENES AUFREGEN,
ICH BIN DOCH SCHON
BEIM NÄCHSTEN SCHRITT.«

KARL LAGERFELD