

CHANEL EIN NAME - EIN STIL











CHANEL

EIN NAME - EIN STIL

Jérôme Gautier

PRESTEL

München · London · New York

Published by arrangement with
Thames & Hudson, London
Titel der Originalausgabe: *Chanel: The Vocabulary of Style*

Dank and Patrick Mauriès,
dessen Hilfe von Beginn an von unschätzbarem Wert war

© für die deutsche Ausgabe: Prestel Verlag, München · London · New York, 2015
2011 erstmals erschienen als gebundene Ausgabe mit Schutzumschlag

Bildnachweis ab Seite 295

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://www.dnb.de> abrufbar.

Cover-Vorderseite • **LACHLAN BAILEY** 2007 siehe Seite 146
Cover-Rückseite • *Gabrielle Chanel* **CECIL BEATON** 1937 siehe Seite 109
Seiten 2 und 3 • *Cate Blanchett* **KARL LAGERFELD** 2003
Seiten 4 und 5 • *Kylie Minogue* **PIERRE BAILLY** 2003
Seite 6 • *Gabrielle Chanel* **HORST P. HORST** 1937

Prestel Verlag
in der Verlagsgruppe Random House GmbH
Neumarkter Straße 28
81673 München
Tel. +49 (0)89 4136 0
Fax +49 (0)89 4136 2335

www.prestel.de

Projektleitung: Claudia Stäuble, Julie Kiefer
Lektorat: Katharina Knüppel, Stephan Thomas
Übersetzung aus dem Französischen: Anne Kraume, Berlin
Satz: Andrea Mogwitz, München
Covergestaltung: Benjamin Wölbergs, Berlin
Herstellung: Friederike Schirge
Art Direktion: Cilly Klotz
Druck und Bindung: C&C Offset Printing Co. Ltd.



ISBN 978-3-7913-8139-8

INHALT

EINLEITUNG 10

EIN FREIER KÖRPER 14

KLEINE SCHWARZE KLEIDER 46

SCHWARZ BIS ZUM ABEND 72

BAROCKE INSPIRATIONEN 94

31, RUE CAMBON 122

JUGEND UND WERDEN 144

LÄUTERUNG 172

ANDROGYN 186

VOM TWEED ZU *DEN* TWEEDS 200

TOTAL LOOK 252

REBELLIN 274

BILDNACHWEIS 295



EINLEITUNG

Manchmal tragen Modefotos das Stigma der Zeit, aus der sie stammen. Die, auf denen Chanel zu sehen ist, entziehen sich diesem Muster ganz offensichtlich. Sie, die es verstand, mit ihren Kollektionen, mit denen sie nicht zuletzt sich selbst kreiert hat, ihre Epoche – ihre Epochen – zu repräsentieren, bleibt für alle Zeiten modern. In den Magazinen, in denen die Fotografen die Erinnerung an eine Frau mit ihrem unvergänglichen Stil festgehalten haben, war Chanel, diese Ikone der Mode, stets ihr eigenes Idealbild. Es ist schwierig, ihre Porträts von Man Ray, Horst P. Horst oder Cecil Beaton zu datieren. Und es ist nicht unpassend, sie neben zeitgenössische Bilder zu stellen, auf denen man manchmal Kleider oder Kostüme wiederfinden kann, die Mademoiselle Chanel gestern kreiert hat und die die jungen Frauen von heute tragen. Diese Gegenüberstellungen haben keinerlei rückwärtsgewandten Charakter, im Gegenteil: Sie zeigen, dass die Zeit keinen Einfluss auf das geistige Erbe von Chanel hat, das sich auch heute noch in sehr guten Händen befindet.

Seit 1983 führt Karl Lagerfeld CHANEL mit einem »heiligen Opportunismus«, um seine eigene Formulierung zu verwenden. Er vermeidet die allzu einfachen Hommagen und nährt den Mythos, indem er auf subtile Art und Weise die Vergangenheit und die Gegenwart miteinander in Beziehung setzt – und zwar die Gegenwart der 1980er-Jahre ebenso wie die der Jahre um 2010. Als Modernisierer hat der Couturier das Bild der Marke angepasst, indem er den Schwerpunkt auf die berühmten »Codes zur unmittelbaren Identifikation« eines Universums gelegt hat, das Chanel mehr entspricht als Chanel selbst – das macht die einzigartigen Ausdrucksmittel von Mademoiselle immer universeller. Ein Tweed-Jackett, eine gesteppte Handtasche, ein kleines Schwarzes, ob authentisch oder nicht, das spielt keine Rolle: Hier erkennen wir überall auf der Welt die Zeichen der Marke CHANEL.

Wenngleich schon viele Arbeiten ihr außergewöhnliches Schicksal und ihre beispielhafte Karriere erzählt haben, so hat doch bisher noch keines die Kleider-Revolutionen der legendären Modeschöpferin visuell erkundet und den beständigen stilistischen Dialog zwischen ihr und Karl Lagerfeld herausgestellt. *CHANEL. Ein Name – Ein Stil* möchte deshalb auf die elementaren Bestandteile dieser Konstellation zurückkommen, illustriert anhand von Bildern der bemerkenswertesten Modefotografen. Es sind aufschlussreiche Bilder eines Stils, der sich über seine grundlegenden Themen zu erkennen gibt: von den ersten Kostümen aus Jersey bis hin zu denen aus Tweed, über ihre »ärmlichen« Hüte und ihr kleines Schwarzes. Ein kohärenter Stil für die Frau von heute, der im Leben einer Frau wurzelt, die es sehr früh verstanden hat, die Geister ihrer Zeit herauszufordern und sich so für immer als modern zu erweisen.







EIN FREIER KÖRPER

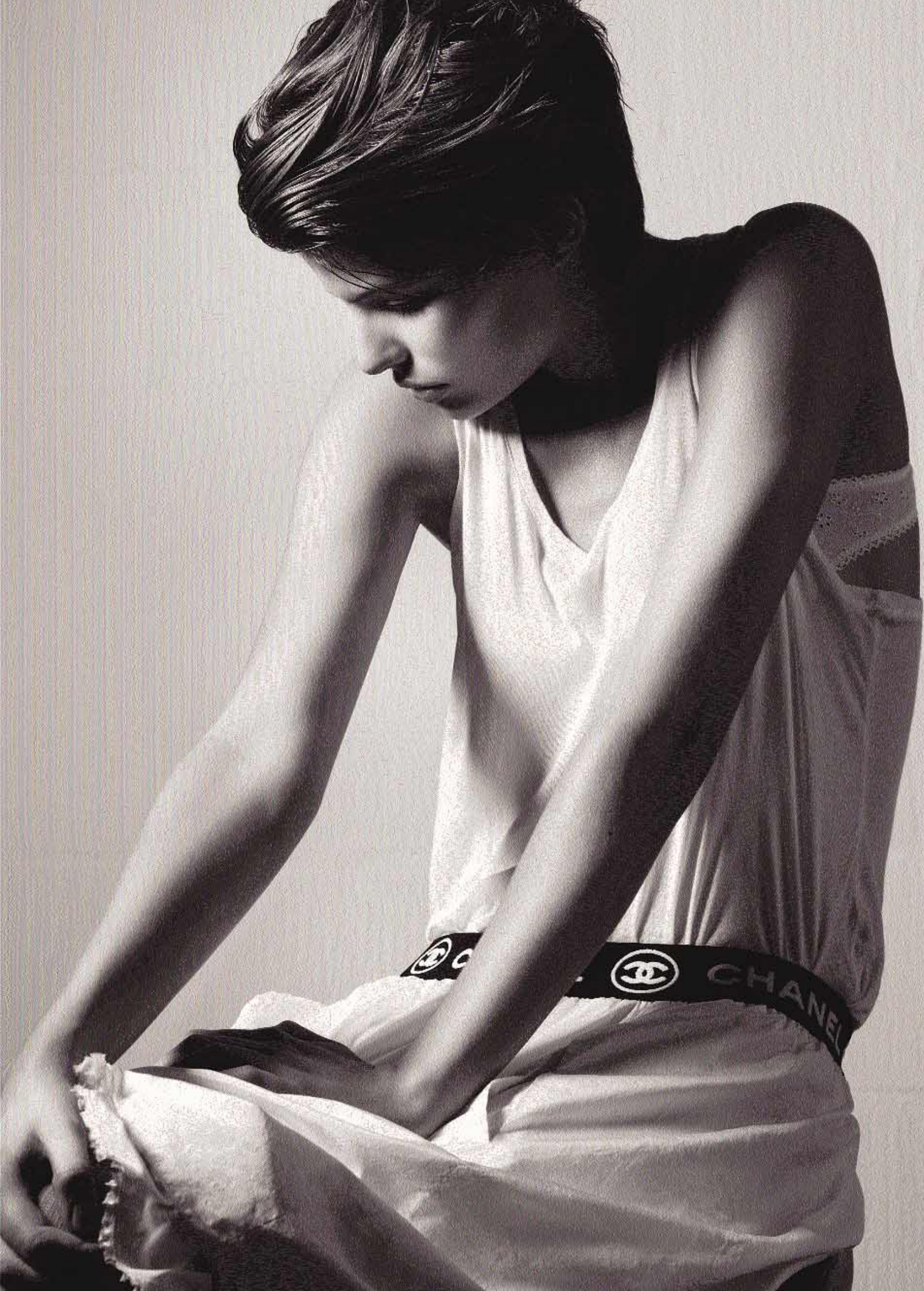
CHANEL LÄSST DIE ›femmes fleurs‹ verwelken. Erstarrt in ihren Paradekleidern wie übertriebene Zierpuppen, erdrückt unter all dem Flitterkram, mit ihrem armseligen Korsett gepanzert, sind diese ›Blumenfrauen‹ der Belle Époque den beschwerlichsten Moden unterworfen. Chanel dagegen überzeugt mit ihrer ungezwungenen Haltung, dem überhöhten schlanken Körper, dem entspannten Look – wie durch ein Wunder gerettet, modern, frei.

»1914 war immer noch 1900, und 1900 war immer noch das Second Empire.«¹ Mit dieser Belle-Époque-Mode kann sich Gabrielle Chanel mit ihren 20 Jahren überhaupt nicht arrangieren. Mit der Eröffnung ihrer Boutique verbreitet die unerschrockene Modistin und angehende Couturière die verrückte Idee, dass ein Hut und auch ein Kleid einfach nur schlicht und rationell sein können. Schluss mit der Überlast aus Verzierungen, Schluss mit dem gesundheitsschädigenden Korsett. Die Mode und ihre lange Geschichte werden einen unumkehrbaren Wendepunkt erleben. Es wird tatsächlich ein ›vor‹ und ein ›nach Chanel‹ geben.

Aber Gabrielle Chanel ist nicht die Erste, die in dem langen und mühsamen Prozess der Befreiung der Frau die Waffe zückt. Es hat bereits einen ersten Knall gegeben, als die österreichische Schneiderin Emilie Flöge im Jahr 1902 von ihrem Lebensgefährten Gustav Klimt in einem »Reformkleid« ohne Korsett dargestellt wurde. Damit stellte schon die intellektuelle Elite in Wien das Tragen eines solchen Mieders in Frage. Diese erste Rebellion bleibt aber ›im kleinen Kreis‹, bis Paul Poiret 1906 in Paris eine ganz neue Silhouette präsentiert. Unter dem Einfluss des Directoire-Stils entwirft der extravagante Couturier *La Vague* – ein Kleid aus feinem Satin, das den Bewegungen des Körpers wie eine Welle folgt. Der Rock beginnt unterhalb der Brust und fällt dank einer Reihe von kleinen Bleigewichten, die in den Saum eingenäht sind, in einer geraden Linie bis zum Boden. Seine Frau, die hübsche Denise – die seine beste Botschafterin ist – schafft sich schnell Neiderinnen unter den Damen, die in ihren Einschnürungen schwitzen. Durch Poiret ermutigt legen die Couragiertesten unter ihnen das gekrümmte Droit-devant-Korsett ab, das Anfang 1900 von Inès Gaches-Sarraute erfunden worden war, und das die Brust nach vorn und den Po nach hinten verschob und auf diese Weise eine lächerliche, unmenschliche Silhouette in S-Form schuf. Stattdessen tragen sie jetzt unter dem Kleid hohe Gürtel in der Art von Hüfthaltern, die mit Fischbein verstärkt sind, um für Stabilität zu sorgen und unschöne Rundungen zu kaschieren. Die Konkurrenz tritt in die Fußstapfen von Poiret und übernimmt die gerade und einfache Linie.

Aber schon wird die Befreiung des so lange gefesselten Körpers von demselben Poiret und seiner neuesten Erfindung, dem Kleid mit Humpelrock von 1910, wieder ausgebremst. Zu dem Zeitpunkt, als Djalilews Ballets Russes mit ihrem ungeheuren Erfolg eine orientalistische Mode auslösen, beschließt der Couturier, den Kopf voller Scheherazaden, seine Kleider unten am Knöchel noch ein bisschen enger





zu machen. Und um zu vermeiden, dass sie einreißen, verschönert er sie mit dicken Einfassbändern. Damit wird es unmöglich, anders als mit nur ganz kleinen Schritten zu gehen, wie eine Geisha. Was für ein Irrsinn! Während in England die tapferen Suffragetten für das Wahlrecht für Frauen kämpfen, nehmen die eleganten Damen in Paris keinen Anstoß daran, dass sie aussehen wie orientalische Sklavinnen. Chanel kann sich nur mühsam beherrschen.

Sie geht nicht mit der Mode. Sie macht ihre Mode. Schlank, brünett, nervös, erfüllt sie mit einer dezidiert ärmlichen Linie, mit einem geraden und unpräzisen Stil, zunächst nur ihre von der Lust auf Bequemlichkeit geleiteten Bedürfnisse. Das macht sie umso bemerkenswerter in einer Zeit, in der die ornamentale Seite der Kleidung im Vordergrund steht. Spitzen in Hülle und Fülle (oder Häkelspitzen für diejenigen, deren Mittel beschränkter waren), Verzierungen und Lochstickereien, Satin und Musselin – die Kleider sind mit Schmuck überladen. Was haben wohl die Anhänger dieses Belle-Époque-Stils beim Anblick jenes seltsamen Wesens gedacht, das wie aus dem Nichts auftaucht und befreit von jeglicher überflüssigen Verzierung die extreme Antithese zu den Klischees des herrschenden Luxus darstellt?

Auf den Rennbahnen, wohin sie Etienne Balsan – dem reichen Schlossherren und Züchter von Vollblutpferden, den sie mit 25 kennen gelernt hat – folgt, fällt die schöne Chanel in ihren originellen Kreationen auf. Hier treffen sich die Vermögenden und die Leute von Welt. Die Rennbahn ist der modische Ort par excellence. Sich hier so ausstaffiert zu zeigen heißt, die Einzigartigkeit des eigenen Stils beweisen wollen. Sie ähnelt niemandem. Das weiß sie, das will sie. Chanel kultivierte ihr Anderssein schon immer, und für immer. Obwohl sie Balsans Geliebte ist, tut sie alles, um nur ja niemals den Halbwelt-Damen zu gleichen. Sie hasst es, eine Rolle zu spielen. Und außerdem ist Balsan ihr gegenüber ohnehin nicht sehr freigebig. Sie lebt zwar mit ihm auf dem Schloss, und es scheint ihr im Alltag an nichts zu mangeln, aber sie wird nicht mit Gold überschüttet. Sein Vermögen verwendet er primär für seine Pferdeleidenschaft. Für sie also nur eine schmale Schatulle, nichts, womit sie die üppige Ausstattung der anderen Damen herausfordern könnte. Ein großer Nachteil, den sie aber spielend mit ihrem unverfälschten Auftreten ausgleicht – was mit Geld nichts zu tun hat. Indem sie ihre eigenen Ideen entwickelt, setzt sie sich sozusagen auf der Gegenspur durch, als Gegensatz.

Glücklicherweise ist sie eine begnadete Näherin. Nachdem sie im Alter von 17 Jahren zu den Stiftsdamen von Moulins gekommen war, hat sie dieses penible Handwerk erlernt. Dadurch ist sie in der Lage, ihre bescheidene Garderobe selbst herzustellen – und das ist der Eckpfeiler ihrer beispielhaften Laufbahn, ihrer ›Kleiderrevolution‹.

Zuerst kamen die Hüte ohne großen Schmuck, in die ihre neue Freundin, Emilienne d'Alençon, eine frühere Geliebte Balsans, ganz vernarrt ist. D'Alençon, eine der »drei Grazien« der Belle Époque (neben Liane de Pougy und Caroline Otéro), trägt überall die Strohhüte von Chanel. Bald schon gehen massenweise Bestellungen ein. Nachdem sie zunächst gezögert hat, Bestellungen aufzunehmen, erkennt die künftige Modistin, dass das, was sie bisher als bloßen Zeitvertreib angesehen hat, ihr durchaus finanzielle Unabhängigkeit verschaffen und sie damit aus ihrer Lage als ›ausgehaltene Frau‹ befreien könnte. Ohnehin beginnt Royallieu, Balsans Schloss außerhalb von Paris, sie allmählich zu langweilen. Es ist entschieden:





Sie will es anpacken. Balsan, verbohrt in seiner Bürgerlichkeit, hat dafür kein Verständnis. Sein englischer Freund Arthur Capel dagegen – »Boy« für seine Freunde – zeigt sich begeistert. Er hat sein Vermögen mit dem Transport von Kohle gemacht, und Arbeit ist für ihn absolut grundlegend. Er macht der ehrgeizigen Chanel Mut. Balsan gibt nach und erlaubt seiner Geliebten ... seine Junggesellenwohnung zu benutzen.

1909 eröffnet sie im Erdgeschoss des Hauses Boulevard Malesherbes 160 in Paris ein Hutgeschäft. Ihre Freundinnen – dann die von Balsan, später auch die von Boy – lassen sich hier ausstatten. Bald folgen ihnen andere Neugierige, die gestern noch höhnisch über Chanel und ihren »Aufzug« gekichert haben und die jetzt zugeben, dass ihre Hüte, ihre Kleider, ihr Stil, ihr unorthodoxes Auftreten sie verführt haben. Der Erfolg lässt nicht auf sich warten. Freilich gilt es, ein bisschen größer zu denken und näher an das Epizentrum des Luxus heranzurücken – an die Place Vendôme. Balsan lehnt ab, Boy unterstützt sie. Seit kurzem sind sie einander in Liebe verbunden, jetzt schließen sie sich auch im Geschäft zusammen. Er leiht ihr 1910 das Geld für die Eröffnung eines neuen Ateliers in der Rue Cambon 21, direkt hinter dem »Ritz«. Sie verkauft dort ihre Hüte, aber man bittet sie auch um ihre Meinung zu Kleidern – sie ist immer so gut angezogen, diese Chanel. Und warum sollte sie schließlich nicht auch selbst Kleider kreieren?

Seit mehreren Jahren schon beobachtet Chanel die Neuerungen in der weiblichen Mode, in der vereinfachten Kleidung, die allerdings nur zum Sport und insbesondere zum Reiten getragen wurde. Chanel, selbst Reiterin, lässt sich vor allem nicht gern Zügel anlegen. Sie trägt Reithosen, die denen nachempfunden sind, die ihr ein englischer Stallknecht geliehen hat. Eines Tages eignet sie sich den Pullover eines Polospielers an, weil ihr kalt ist, und befestigt ihn mit ihrem Taschentuch. Es folgen die Trikots, die Boy beim Polo oder am Strand trägt. Sie findet in der Freizeitkleidung ihres schönen Engländers das, was in der Garderobe der Frauen so offensichtlich fehlt, selbst bei den Sportsachen. »Die Eleganz des Kleidungsstücks ist die Freiheit, sich zu bewegen.«²

Aber die Kundinnen sind noch nicht bereit, diese Neuerungen zu übernehmen, die im Augenblick nur von Chanel vertreten werden. Anderswo, bei Doucet, Paquin oder den Schwestern Callot, hält man noch immer an den guten alten Konventionen fest, indem man allenfalls mit den Verzierungen spielt und die Frau in Formen presst, die sich seit sechs Jahrhunderten nicht verändert haben. Selbst Poiret, für den sich eine jüngere Kundschaft begeistert, rutscht mit seinen unsinnigen Orientalismen ins Abwegige ab. Es ist unmöglich, dem Diktat dieser Leute zu entkommen. Für Chanel und für ihre einfachen Ideen gibt es keinen Platz.

Doch ihre Stunde kommt im Sommer 1913, in Deauville. Der Badeort ist seit dem Second Empire in Mode. Hierher kommen die Wohlhabenden, um aufs Meer hinauszuschauen und Seeluft zu atmen. Auf Boys Rat hin nimmt sie zwei Angestellte mit und stellt in der Rue Gontaut Biron, 500 Meter vom Strand entfernt, ihr Schild auf – auf dem zum ersten Mal »Gabrielle Chanel« steht, Buchstabe für Buchstabe. Aus Paris bringt sie ihre weiten Kleider aus leichter Baumwolle und ihre sportliche Mode mit. Zusammen mit ihrer kleinen Schwester Antoinette und ihrer jungen Tante Adrienne spielt sie Mannequin: Sie ziehen sich mehrmals am Tag um und gehen in

den schicken Straßen der Stadt spazieren. Sie sind schön, sie sind gewandt. Kann es eine bessere Werbung geben? Die reichen Kundinnen, die ihren Laden in der Rue Cambon nicht kennen, kommen jetzt in ihr Geschäft in der Rue Gontaut Biron. Sie kaufen Hüte, aber auch sportliche Kleidung fürs Promenieren an den Landungsbrücken. Die pragmatische Intuition von Chanel zahlt sich schließlich aus. »*Ich habe ihnen richtige Arme, richtige Beine, ehrliche Bewegungen gegeben, und ich lasse sie lachen und essen, ohne dass sie sich deswegen schlecht fühlen müssten.*«³

Durch ihren Erfolg bestärkt, kommt sie im nächsten Jahr wieder. Sie hat ihren ersten Badeanzug kreiert, den sie aus dem Stoff von Boys Pullovers zugeschnitten hat. Wenige nur werden ihn tragen, wenige baden gehen. Dazu scheint das Meer nicht gedacht zu sein. Eine andere Erfindung hingegen wird ihre Karriere als Modeschöpferin wirklich in Gang bringen: der Matrosenpullover. Er fällt locker, und macht das Korsett damit überflüssig. Nachdem so schließlich die Lunge, die Leber und das Herz befreit sind, lässt sich endlich atmen. Chanel schafft ein für allemal eine Sklaverei ab, an die sich die Frauen seit der Renaissance gewöhnt hatten (mit der Ausnahme von einigen neoklassischen Perioden und insbesondere der Directoire-Zeit). »*Eine Welt ging zu Ende, eine andere war im Begriff zu entstehen. Ich war da, mir bot sich eine Gelegenheit, ich habe sie ergriffen. Ich war so alt wie das neue Jahrhundert, deshalb wendete es sich an mich, damit ich seinen Charakter mit Kleidern ausdrückte.*«⁴

Julikrise. Allgemeine Mobilmachung. ›Totaler‹ Krieg. Man kehrt zurück nach Paris, Deauville leert sich. Aber Chanel rührt sich nicht vom Fleck. Die Ereignisse geben ihr Recht. Überrascht vom deutschen Vormarsch kehren die Vertreterinnen von Bürgertum und Aristokratie umgehend in ihre Villen in der Normandie zurück. Und weil sie nicht genug anziehen haben, werden sie sich in einer der wenigen Boutiquen ausstatten, die offen geblieben sind – bei Chanel. Die ist weit davon entfernt, dass ihr etwa die Modelle ausgingen. Sie sprudelt über vor Ideen. Jetzt ist es ihr Vorteil, dass sie in ihren jungen Jahren bettelarm war. Knappheit regt ihre Fantasie an. Sie klappert die Läden der Gegend auf der Suche nach Stoffen ab. Sie kauft beim Fabrikanten Rodier ein ganzes Lager mit experimentellem Wolljersey, den er selbst für unbenutzbar hält – und das mit Recht. Der Stoff ist zu trocken und zu spröde, bisher hat ihn kein Strickwarenhändler gewollt. Warum nur will diese Frau, die von sich selbst sagt, sie sei Modeschöpferin, seinen Jersey doch? Rodier ist sich sicher: Er muss Halluzinationen haben. Aber Chanel setzt sich gegen seine Vorbehalte durch. Der Moment ist günstig, und es gelingt ihr, das gewöhnliche Material durchzusetzen, das sonst nur für Männerunterwäsche und T-Shirts für Seeleute verwendet wird – ohne dass ihre Kundinnen, die Gräfinnen und Herzoginnen, daran Anstoß nehmen würden. »*Das Genie von Chanel bestand darin, Eleganz aus dem entstehen zu lassen, was als Entbehrung angesehen wurde*«, so fasst es der Schriftsteller Maurice Sachs in seinen Erinnerungen zusammen. »*Sie hat das teure Billige erfunden, das reiche Elend, die charmante Armut.*«⁵

Chanel schafft es, den Jerseystoff zu zähmen. »*Ein Abendkleid, das ist das Einfachste überhaupt. Jersey – das ist was anderes!*«⁶ Sie macht daraus weiche Kostüme mit kurzen Faltenröcken bis zum Knöchel, Jacketts mit Taschen und schöne Cardigans, die auf eine lässige Art ›oversized‹ sind. Die sichtlich verjüngten Kundinnen





fühlen sich wohl in ihren neuen Kleidern, die sie endlich auch ohne fremde Hilfe anziehen können. Damit sind sie gewappnet für die neuen Aufgaben des Alltags, ohne sich dafür umziehen zu müssen. Nachdem die Männer in die Schützengräben aufgebrochen sind, liegt die zivile Gesellschaft in ihren Händen, zum ersten Mal überhaupt. Die moderne Frau ist geboren, und die Kleider, die sie trägt, spiegeln die Veränderungen ihrer gesellschaftlichen Rolle wider. In Zukunft wird sie aktiv sein, und sie entscheidet sich deshalb für solide Kleidungsstücke, die natürlich aussehen und in denen man nicht ›zu angezogen‹ wirkt. Jetzt hat Chanel Karriere wirklich Fahrt aufgenommen.

Warum diesen Schwung nicht nutzen und den gelungenen Auftritt anderswo wiederholen? Immer noch beraten von Boy verlässt Chanel Deauville und geht nach Biarritz, wo sie 1915 nicht mehr nur eine Boutique, sondern ein großes Modehaus mit nicht weniger als 60 Arbeiterinnen eröffnet. Mit Hilfe eines Vorschusses von Boy bezieht sie die Villa Larralde am Weg hinunter zum Strand. Biarritz ist weiter weg von Paris als Deauville, deshalb hört man dort die Kanonenschüsse weniger laut. Man fühlt sich sicherer. Man schaut nicht aufs Geld. Die reiche Kundschaft aus Spanien residiert prunkvoll im »Hôtel du Palais« – ein wahrer Segen für das Modehaus. Nur knapp sechs Monate später besteht Chanel darauf, Boy alles zurückzuzahlen. Sie ist ihre eigene Herrin, sie ist jetzt frei.

In Biarritz also stellt sie 1916 ihre allererste Haute-Couture-Kollektion vor, die neben der sportlichen Mode entstanden ist. Und sie enttäuscht nicht. Nachdem ihr einfacher Stil Gefallen gefunden hat, nutzt sie den Impuls und schöpft alle Möglichkeiten aus. Sie streicht, sie entlastet, sie entfernt alles, was den Körper stört und seine Bewegung hemmt. Die Modezeitschrift *Harper's Bazaar* zeigt, was sie Chanel »*charming chemise dress*« nennt: ein Kleid aus Jersey, ohne Ausschnitt, mit einer Schärpe auf der Hüfte statt an der Taille. Die amerikanische Zeitschrift bietet ihr das Forum für ihren ersten wichtigen Auftritt in der Presse. Sie ist zwar in diesem Augenblick nicht die Einzige, die diese Tendenz vertritt, aber sie macht sie populär. Chanel »*Rapid Rise Results of Jersey Vogue*«⁷, heißt es auf der Titelseite der *WWD*. Von 1918 an, als die Zeitschriften in Frankreich und England wieder aufleben, findet Chanel ein immer größeres Echo.

Nachdem der Krieg vorbei ist und die Männer zurückkehren, fürchten die Frauen zu Recht, dass ihr gerade erst gewonnener Einfluss nun wieder eingeschränkt wird. Eine Einstellung herrscht allerdings vor: Sie werden sich nicht wieder unter das alte Joch beugen. Eine neue Welt, das heißt auch eine neue Mode. »*Poiret tritt ab, Chanel kommt*«, betitelt Jean Cocteau eine Zeichnung. 1918 kauft Chanel das Gebäude in der Rue Cambon 31. Das wird die neue Adresse ihres Modehauses sein, von hier wird sie nie mehr weggehen. Chanel's Erfolg nimmt kontinuierlich zu, sie wird berühmt. Sie, die man einfach zu grüßen vergaß, wenn sie am Arm ihres Geliebten Boy, den alle kannten, ins Casino in Deauville kam, erlebt jetzt ihre unglaubliche Revanche. Jetzt kann sie niemand mehr ignorieren – sie wird die erste Couturière sein, die von ihren Kundinnen empfangen wird, auch wenn das vor allem Doucet nicht gefällt, der es so sehr bedauerte, dass man ihn für nichts weiter als einen Ausstatter hält. Chanel ist etwas anderes, Neues, sie steht symbolisch für das Flair von Paris in diesen Jahren.

Ob im Jerseykostüm oder im Matrosenpullover, im Badeanzug oder im androgynen Pyjama (den sie als Erste, zur Verblüffung der Nachbarn, auch draußen trägt) – die Amazone mit den kurzen Haaren verkörpert ihre Zeit. So sehr und so gut, dass man später den Epochenbegriff ›Roaring Twenties‹ und den Namen ›Chanel‹ fast synonym verwenden wird. Trotzdem ist sie nicht die Einzige, die konsequent einfache und moderne Kleidungsstücke entwirft. In den Zeitschriften stehen ihre Kreationen neben denjenigen von Jane Régny und Louiseboulanger, von Jenny und Jean Patou – ihrem größten Rivalen. Lässt man die Legenden beiseite, ist es schwierig zu sagen, wer wofür steht. Aber Chanel stellt sie alle in den Schatten, weil sie zwei sichere Trümpfe in der Hand hat. Zum einen ist sie eine Frau von umwerfender Verführungskraft. Und zum anderen wird sie lange leben, sehr lange, viel länger als die anderen. Ihre Zeitgenossen werden schlicht und einfach nicht mehr da sein, um Mademoiselle zu widersprechen, wenn diese am Ende ihres Lebens, jenseits der 80, ihre großartige Erfolgsstory erzählt, sie mit genialen Kühnheiten und revolutionären Ideen ausschmückt, und dabei nicht zögert, ihre persönliche und auch die allgemeine Geschichte neu zu schreiben – die Geschichte, die sich schließlich nur einen Namen merken wird: Chanel.

Zugleich Schöpferin und Botschafterin ihrer Kollektionen, verkörpert sie perfekt ihren unbeirraren Stil, den sie für ein breites Publikum verführerisch wirken lässt. Es ist unmöglich für Jean Patou (trotz all seiner amerikanischen Mannequins) oder Lucien Lelong (trotz seiner bezaubernden Gattin, der Prinzessin Nathalie Paley), auf diesem Terrain mit ihr zu konkurrieren. Was Jeanne Lanvin oder Madeleine Vionnet angeht, so werden sie trotz ihres Kenntnisreichtums und ihres Geschicks immer blasse Handwerkerinnen sein, während Chanel gesellschaftlich ein strahlender Stern ist. Nachdem ihre Freundin Misia Sert sie in die Kreise der künstlerischen Avantgarde eingeführt hat, steht sie in Kontakt mit Strawinsky, Picasso, Cocteau und Djagilew, dessen Mäzenin sie wird. Der Name Chanel steht auf den Plakaten von *Train bleu*, dem Ballett, das Bronislava Nijinska 1924 mit Djagilews Ballets Russes geschaffen hat. 15 Jahre nach der von Bakst entworfenen orientalischen Pracht, die Poiret so inspiriert hat, entwirft sie Kostüme, die sportlicher sind als Sportkleidung. Für alle Welt verkörpert Chanel eine neue Modernität – eine Modernität, die andauern wird.

Manche Namen verblassen mit der Zeit. Auch ihrer hätte verschwinden können, als sie 1939 ihr Modehaus schließt, weil sie nicht mehr in der Stimmung ist, Kleider herzustellen. Aber die Ruhe eines Rückzugs in die Untätigkeit erschreckt sie zu sehr, als dass sie abgeschieden in der Schweiz, wo sie seit der Befreiung Frankreichs in einem erzwungenen Exil lebt, einfach den Tod erwartet hätte. Zumal sich in Paris etwas ereignet. Dinge, die ihr nicht gefallen. Dior und sein ›New Look‹, Dior und seine ›Zick-Zack-Linie‹, Dior und seine ›vertikale Linie‹, Dior und seine ›schräge Linie‹, Dior und seine komplizierten Roben. All das erinnert sie an Worth, Doucet, Poiret und an ihre eigenen frühen Jahre. All das läuft dem zuwider, wofür sie 40 Jahre zuvor so hart und schließlich siegreich gekämpft hat. Warum sollten die Frauen jetzt wieder aussehen wie Nippes und ihre Körper martern? Das erträgt sie nicht. 1954 eröffnet Chanel ihr Haus wieder, um Rache zu nehmen. Zehn Jahre lang macht sie aus ihrem visionären Kostüm einen Verkaufsschlager. Es passt sich













Jérôme Gautier

Chanel. Ein Name - Ein Stil
(Sonderausgabe)

Gebundenes Buch, Pappband, 304 Seiten, 24x32
230 farbige Abbildungen
ISBN: 978-3-7913-8139-8

Prestel

Erscheinungstermin: März 2015

- › „Das kleine Schwarze“ unter den Modebüchern: Man muss es haben!
- › Der Band versammelt die Haute Couture der Modefotografie
- › Mit 230 brillanten großformatigen Abbildungen

Coco Chanel erfand die Damenmode neu: Sie schuf einen zeitlosen Stil, der bis heute nichts an Einzigartigkeit verloren hat, und zählt ohne Zweifel zu den einflussreichsten Modedesignerinnen des 20. Jahrhunderts. Dieser Band ist eine Reminiszenz an ihr Schaffen: Glamouröses Fotomaterial aus Coco Chanel's Zeit wird zeitgenössischen Fashionshoots gegenübergestellt und macht eindrucksvoll erkennbar, dass Chanel's Linie auch nach Jahrzehnten nichts von ihrer Stringenz verloren hat. Die typischen Materialien Jersey und Tweed, strenge Schnitte und Klassiker wie das „Kleine Schwarze“ bestechen bis heute mit zeitloser Eleganz und dem gewissen Etwas. Die zahlreichen und opulenten Aufnahmen so hochkarätiger Fotografen wie Horst P. Horst, Cecil Beaton, Richard Avedon, Karl Lagerfeld, Mario Testino und Annie Leibovitz sind ein Fest für das Auge jeder modebewussten Frau!