



GOLDMANN

Lesen erleben

WOLFGANG JOOP
DRESSCODE

Stilikonen zwischen Kult und Chaos

Redaktion: Nils Binnberg

GOLDMANN

Alle Ratschläge in diesem Buch wurden vom Autor und vom Verlag sorgfältig erwogen und geprüft. Eine Garantie kann dennoch nicht übernommen werden. Eine Haftung des Autors beziehungsweise des Verlags und seiner Beauftragten für Personen-, Sach- und Vermögensschäden ist daher ausgeschlossen.

Der Verlag weist ausdrücklich darauf hin, dass im Text enthaltene externe Links vom Verlag nur bis zum Zeitpunkt der Buchveröffentlichung eingesehen werden konnten. Auf spätere Veränderungen hat der Verlag keinerlei Einfluss. Eine Haftung des Verlags für externe Links ist daher ausgeschlossen.



Verlagsgruppe Random House FSC® N001967



Dieses Buch ist auch als E-Book erhältlich.

1. Auflage

Vollständige Taschenbuchausgabe Dezember 2016

Wilhelm Goldmann Verlag, München,

in der Verlagsgruppe Random House GmbH

Neumarkter Straße 28, 81673 München

Copyright © 2015 der Originalausgabe

Gräfe und Unzer Verlag GmbH, München

Umschlag: Uno Werbeagentur, München

Umschlagillustration und Illustrationen/Innenteil: Wolfgang Joop

Fotos: Getty Images

Redaktion: Nils Binnberg

Satz: Satzwerk Huber, Germering

Druck und Bindung: Print Consult, München

KW · Herstellung: CB

Printed in Slovak Republik

ISBN 978-3-442-17627-4

www.goldmann-verlag.de

Besuchen Sie den Goldmann Verlag im Netz



INHALT

Dresscode	7
1 Carine Roitfeld – Madame Très Cool	22
2 Alexa Chung – High-School-Girl	44
3 Lena Dunham – Smart Girl	62
4 Virginie & Claire Courtin-Clarins – Bohème-Girls	82
5 Iris Apfel – Anti-Aging-Lady	102
6 Lauren Santo Domingo – High-Society-Girl	120
7 Diane Keaton – Fashion-Kumpel	138
8 Caroline de Maigret – Existentialismus-Girl	154
9 Tilda Swinton – Fashion-Dandy	172
10 Rihanna – Pop-Prinzessin	192
11 Chloë Sevigny – Indie-Girl	212
12 Kate Middleton – No-Drama-Queen	230
Register	254

DRESS CODE





Es ist doch immer wieder erstaunlich. Wann immer die Rede von Stil ist, werden wir plötzlich alle esoterisch. Dann klingen wir auf einmal wie irgendein Exmodel, das nicht mehr auf dem Runway, sondern ins Yoga-Studio läuft. »Bin ich das?«, »Bin ich das nicht?«, stehen wir fragend in einem neuen Outfit vor dem Spiegel und legen die Stirn so in Falten, als ginge es darum, den Gencode unseres Daseins zu knacken. Wie anstrengend. Aber ich beobachte das immer wieder. Gerade erst in einer Boutique. Sagen wir, Berlin Ku'damm. Da steht die Kundin vor einer Bluse, und die Verkäuferin wird mit quengelndem Ton gefragt: Sagen Sie, bin ich das wirklich? Liebe Kundin, vielleicht fragen Sie da besser Ihren Psychotherapeuten, würde mir dazu an ihrer Stelle als geeignete Antwort einfallen. Aber bevor der Gedanke Gestalt annehmen kann, fällt schon dieser Satz hier: »Doch, das sind Sie aber!« Ähnliche Sätze begleiteten auch meine Karriere. Woher sollen wir auch wissen, wer wir selbst sind? Wenn wir uns selber gegenüberstehen und uns wie unser Gegenüber sehen könnten, dann wäre das von der Schöpfung so gemacht worden, nicht wahr? Wir brauchen ein Medium, in dem wir uns spiegeln können. Ein Schaufenster, eine Autoscheibe oder ganz klassisch ein Foto von uns selbst, auch Selfie genannt. Aber alles umsonst: Im Spiegel erkennt man die eigene Aura nicht, und das »Ich« ist spiegelverkehrt, tja.

»GANZ EGAL, FÜR WELCHES HILFSMITTEL WIR UNS ENTSCHEIDEN: WER WIR SIND, DAS KANN UNS IMMER NUR DER ANDERE ERZÄHLEN. DIE FRAGE IST WIRKLICH LANGWEILIG, WEIL SIE EH OHNE ANTWORT BLEIBT «

Ich habe mit den Jahren gelernt, es eher erleichternd zu finden, auf vielen verschiedenen Fotos verschieden auszusehen. Irgendwann habe ich den mutigen Schritt gemacht, gar nicht mehr wissen zu wollen, wie ich in einem völlig neuen Umfeld wirke. Mir war es plötzlich praktischerweise egal, ob ich abgelehnt, aussortiert oder neu interpretiert werde. Na gut, ehrlich gesagt wurde ich dazu gezwungen. Bei den Dreharbeiten von »Germany's Next Top Model« hatte ich keine andere Wahl. Durch dieses Ständige-Gefilmt-Werden, von morgens bis abends, egal ob gut oder schlecht geschlafen, Hinkefuß, kein Hinkefuß, Fliege im Auge, war meine Devise irgendwann: Einfach durchhalten und mich meinem Umfeld überlassen. Es warnten mich aber alte Bedenken, mich gefilmt zu sehen. Vielleicht würde ich jemanden sehen, der mir zwar ähnlich wäre, ich ihm aber nicht ähnlich sein will? Und das meine ich eben auch: Es geht ja nicht darum, sich permanent zu spiegeln und dann die endgültige Lösung zu finden. Man muss sich immer wieder neu auf sein Selbst einlassen. Anstatt sich ständig zu fragen »Bin ich das?«, wie wäre es mal mit der Frage: »Wer könnte ich eigentlich sein?«

» WENN IHR MICH FRAGT: ICH WILL MEINEN STIL NICHT UNBEDINGT ERKENNEN, UM LEBENSLÄNGLICH DER GLEICHE ZU SEIN. ICH MÖCHTE IMMER SO AUSSEHEN WIE DER, DER MIR GERADE GEFÄLLT. ABER NICHT SO, WIE ICH VOM LIEBEN GOTT ODER DER BÖSEN MUTTER NATUR ZURECHTGESCHUBST WURDE. SOLL ICH MICH DAUERND MIT DIESEM KOMPROMISS ABFINDEN? DENKE GAR NICHT DARAN «

Dafür haben wir doch dieses Illusionsgeschäft der Mode. Sonst können wir ja gleich das eigene Leben mit der Handkamera filmen. Langweilig. Jedenfalls möchte ich von dieser *real inner person* nicht viel wissen. Da erfinde ich doch lieber eine Story, die zu mir passt. Erfinde immer wieder eine neue Pose, die uns jene Mode diktiert, die ich gerade tragen will. Das ist wie beim Kochen, wenn der Fisch sagt, dass er aus der Pfanne will. So sagt mir auch die Jacke, wie sie getragen werden will. Mode ist immer auch eine Frage des Willens. Und jetzt mal ehrlich: Ihr und ich, wir sind Fashion Victims. Schon immer gewesen. Deswegen sind wir hier ja verabredet, oder? Wir brauchen die Mode zum Ausdrücken unserer Persönlichkeit wie der Spieler

das Roulette. Es macht uns Spaß, sie wie eine Botschaft zu nutzen. Mal wollen wir edgy sein, mal intellektuell, dann wieder sexy. Mal wollen wir mit ihr die Wahrheit sagen, dann wieder hilft sie uns zu lügen. Wie gut, dass in der Mode seit Jahren ein und dieselbe Devise gilt: *Anything goes*. Es gibt keine echten Moderegeln mehr: *No brown after six?* Ich bitte euch. Selbst die britische Upperclass hat diese Regel längst gebrochen. Wir befinden uns in einer nervösen Fashion-Situation. Der kollektive Hang zum Individualismus hat einen Stil produziert, der eigentlich recht schwer zu beschreiben ist. Außer vielleicht, dass es ein Stil ist, der schon lange alles nebeneinander möglich macht. Man kann seit 25 Jahren die Jeans mit dem Blazer anziehen, seit 25 Jahren die Jeans mit High Heels. Man kann eine weite Jeans, eine zerfetzte, eine dunkle anziehen. Aber es bleibt immer dasselbe Thema: Jeans!

In einer Zeit, in der alles möglich ist, kann man sich in diese Masse einbringen, ziemlich leicht sogar. Na, dann ist doch eigentlich alles ganz easy. Endlich herrscht Mode-Demokratie! Von wegen. Wenn man Akzente setzen will, muss man sich ziemlich anstrengen und schon ganz genau überlegen, was man von den ganzen Stil-Zitaten benutzt und wie man sich vom Mainstream absetzt. Man kann sich am Rest vom Punk bedienen – was wir alle tun –, man kann sich aber auch an Secondhand bedienen. Dann hat man die Wahl: Sportswear, active oder passive? Fetisch oder Folklore? Oder doch lieber ein bisschen Grunge (unter uns: macht am wenigsten Arbeit). Dafür würden wir das,

was als »zeitlos« in unseren Schränken hängt, zum Benefit des 90er-Jahre-Purismus opfern. Die Mode-Themen der letzten 50 Jahre lassen sich einfach unendlich zitieren und recyceln.

»WENN NUN IN DER MODE ALLES GEHT, WORAN SOLL MAN SICH DANN ORIENTIEREN? WIE SCHAFFT MAN ES, DASS DER LOOK NICHT IM CHAOS ENDET? WIE SOLL MAN AUS DER MASSE HERAUSSTECHEN? UND WIE WIRD MAN MIT SEINEM STYLING ZUR KULTFIGUR? «

Don't panic! Am besten, man macht es wie diese ganzen sogenannten Stil-Ikonen. Sie wissen ganz genau, wie man sich mit dem Zeitgeschmack verabredet und einen Stil zurechtpuzzelt, der unverwechselbar, alltagstauglich, *very now* und *very me* ist. Es ist wirklich smart, wie sie einen Dresscode zu haben – ohne dass man auf einer Party-Einladung dazu aufgefordert wird. Besser, man macht seine ganz eigene Veranstaltung. Oder um es mit den Worten einer waschechten Stil-Ikone zu sagen: *Why don't you?* Macht doch einfach mal und hört auf Diana Vreeland.

Vreeland, die legendäre wie gefürchtete Chefin der amerikanischen »Vogue« war eine der Ersten, die das Spiel mit Dresscodes erfunden hat. Sie hatte eine ganz starke Vision. Und sie hat in ganz starken Bildern gedacht, in großen Inszenierungen. Sie hat ihren Job mit einer solchen Überzeugungskraft gemacht, dass sie die legendärste Moderedakteurin aller Zeiten wurde. Die Erste, die in dieser Branche zu einer Berühmtheit wurde. Ihr Geheimnis? Sie inszenierte sich ikonografisch, wurde zu ihrer eigenen Karikatur, indem sie zu einer asiatischen Emperess im chinaronen Lack-Salon mutierte, von dem aus sie noch heute, posthum, herrscht.

Diana Vreeland hatte bestimmte Essentials, mit denen sie sich selbst und ihre Umgebung dekorierte: diese Art chinesischer Kampfzopf, eine Sumo-Ringer-Frisur, das chinesische Lackrot, das sie zu ihrer Farbe erkoren hat, das eigentlich groteske Profil, in dem sie sich fast immer darstellen ließ, mit der riesigen Nase und den Schlupflidern, dem fliehenden Kinn. Und sie hat stets knallharte Wahrheiten von sich gegeben, die ihre Einzigartigkeit unterstrichen und die jedem zeigten: Ich bin eine in jeder Beziehung unangepasste Figur. Den Allure-Begriff, den sie aufstellte, hat sie an sich selber am besten präsentiert. Er ist als Tipp bis heute gültig. Sie war im landläufigen Sinne eine Frau, die all das, was ein amerikanisches Schönheitsideal ausmachte, nicht hatte. Sie hatte keinen vollen Busen, sie war nicht blond, sie hatte keine schönen Zähne. Sie hatte eher etwas Groteskes, was sie mit der aus dem Gesicht gezogenen Lackfrisur unterstrich. Sie hatte eher etwas von einer Maske, indem sie auch noch den viel zu großen Mund knallrot bemalte. Dann trug sie kiloschwere Schmuckstücke. Diana Vreeland schien mehr wie eine Skulptur denn eine Frau. Allure, das hat sie selber einmal gesagt, ist nicht das Vertuschen von Mankos oder von Eigenartigkeiten, Abweichungen der allgemeinen Norm. Allure ist, sich vor den Spiegel zu setzen und genau diese Abweichungen zu präsentieren, hervorzuheben, zu unterstreichen. Denn es ist ja nichts peinlicher, als wenn das, was man eigentlich verdecken will, doch entdeckt wird. Lieber aus einem Fehlgriff einen Kunstgriff machen. Sie hat sich nie in Ruhe gelassen, selbst als sie später an Sehkraft einbüßte. Sie hat einfach immer weitergemacht.

Empress of Fashion

"WAS IST ALLURE?"

(frag' Sie!)
D.V.

Fashion ist ein Stärkungsmittel gegen die Gleichgültigkeit de Alltag!



mm

» ES IST EINE GROSSE ANSTRENGUNG ZU WISSEN, DASS MAN VIELLEICHT NICHT DAS RICHTIGE ANHAT, ABER SO EIN GESICHT ZU MACHEN, ALS OB ES RICHTIG WÄRE «

Warum kommt dieses schöne Wesen, das tief in mir verborgen ist, nicht ans Tageslicht? Tief in uns drinnen sind wir doch alle schlank, schick und modern. Morgen wird sowieso alles besser. Warum fällt diese Verpackung nicht einfach ab, und der schöne Inhalt kommt hervor?

Für mich ist Mode eine Inszenierung, eine Selbstinszenierung, die für den Menschen, der es tut, einen Grund hat. Deshalb habe ich noch nie in meinem ganzen Leben irgendjemandem einen Rat gegeben – und werde es auch nie tun. Es ist vielmehr Tiefenpsychologie, was wir da tun, und vielleicht noch nicht mal von uns selbst erkannt. Aber unsere Seele hat einen Grund, warum wir Grün statt Gelb nehmen oder Rot statt Pink. Es gibt ja nicht ohne Grund die Psychologie der Farben, es gibt eine Psychologie und Pathologie in Schnitten und Kleidungsstilen, die wir wählen. Wenn wir uns die Geschichte angucken, sehen wir, dass Frauen ganz stark mit einer Anti-Mode reagierten, als die Männer in den Krieg zogen. Sie legten die Rüstungen ab,

in die die Männer sie gesteckt hatten. Ihre eigenen, mit denen sie seit Jahrtausenden in den Kampf gingen, polierten sie auf Hochglanz, um damit den Feind zu täuschen – was beweist, dass Mode ein Täuschungsmittel ist. Es geht immer darum, dem anderen mit seinem Outfit Überlegenheit und Stärke zu signalisieren. Mit Mode kann man anderen aber auch einen Horizont vorgaukeln, den man ohne sie nicht betreten oder erreichen kann. Deshalb habe ich nie bei jemandem mit Styling-Tipps eingegriffen, der mir nicht ganz vertraut ist.

Ich werde mich auch in diesem Buch davor hüten, Ratschläge zu geben. Stattdessen stelle ich 12 Frauen vor, die wir von den Partyseiten in Klatschzeitschriften, Street-Style-Blogs oder aus der Front-Row bei den Fashion-Shows kennen und die wie Diana Vreeland das Kunststück vollbracht haben, sich vorbildlich in eine stilistische Marke zu verwandeln – oder köstlich an dieser Aufgabe gescheitert sind. Jede, egal, ob jung oder alt, dick oder dünn, blond oder brünett, hat sich mit der Frage auseinandergesetzt: »Wer will ich sein« – und nicht: »Wer bin ich.« Sie alle haben einzigartigen Dresscode, eine Formel, die ihre vermeintlichen Fehler nicht vertuscht, sondern betont. Manchmal sind ihre Looks Kult, manchmal Chaos, aber immer unterhaltsam. Ob ewiges High-School-Girl (Alexa Chung), Dandy-Frau (Tilda Swinton) oder Fashion-Kämpferin (Iris Apfel): die meisten Frauen in diesem Buch haben selber Stil-Vorbilder, die sie geprägt und inspiriert haben – und sie sind inzwischen längst

selber Ikonen und Leitfiguren – oder doch nur Karikaturen ihrer selbst. Mit ihren Looks sind sie echte Alternativen zum Trend-Einerlei oder Warnhinweise. Es ist erstaunlich, wie leicht es scheint, sich eine Formel zu überlegen. Vorausgesetzt, man nimmt die intellektuelle Herausforderung, das Spiel mit der Mode ernst und beweist Mut, anders sein zu wollen. Also: *Why don't you?* Unterhaltet uns!

WOLFGANG JOOP DRESSCODE

Stilikonen zwischen Kult und Chaos



Wolfgang Joop

Dresscode

Stilikonen zwischen Kult und Chaos

Paperback, Klappenbroschur, 256 Seiten, 13,5 x 20,6 cm

ISBN: 978-3-442-17627-4

Goldmann

Erscheinungstermin: November 2016

Was macht Schönheit und Eleganz aus? In "Dresscode" zeigt Wolfgang Joop, am Beispiel von zwölf Fashionistas, wie man das Beste aus dem eigenen Typ macht. Wie gelingt es, allein durch Auftreten und Persönlichkeit zu beeindrucken? Und wie wird man auch optisch zum echten Hingucker? Joop präsentiert seine persönlichen Stilikonen – von Carine Roitfeld bis Miley Cyrus – und verrät Dos and Don'ts sowie Tipps und Tricks für den Fashion-Alltag. Das besondere Highlight: die Illustrationen aus der Feder des sympathischen Modeschöpfers.

 [Der Titel im Katalog](#)