

INTERVIEW: ANNE GOEBEL

Dezember in München, ein strahlender Föhn-Tag. „Ist hier immer so schönes Wetter?“, fragt Manolo Blahnik begeistert. Seine Handschuhe aus rotem Leder hat der Schuhdesigner bei der Ankunft aus London in den Manteltaschen stecken lassen. Geboren auf den Kanarischen Inseln, ist der 73-Jährige längst der perfekte britische Gentleman. Blahnik duftet schwach nach Talkumpuder und trägt einen vanillegelben Anzug aus leichter Wolle. Während des Gesprächs fischt er plötzlich zwei Zedernholz-Kugeln aus den Taschen seines Jacketts, Mottenschutz auf klassische Art. „Jetzt weiß ich, was mich die ganze Zeit gestört hat!“

SZ: Herr Blahnik, wie oft sind Sie noch auf La Palma?

Blahnik: Nicht mehr oft. Als meine Mutter noch lebte, war ich jeden Monat dort. Das letzte Mal war Weihnachten vor einem Jahr. Es macht mich traurig, dort zu sein. **Wie war es, dort aufzuwachsen, auf einer Bananenplantage?**

Es war göttlich. Ein Paradies, mit unglaublicher Vegetation. Wir hatten keinen Fernseher, bis in die späten Sechzigerjahre. Lange gab es kaum Flugverbindungen zum Festland. Ich lebte dort sehr geschützt. Wie in einem Kokon. Weit weg von allem.

Wahrscheinlich ein guter Ort, um sich in schöne Dinge zu versenken. Sie sollen schon als Kind zierliche Schühchen gebastelt haben, für Ihre Haustiere.

Ja, ich machte tatsächlich Schuhe, für unsere Hunde und andere Tiere, die ich schnappen konnte. Aus Silberpapier, das nahm ich mir von den Schokoladenpackungen. Eine Spielerei, sie hat nicht viel zu sagen. Aber eines stimmt tatsächlich: Ich habe schon als Junge gern die Beine von Menschen angesehen. Die Schuhe, die sie an den Füßen trugen. Das hat mich fasziniert. Wenn Sie so wollen, hatte ich von Geburt an diesen besonderen Blick. Oder diesen Fehler, je nachdem, wie man es nennt.

„In Palermo komme ich mir jedes Mal vor wie in Szenen aus ‚Der Leopard‘.“

Und das genügt als Ansporn, um später Schuhdesigner zu werden?

Wirklich geprägt hat mich meine Mutter. Nach dem Krieg gab es so gut wie nichts auf den Kanarischen Inseln zu kaufen. Sie ging mit uns zum Inselschuster, einem winzigen Laden, und ließ sich erklären, wie man Schuhe macht. Es wurden richtige Kunstwerke. Sie war eine sehr kreative Frau. Und wir warteten wochenlang auf ihre Magazine, die *Vogue* oder *Look* – es war verrückterweise einfacher, sich Zeitschriften über Argentinien schicken zu lassen. Was ich je über Schönheit gelernt habe, über das Visuelle, es begann damals, mit den Heften. Ich habe einige aufgehoben als Andenken, sie sind zerfressen von Ameisen.

Sie müssen ein ganzes Haus voller Andenken haben. Skizzen, die zahllosen Modelle. Huldigungsbriefe Ihrer Fans.

Zum Glück habe ich inzwischen jemanden, der sich um mein Archiv kümmert, mit 25 000 Modellschuhen. Sie füllen zwei ganze Gebäude. Ansonsten hebe ich nicht mehr so viel auf. Am Anfang war ich aufgeregt über jeden kleinen Text. Der Spinner, um den es da geht, bin das wirklich ich? Aber wenn man älter wird, befreit man sich von der Tyrannei der öffentlichen Meinung. Was die Leute über mich gesagt haben oder denken, bedeutet mir nicht mehr so viel. Sie mögen dich? *Fine*. Eher nicht? Auch recht. Nein, ich bin nicht mehr der Sammler wie früher.

Aber die Vergangenheit übt doch noch große Faszination auf Sie aus? Ihr neues Buch steckt jedenfalls voller Reminiszenzen an versunkene Welten. An Spaniens Maler, die Opulenz in Viscontis Filmen.

Die Vergangenheit fasziniert mich, absolut. Die Kapitel in dem Buch „Obsession und Leidenschaft“ sind Menschen und Orten gewidmet, die mich inspiriert haben. Tomasi di Lampedusa Sizilien zum Beispiel oder Anna Piaggi, die große Mode-Exzentrikerin. Nehmen Sie Palermo, eine Stadt mit herrlichen Palästen, oft etwas heruntergekommen. Jedes Mal, wenn ich dort bin, komme ich mir vor wie in Szenen aus „Der Leopard“.

Aber ist das nicht pure Nostalgie? Und wie entstehen daraus Ideen für Ihre Schuhe? Das Buch vermittelt den Eindruck, Sie würden aus einem Gemälde mit spanischer Hoftracht Pumps mit roten Bommeln entwickeln.

So einfach funktioniert das natürlich nicht. Die Porträts von Francisco de Goya zum Beispiel, den ich liebe und verehere, sind für mich die reine Schönheit. Seine Werke im Prado habe ich zigmal gesehen, ich kenne jede Mantilla aus Spitze. Anklänge an solche Details können in einem Schuh auftauchen. Oder mich inspiriert die Atmosphäre eines Ortes. Der seltsam morbide Charme in Sizilien, dort sieht man diese wunderschönen Spangenschuhe – danach arbeite ich sofort begeistert mit Schnallen. Schnallen sind großartig.

Sind Designer, die sich für Kunst interessieren, die besseren Modeschöpfer? Miuccia Prada sammelt Kunst. André Perugia, den Sie oft als Vorbild nennen, war begeistert von den Surrealisten.

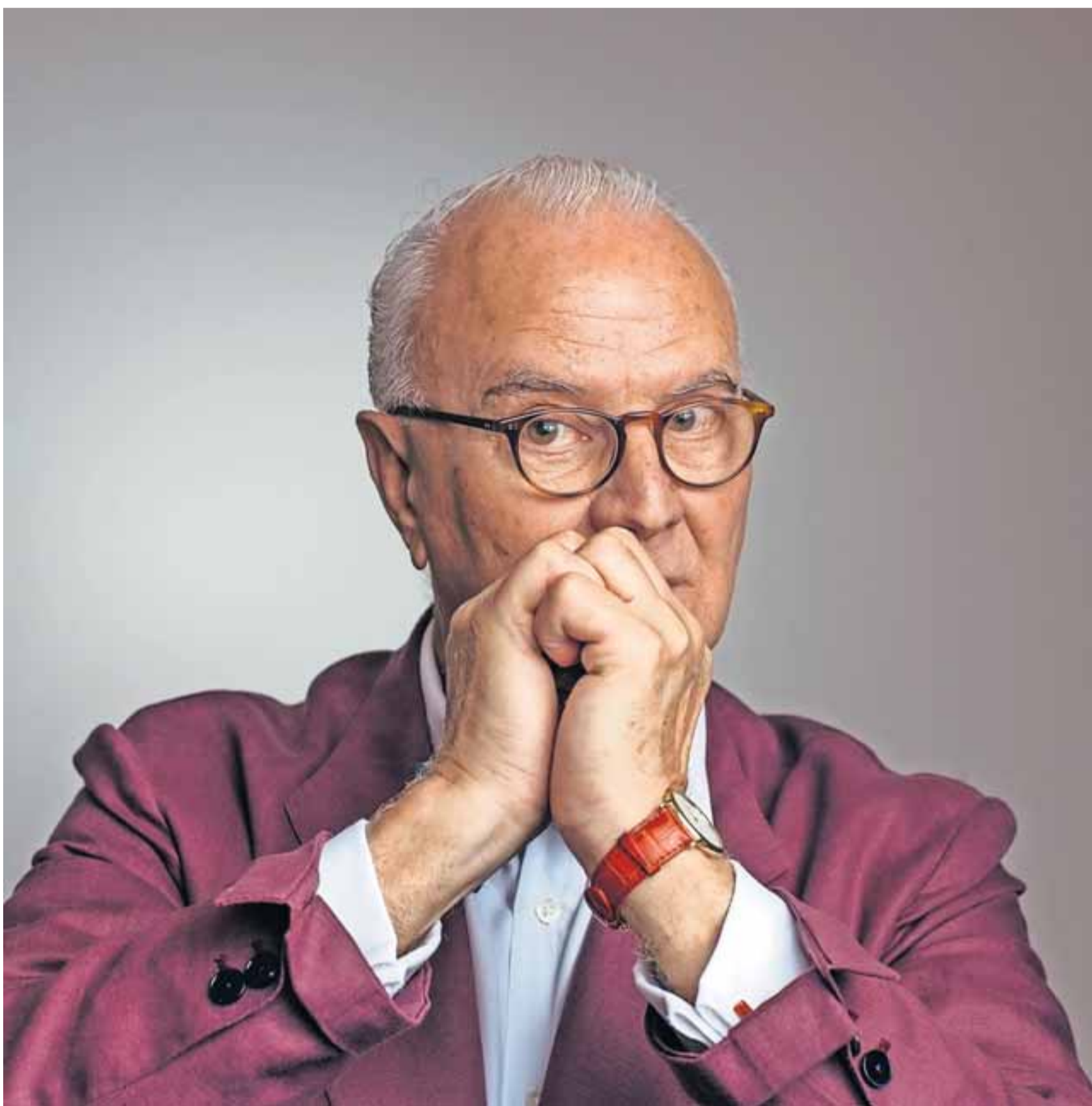
Perugia hat die schönsten Schuhe der Welt gemacht. Kein Mensch kann heute noch etwas erschaffen wie er – sein Fisch-Schuh mit Schuppen, unglaublich. Aber zu Ihrer Frage: Ich glaube, es geht darum, ein Auge zu haben für Schönheit, für Ebenmaß, auch für überraschende Brüche. Aber der Vergleich mit Miuccia, ich bitte Sie – sie ist reich! Sie kauft sich die Kunstwerke, die sie haben möchte. Ich gehe in Museen.

Was ist, im Unterschied zur Mode, das Spannende an Schuhen? An Füßen?



Die Schuhgröße

Designer Manolo Blahnik über Instagram, den morbiden Charme Siziliens und erotische Sohlen



Turnschuhe sind bestimmt bequem, sagt Manolo Blahnik. Nur sähen Menschen darin grauenvoll aus. Seine Vorstellungen von Schönheit verwirklicht der Designer seit mehr als 45 Jahren. FOTOS: MANOLO BLAHNIK (OBEN), PIERS CALVERT

Viele Leute können mit Füßen nichts anfangen. Ich finde sie faszinierend. Wenn Sie sich Gemälde ansehen, die berühmte Schaukel von Fragonard, da sind Füße ein sehr sinnliches Element. Aus Texten von Zola oder Balzac wissen wir, dass gewisse Damen der Belle Époque von ihren Kunden gebeten wurden, die Schuhe anzulassen. Das ist die Erotik der Füße, und ein schöner Schuh kann viel dazu beitragen. Außerdem, unsere Füße tragen uns durchs Leben, man muss auf sie achtgeben. Es ist im Grunde kein Wunder, wenn Leute den ganzen Tag in Turnschuhen herumlaufen. **Und so etwas sagt Manolo Blahnik – Sie finden das wirklich in Ordnung?** Turnschuhe sind bestimmt, wie soll ich sagen, bequem? Nur dass Menschen darin grauenvoll aussehen. Wie Affen. Wissen Sie, für mich bedeuten Schuhe mehr. Ich habe das Wort Fetischismus in diesem Zusammenhang nie verstanden. Darum geht es nicht. Ich mag es einfach, wie Schuhe einen Menschen vervollständigen.

„Hohe Absätze wirken unmittelbar, das ist eine schnelle Genugtuung.“

Wie viel an Ihren Schuhen ist noch von Hand gemacht?

Alles. In meinem Studio zeichne ich die Entwürfe und fertige Musterstücke. Das Schönste an meinem Job ist die Ausarbeitung der Modelle in unseren Betrieben in Mailand. Gemeinsam mit erfahrenen, besonnenen, wunderbaren Handwerkern.

Sie sind einer der berühmtesten Schuhdesigner, ein Paar Manolos hat spätestens der Serie „Sex and the City“ fast Kultstatus. Da klingt das Wort „ausarbeiten“ ermühernd.

Ich habe einige Erfahrung, gewiss. Aber jedes neue Modell entsteht in einem Prozess. Harmoniert der Absatz, sitzt die Ferse gut im Schuh? Und die Passform muss stimmen. Amerikanerinnen sind schwierig. Viele haben lange, magere Füße.

Was ist eher ein Schönheitsfehler bei einer Frau, zu große oder zu kleine Füße? Über so etwas denke ich nicht nach. Prototypen fertigen wir in kleinen Größen, das sieht hübscher aus. Aber nehmen Sie das Model Veruschka von Lehndorf. Eine der schönsten Frauen überhaupt, noch im Alter, als ich sie in New York traf, sah sie großartig aus. Und sie hat richtig große Füße. Das spielt aber keine Rolle.

Veruschka ist auch der Typ Frau für flache Schuhe. Wir verkaufen Flats sehr gut. Über das Körpergefühl einer Frau sagt es mehr, wenn sie sich auf flachen Sohlen anmutig bewegen kann. Hohe Absätze wirken unmittelbar, das ist eine schnelle Genugtuung. Aber Frauen wie die Schriftstellerin Karen Blixen oder die Schauspielerin Tilda Swinton, welche Eleganz in flachen Schuhen! Im Grunde kann man sagen: in Männer-schuhen. An extrem hohen Heels habe ich die Lust verloren. Man hat mich zu lange darauf reduziert.

Umgekehrt waren Mönnerschuh in früheren Epochen viel ausgefallener. Die Männermode hat sich nach dem Ersten Weltkrieg leider gewandelt, sie wurde so gleichförmig. Die letzten echten Provo-

kateure, für die ich Schuhe gemacht habe, waren David Bowie und Boy George. Das Spiel mit dem Androgynen wirkt immer faszinierend, bei Marlene Dietrich zum Beispiel oder Greta Garbo. Das wäre genau meine Zeit gewesen – für solche Legenden hätte ich gerne Schuhe gemacht. Finden Sie nicht auch, dass es keine Movie Stars mehr gibt? Okay, Julia Roberts, Nicole Kidman, aber sonst? Sie sehen alle gleich aus.

„Die letzten Provokateure, für die ich Schuhe gemacht habe, waren Bowie und Boy George.“

Aber Hollywood ist doch wichtig für Sie. Viele Schauspielerinnen tragen Ihre Schuhe und machen Werbung.

Das ist wahr, und natürlich will ich meine Schuhe verkaufen. Wir nutzen Instagram, ich muss Werkstätten am Laufen halten, mein Personal bezahlen. Ich habe nur Schwierigkeiten, mit manchen amerikanischen Gepflogenheiten. Es kommt vor, dass mich dort wildfremde Männer ansprechen. Mr. Blahnik! Mr. Blahnik, Ihre High-heels haben meine Ehe gerettet! So etwas finde ich befremdlich.

Man könnte es auch schmeichelnd finden. Sind Sie gar nicht eitel? Ich mache seit 45 Jahren Schuhe und denke, einige sind mir gut gelungen. Aber ich bin eher zurückhaltend. Vielleicht liebe ich deshalb London und die Briten so. **Aber als Sie 1968 nach London kamen, gehörten Sie wohl kaum zu den Hippies? Oder Punk, war das ein Thema für Sie?**

Im Gegenteil. Die erste Kollektion machte ich Anfang der Siebziger für den wunderbaren Designer Ossie Clark, und meine Schuhe sollten ein Kontrast sein zu seinen Sachen, all diese romantischen Gewänder aus Chiffon mit Blumenmustern. Hat auch funktioniert. Ich fand meine Entwürfe sehr modern, babyhellblau und rot, mit Kreppsohlen. Später war ich natürlich befreundet mit Leuten wie Vivienne Westwood. Aber Punk, nein, das sagte mir persönlich nichts.

Sie sprachen von Instagram. Ein distinguiertes Herr wie Sie und Social Media, das scheint nicht zu passen.

Wir nutzen Instagram, meine jungen Assistenten helfen mir da, meine *bambini*, die Kinder. Aber das Riesenproblem sind doch die Kopien. Kaum steht ein Schuh von Blahnik im Netz, gibt es schon drei Kopien in China. Wir haben dort mehrere Prozesse geführt. Aber auch mit den besten Anwälten, es bleibt schwierig.

Und das schönste Paar Schuhe, das Sie gemacht haben, welches ist das?

Vielleicht die, die ich noch machen werde? Nein, lassen Sie mich nachdenken. Ich hänge besonders an einem Entwurf für Ossie, rot und grün, mit Kirschen und Blätterranken. Das muss in den ersten Jahren in London gewesen sein. Verrückt, wir haben dafür Teile aus Filz machen lassen.

Hat das, was wir schön finden, mit Erinnerung zu tun?

Ich denke schon. Als ich neulich in der Goya-Ausstellung in London stand, war das bewegend. Weil mir die Bilder so vertraut sind. Und der Schuh mit den Kirschen hat etwas mit meiner Kindheit zu tun. Mit der Natur, den Gärten. Das sitzt tief in mir.

Neues Frauenbild 1

Louis Vuitton zeigt als erstes Luxuslabel ein virtuelles Model

Mit knapp über 1,70 Meter brachten es schon ein paar kleine Frauen zu überraschend großen Model-Karrieren. Zum Beispiel Twiggy in den Sechzigern, Kate Moss in den Neunzigern oder zuletzt Cara Delevingne. Nun kommt Lightning. Die 21-jährige heißt eigentlich Claire Farron. Ihren Vorgängerinnen hat sie einiges voraus: Sie kommt nie zu spät, meckert nicht über zu kleine Schuhe und braucht auch keine PINKEL-Pausen. Lightning ist ein Avatar, ein Haufen Pixel aus dem Videospiele *Final Fantasy*.

An dem Wesen mit rosafarbenem Haar präsentiert in seinen Anzeigenkampagnen neuerdings Louis Vuitton Mode und Handtaschen. „Realität und Fantasie werden eins“, sagt der Designer Nicolas Ghesquière dazu. Gegenfrage aus der Modewelt: Werden echte Models jetzt vielleicht bald durch virtuelle Konkurrenz ersetzt?

Die Mädchen von heute verdienen schließlich auch schon lange nicht mehr so viel wie die von früher. In den USA für einen Tag im Fotostudio durchschnittlich 300 Dollar abzüglich Steuern und Versicherungen. Wirklich lukrativ blieb bis zuletzt nur noch das Geschäft mit den Kampagnen der großen Häuser, und natürlich dem Internet: Je mehr Follower ein Model hat, desto höher die Gage für Produkt-Postings oder ein Foto vom Set.

Zumindest diesen Job wird Lightning wohl nicht einfach so übernehmen können, so, wie sie auch nicht einfach über den Laufsteg gehen kann. Oder vielleicht doch? 2016 dürfte jedenfalls noch einiges passieren, sonst hätte Anna Wintour (Ghesquière's Förderin) ihren Met-Ball im Mai nicht unter dem Motto „Fashion in an Age of Technology“ gestellt. Sneaker, die Roboter in 24 Stunden fertigen und ausliefern und Kollektionen, die Computerallein durch eine Kaufverhalten-Analyse designen, sind ja auch keine Zukunftsmusik mehr.

DENNIS BRAATZ



Louis Vuitton wirbt mit der Hauptfigur aus *Final Fantasy*. FOTO: PR

Neues Frauenbild 2

Dolce & Gabbana ist das erste Luxuslabel mit Hijab-Kollektion

Mal wieder eine dieser Fashion-News, die sich in wenigen Stunden durchs Internet verbreitet hat. Eigentlich auch kein Wunder, bedenkt man, dass vor Dolce & Gabbana noch kein Designer auf die Idee einer Extra-Kollektion von Kopftüchern und Gewändern für Frauen aus dem arabischen Raum gekommen ist. Im internationalen Vergleich gehören sie schon länger zu den besten Kundinnen. Die Geschäftsidee (von den Günstig-Ketten H&M und Uniqlo bereits aufgegriffen) war also eigentlich überfällig und gleichzeitig durchaus passend zu Dolce & Gabbana. Das Duo hat in der Vergangenheit schon häufiger mit kleinen Kollektionen die stilistischen Regeln eines bestimmten Mode-Markts bedient, zum Beispiel China oder Brasilien.

Die meisten Kritiker sind sich übrigens einig, dass nun viele Designer mit eigenen Linien nachziehen werden. Bislang führten die nur so genannten Ramadan-Kollektionen, zum Beispiel DKNY oder Tommy Hilfiger. Sie wurden im Fastenmonat angeboten, weil dann das Shoppingbedürfnis immens steigt, hatten mit Hijabs und Abayas aber nichts zu tun. DEBR



TRANSPARENT SPITZE IST TYPISCH FÜR DOLCE & GABBANA. HIER SITZT SIE AUF SEIDE. FOTO: PR