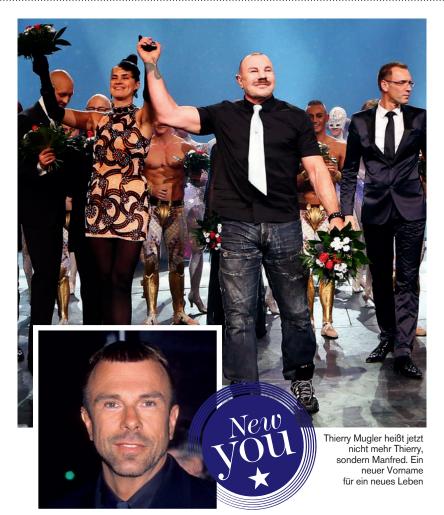


Was man braucht, um neu anzufangen? Mut, Hingabe - und viel Unzufriedenheit, sagt Featurechefin Julia Werner. Hier hat sie aufgeschrieben, wie es sechs großen Mode-Machern gelungen ist, sich erfolgreich in ein neues Leben zu werfen

s gibt nichts Verwirrenderes als Menschen, die ihre Jugend eigentlich schon lange hinter sich haben, aber mit einer Zahnspange herumlaufen, oder? Warum bloß finden wir das komisch? Weil dahinter etwas steckt, das bei den meisten, die Tag für Tag in den gleichen Bahnen schwimmen, Neidgefühle erweckt: Mut. Genauer gesagt: der Mut, einfach nicht zu akzeptieren, dass es im Leben zu spät ist. Es gibt aber nun einmal nur zwei Möglichkeiten: Entweder ist man in zwei Jahren zwei Jahre älter und hat ein strahlend schönes Gebiss. Dieses Zahnspangen-Prinzip lässt sich im Grunde auf alle Bereiche des Lebens übertragen.

Lebenswege verlaufen meistens nicht ganz so, wie sie mal geplant waren. Wenn wir denken, wir hätten alles erreicht, was wir uns gewünscht haben, stellt sich Langeweile ein, alles wird zur Routine, und Unzufriedenheit mit leichten Anflügen von Verbitterung macht sich breit. Die man sich aber natürlich in Zwiesprache mit dem eigenen Selbst ausdrücklich verbittet. Ich habe in meiner Situation kein Recht, unglücklich zu sein! Das ist natürlich ein Trugschluss. Denn nur aus Unzufriedenheit kann etwas Neues entstehen. Das neue Selbst. Modemenschen sind für diesen lebenslangen Flug durch Höhen und Tiefen besonders prädestiniert, weil es schon in der Natur ihrer Arbeit liegt, immer ein bisschen unzufrieden zu sein – schließlich sähe die Mode sonst Jahr für Jahr gleich aus. Modemenschen sind meistens Perfektionisten, in Bezug auf ihre Arbeit, ihr ästhetisches Umfeld, und deswegen eben auch in Bezug auf ihr eigenes Leben. Dann wäre da noch die Gefahr, plötzlich unmodern zu sein und in die Ungnade der unerbittlichen modischen Öffentlichkeit zu geraten. Ein solches Risikoumfeld erfordert:

Flexibilität. In kaum einem anderen Bereich findet man deshalb so viele Menschen, die sich mindestens einmal neu erfunden haben. Beispiel Diane von Furstenberg: Die Belgierin heiratete als junge Frau den Prinzen Fürstenberg, bekam Kinder und hatte ein ziemlich glamouröses Leben. Aber weil sie sich dabei ganz schön langweilte, ließ sie sich scheiden, erfand, weil sie ihre Rechnungen jetzt selbst bezahlen musste, ihr legendäres wrap dress und verkaufte es auf einem amerikanischen Shoppingsender millionenfach. Dann verkaufte sie ihr Unternehmen und verbrachte einen Großteil der 80er-Jahre an der Seite eines Schriftstellers in Paris. Und wieder: Langeweile. Sie kehrte nach New York zurück, stellte fest, dass sie sich, nämlich die unabhängige Karrierefrau, irgendwie selbst verloren hatte. "Ich fühlte mich komplett irrelevant", hat sie dazu mal in einem Interview gesagt. 1994 wurde bei der Design-Legende Krebs im Rachenraum diagnostiziert. Sie hat ihn überlebt und besiegt. Aber bis heute ist sie davon überzeugt, dass sie den Krebs in ihrer Zunge bekam, weil sie sich über all die Jahre nicht hatte ausdrücken können. 1997 startete sie also ihr Comeback als Modedesignerin. Und ist heute eine Fashion-Ikone mit florierendem eigenen Label. Das, was Außerirdische wie sie uns da auf der großen, exzentrischen Bühne der Modewelt vorleben, kommt uns auf dem Planeten Erde natürlich verdammt weit weg vor. Ist es aber in Wahrheit gar nicht. All diese Sich-neu-Erfinder sind schließlich auch nur Menschen, die Rückschläge und Gewinne auf ihrem Lebenskonto verbuchen und ganz einfach das Beste aus deren Summe machen. Sie streifen ihr altes Ich ab, wenn es sie unglücklich macht. Und stürzen sich mit kompletter Hingabe in ihr neues Sein. Sie sehen dabei natürlich noch ein bisschen besser aus als alle anderen. Was sie nur zu noch besseren Vorbildern für uns macht.



MANFRED THIERRY MUGLER

DER WEITER-GEHER

Vom Modemacher zum Regisseur

Mugler ist gerade wieder in aller Munde. Denn Virginie Courtin-Clarins, Pariser It-Girl und Beauty-Konzern-Erbin, kümmert sich jetzt als Managerin um das etwas verstaubte Label, das früher mal Thierry Mugler hieß, nach seinem Gründer. Gerade hat Courtin-Clarins den Newcomer David Koma als Kreativ-Chef engagiert. Das Label Thierry Mugler gehört schon seit 1997 dem Beauty-Konzern ihres Vaters, mit dem zusammen der Designer Thierry Mugler ziemlich reich wurde: Wessen erster Duft war Angel, das

leicht muffig riechende Patschuli-Parfüm, eigentlich nicht? Es gehört bis heute zu den weltweit meistverkauften Düften. Die Mode allerdings, mit der Mugler in den 80er-Jahren die Welt eroberte, wollte schon Mitte der 90er niemand mehr tragen, weswegen der Neueigentümer die Marke 2002 für ein paar Jahre dicht machte. Dabei war Thierry Mugler mit das Schickste gewesen, was man im goldenen Party-Jahrzehnt hatte tragen können: Wespentaillen und breite Schultern waren das Power-Gebot der Stunde. Mugler machte aus Frauen futuristische

Amazonen, mit metallischen Bustiers und superspitzen Schultern – er verlieh dem weiblichen Körper eine neue Architektur. Das funktionierte im Jahrzehnt des Grunge-Chics und des Minimalismus nicht mehr. Wenn das eigene ästhetische Empfinden plötzlich das Etikett "unmodern" trägt, dann kann einen das ganz schön verbittern. Nicht Mugler. Er hat seine alte Identität einfach abgestreift wie eine Schlange ihre Haut. Hat mit Beauty-OPs und Bodybuilding sein Aussehen verändert. Und sich einen neuen Namen gegeben. Er heißt jetzt Manfred. Dass er in Wahrheit schon immer diesen Namen trug, wusste vorher niemand. Diesen ersten Vornamen hat er sich sozusagen aufgehoben für ein neues Leben. Nach der Mode. Er habe das schon als Kind so gemacht, hat er mal in einem Interview gesagt: sich immer wieder neu zu erfinden. Und wirklich: Schon die Karriere als Modedesigner war nie der einzige Plan, sondern immer nur eine Facette des Menschen Mugler. In den frühen 70ern ging das kreative Genie nach Paris, eigentlich, um ein Engagement bei einem Tanzensemble zu finden. Denn er war ausgebildeter Tänzer und hatte gerade ein Angebot des berühmten Maurice Béjart abgelehnt, weil er eben nicht in Genf, sondern viel lieber in Paris leben wollte. Schnell merkte er allerdings, dass er mit seinen Modezeichnungen jede Menge Geld verdiente – und wurde zum neuen Shootingstar der Mode. Diese Karriere war allerdings immer nur "ein Vehikel für Kreativität", wie er einmal sagte. Nebenbei fotografierte er und führte Regie, unter anderem für George Michaels legendäres "Too Funky"-Video mit den Supermodels in Mugler. Heute inszeniert Manfred gigantische Cabaret-Revues in Paris, Las Vegas und Berlin: "The Wyld" heißt seine Show im Friedrichstadt-Palast, in der Außerirdische in der Hauptstadt landen, weil sie die positiven Energien der Stadt spüren. Das ist am Ende natürlich auch nichts anderes als eine Fashion Show. nur mit der Macht über alles vom Kleid über die Musik bis zum Licht. Die Neuerfindung des eigenen Ichs bedeutet also manchmal auch, schon immer einen Plan B, C und D gehabt zu haben.

HELMUT LANG

DER MODE-VIRTUOSE

Vom Designer zum Künstler

Die meisten Designer verlassen die Modewelt nicht ganz freiwillig. Meistens will ihre Entwürfe einfach niemand mehr tragen. Anders bei Helmut Lang. Kein Abgang wird gut zehn Jahre danach immer noch so bedauert wie der des österreichischen Designers. 2005 verließ er sein eigenes Unternehmen, das er zuvor an die Prada-Gruppe verkauft hatte, und das, obwohl er ungefähr so geliebt und bewundert wurde wie der große Yves Saint Laurent. Lang hatte schließlich die Art, wie Frauen sich anzogen, radikal verändert: Als Mitbegründer des 90er-Jahre-Minimalismus steckte er Frauen und Männer in schmale Anzüge und Mäntel aus Materialien, an die zuvor keiner gedacht hatte. Zumindest nicht, wenn es um Kleidung ging: Gummi, Federn, glänzendes Nylon. Er arbeitete mit Cut-Outs und Drapings und machte eigentlich die ganze Modewelt zu seiner Jüngerschar. Er war der erste Designer, der seine Show live im Internet streamte. Und er besaß die Frechheit, seine Kollektion noch vor den europäischen Schauen in New York zu zeigen. Seitdem findet die New York Fashion Week vor Paris, Mailand und London statt.

Es gibt auch heute noch ein Label mit seinem Namen. Aber das konnte an den Erfolg von damals nie wieder anknüpfen. Die neuen Eigentümer würden wohl nichts lieber sehen als seine Rückkehr. Er ging also damals, einfach so. Für die Modewelt war das ein Knall. Nicht für ihn. Es wurde sehr still um ihn. Wenn Freunde ihn fragten, was er denn jetzt so mache, antwortete er: nichts. Später erklärte er das so: Sobald man etwas sage, würden ja alle schon wieder darauf warten. In aller Ruhe renovierte er ein Haus in den Hamptons und archivierte seine Entwürfe. Dann fing er an, an Skulp-

turen zu arbeiten. Als die Kestnergesellschaft Hannover für eine Retrospektive seiner Arbeit bei ihm anfragte, lehnte er ab. Stattdessen zeigte er dort 2008 seine erste Solo-Ausstellung als Künstler. Der heute 58-Jährige bekommt nach eigener Aussage pro Jahr fünf bis sechs Anfragen, wieder einen Design-Job in der Mode zu übernehmen. Aber er denkt nicht daran. In einem Interview mit dem W Magazine sagte er einmal: "Das, was ich jetzt mache, ist nur eine Evolution. "Aber warum fühlte er sich in der Mode, also dort, wo er seine größten Erfolge gefeiert hatte, nicht mehr zu Hause? "Mein Unternehmen wurde größer und größer, und ich hatte irgendwann das Gefühl, das Opfer meines eigenen Erfolgs zu werden, mich immer weiter von dem zu entfernen, wofür ich so hart gearbeitet hatte: das tun zu können, was ich wollte." Er habe immer versucht, als Designer ab und zu auch künstlerisch zu arbeiten, habe aber fest-

gestellt, dass es einfach nicht möglich sei, "Hauptdarsteller in der Mode zu sein und gleichzeitig Kunst zu machen". Seine Art zu arbeiten allerdings ist die gleiche geblieben: irgendwo ganz anders anzukommen, als da, wo man gestartet ist. Seine erste Ausstellung bekam eher gemischte Kritiken. Das ist allerdings nichts, was einen wie Helmut Lang vom Weg abbringen würde. Schließlich war auch seine Modekarriere nicht die eines Shootingstars. Ende der 70er-Jahre hatte er einen Laden in Wien eröffnet. Zum Modedesigner war er geworden, weil er einfach keine richtigen T-Shirts und Hosen für sich fand und sie deshalb selbst entwarf, daraufhin wollten sie plötzlich alle haben. In den 80ern dann zeigte er seine erste Ready-to-Wear-Kollektion in Paris, ging nach New York und feierte erst in den frühen 90ern seinen großen Durchbruch. Genau so sei das eben auch in der Kunst, seinen Weg zu finden brauche Zeit, erklärte Lang einmal in einem Interview mit dem Standard. Das war 2011, da hatte er für eine Ausstellung gerade 6.000 seiner archivierten Kollektionsteile geschreddert und zu steifen Säulen zusammengefügt. Ein ziemlich gutes Sinnbild dafür, dass seine Mode immer die Basis dafür sein wird, das machen zu können, was er wirklich will.







TAMARA COMOLLI

DIE LEIDEN-SCHAFTLICHE

Von der Unternehmensberaterin zur Schmuckdesignerin

Jeans, lässige Blusen, derbe Booties, jede Menge Schmuck, ein sonniger Teint und dieses Lachen! Eine Frau wie Tamara Comolli kann man sich nur schwer in einer Unternehmensberatung vorstellen, schon gar nicht im schwarzen Hosenanzug. Genau da hat die Schmuckdesignerin, die heute ihre Entwürfe auf der ganzen Welt verkauft, aber mal gearbeitet. Sie studierte Betriebswirtschaftslehre

und Werbung an der Universität in München. Arbeitete dann ganze fünf Jahre lang im Consulting und in einer Werbeagentur. Wie kommt man dann plötzlich darauf, alles hinzuschmeißen und Schmuck zu entwerfen? "Bereits als Kind haben mich Edelsteine fasziniert", erzählt die Unternehmerin. "Mein Vater betrieb Casinos, und die Damen legten abends ihr Geschmeide an – so wurde es für mich ganz selbst-

verständlich, dass Schmuck zum persönlichen Stil jeder Frau gehört!" Comolli lebt und arbeitet heute am Tegernsee in Bayern, wuchs aber international auf, unter anderem in Frankreich und Gibraltar. Dort sei sie viel von Inderinnen umgeben gewesen, so die Designerin – ein Eindruck von Farben und Ornamentalem, der sie nie wieder losließ. Diese Frauen trugen immer viele Armbänder an jedem Arm, auch deswegen sind Armbänder bis heute die Lieblingsstücke der Designerin. Tamara Comolli hat nie eine Ausbildung als Gemmologin oder Schmuckdesignerin absolviert und ist einer der besten Beweise dafür, dass Leidenschaft manchmal einfach der bessere Lehrmeister ist. Der erste Schmuck, den sie umgestaltete, war Familienerbschmuck. Aber dafür, das eigene Leben umzukrempeln, braucht es auch immer die Feststellung, dass etwas besser sein könnte, als es ist. Im Fall von Comolli die Feststellung, dass der Schmuck, den es Ende der 80er-Jahre gab, nicht ihren Wünschen entsprach. Er war nicht verspielt, nicht feminin, nicht locker genug, fand sie. Irgendwann ging sie auf Reisen, um Minen zu besuchen und sich intensiver mit Farbsteinen zu beschäftigen. Sie sammelte erste Saphire und Turmaline und fing an, ihre eigene Kollektion aufzubauen. 1992 lancierte sie die Tamara Comolli Fine Jewelry Collection. Und die war von Anfang an anders als die konservativer Juweliere. Diamanten hängen an Lederbändern und Farbsteine baumeln als Tropfen an langen Ketten. Es ist Schmuck, den man jeden Tag tragen kann zum Abendkleid wie zur Jeans. Und der Tropfen ist für Tamara Comolli ein Symbol: für Wasser, Strand, das Gefühl von Leichtigkeit, für ihr Leben eben. "Mein betriebswirtschaftlicher Hintergrund war aber ein wesentlicher Baustein dafür, dass ich meine Marke entwickeln und aufbauen konnte", sagt die Designerin heute. Sie verkauft ihre Kollektion in eigenen Boutiquen in den Hamptons, in Palm Beach, auf Sylt, am Tegernsee und in München. Die Moral ihrer Geschichte: Ein bisschen BWL kann wirklich nie schaden – aber jede Menge Leidenschaft ist ein Muss.

JOHN GALLIANO

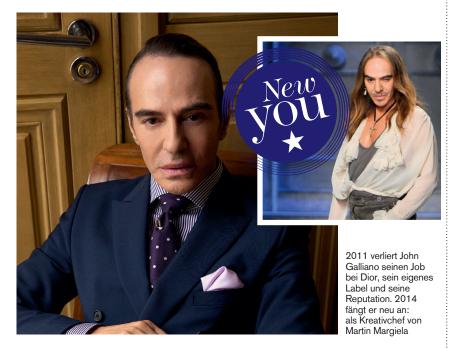
DER GELÄUTERTE

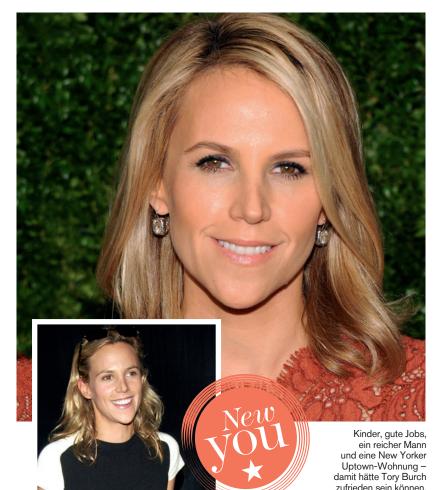
Vom Enfant terrible zum Teamplayer

Es gibt nicht viele Lebensläufe, die so viele Höhen und Tiefen überstehen wie der von John Galliano. So etwas ist eben nur Genies vorbehalten. Ein sechsjähriger Junge aus Gibraltar kommt nach London, wird in der Schule gehänselt, absolviert später die Central Saint Martins School und präsentiert seine erste Kollektion. Er hat jede Menge Kreativ-, aber kein bisschen Businesstalent, aber weil Ersteres in der Mode eben damals noch die härtere Währung ist, begleiten ihn jede Menge Geldgeber und Unterstützer auf seinem Weg an die Spitze: 1996 engagiert ihn LVMH für Givenchy, nur ein halbes Jahr später überreicht man ihm die Kronjuwelen des Konzerns: Dior. 15 Jahre lang wird Galliano die größten Modespektakel, die unvergesslichsten Fashion-Moments inszenieren. Unglaubliche Abendroben, Drapings und seine Spezialität, der Bias-Cut, machen ihn zum größten Star in der Mode. Am Ende entwirft er 32 Kollektionen pro Jahr für Dior und sein eigenes Label. Der Druck: unmenschlich. Sein bester Freund und Assistent Steven Robinson stirbt 2007 an einer Überdosis Kokain. Danach ist nichts mehr so wie vorher. Der Abstieg beginnt. Im Februar 2011 wird der Dior-Chefdesigner per Handy in einem Pariser Café gefilmt. Völlig betrunken gibt er antisemitische Beleidigungen von sich. Durch den Skandal verliert er alles: seinen Job bei Dior, sein eigenes Label, seine Reputation. Der Luxuskonzern LVMH verklagt ihn auf Schadenersatz. Und ihm bleibt nichts anderes übrig, als komplett von der Bildfläche zu verschwinden. Drei Jahre, einen Entzug von Drogen und Alkohol und eine lange Therapie später, hält die Modewelt den Atem an, denn sein großes Comeback steht unmittelbar bevor: als Kreativchef des Labels Martin Margiela. Das ist in zweierlei Hinsicht eine Sensation. Kommunizierte das Modehaus Martin Margiela

nach dem Abgang des Namensgebers doch nur noch in "Wir"-Form, verzichtete also auf ein Gesicht, das für die Marke stand. Und war es noch vor drei Jahren absolut unvorstellbar, John Galliano jemals wieder auf einem führenden Posten in der Mode zu sehen. In Wahrheit ist diese Rückkehr natürlich kein Wunder, sondern eine sorgfältig vorbereitete Wiedereinführung eines Mannes, auf den die Mode, die sich in den letzten Jahren vor lauter modernem Minimalismus ein bisschen selbst verloren hat, nicht verzichten kann. Galliano büßte – in Interviews mit der Vanity Fair und in der US-Talkshow Charlie Rose mit ordentlich zusammengebundenen Haaren und im Maßanzug. Ein Gegenentwurf zum wilden Galliano, der sich früher nach Fashion-Shows stets verkleidete, mal als Schornsteinfeger, mal als Pirat. "Niemand war mehr geschockt als ich selbst, als ich dieses Video sah", sagte er zum amerikanischen TV-Journalisten leise. "Ich war ein Blackout-Trinker. "Und: "Ich habe in den letzten Jahren an mir gearbeitet, um zu

verstehen, wo dieser Hass herkam: Es waren Frustrationen aus der Kindheit. "Kurz darauf arbeitete Galliano auch durch den Einfluss seiner engen Vertrauten Anna Wintour - an einer Kollektion von Oscar de la Renta mit, blieb aber backstage. Es folgte eine Kollaboration mit einem russischen Parfümlabel, bei dem man dachte: Was für eine Verschwendung! Und nur wenige Monate später seine Ernennung als Martin-Margiela-Chef. Wem er das alles zu verdanken hat? Seinem Talent. Und Anna Wintour. Im Dezember letzten Jahres trat er zum ersten Mal öffentlich auf den British Fashion Awards auf, weil die US-Vogue-Chefin ihn sich als Preisverleiher für ihren Lifetime Achievement Award gewünscht hatte. Sie trug: seinen ersten Entwurf für das Haus Margiela, ein Bias-Cut-Kleid. Und weil es bei Margiela nicht Usus ist, sich als Designer den Applaus auf dem Laufsteg abzuholen, ist stark davon auszugehen, dass John Galliano sich wirklich neu erfunden hat.





TORY BURCH

DIE UNER-MÜDLICHE

Vom Uptown-Girl zur Labelchefin

Das Unternehmen Tory Burch wird heute auf einen Wert von über drei Milliarden Dollar geschätzt und Insider munkeln schon lange, der Börsengang sei nicht mehr weit. Das ist eigentlich nichts Ungewöhnliches in der Modebranche. Aber im Fall von Tory Burch ist es anders. Denn es ist gerade mal zehn Jahre her, dass sie, die typische New Yorker Millionärs-Gattin, anfing, in ihrem Wohnzimmer irgendwo in Uptown Manhattan ihre eigene Kollektion zu

entwerfen. Sie hatte keine Ausbildung als Designerin, keine Ahnung, wie man Schnitte macht oder mit Lieferanten verhandelt. Sie hatte eigentlich nur eines: einen ausgezeichneten Geschmack. Und den bekommt man immer noch meistens vererbt. Tory Robinson wuchs in Philadelphia auf. Ihre Eltern waren kosmopolitische Globetrotter: ihr Vater Erbe einer Papierbecher-Firma, ihre Mutter Reva eine Schauspielerin, die früher angeblich Marlon Brando und Steve McQueen datete. Während Tory

War sie aber nicht

also zu Hause ritt und Tennis spielte, reisten die Eltern und brachten ihren Kindern den Flair der weiten Welt in Form von Souvenirs mit. Außerdem galt Reva als begnadete Gastgeberin. Später studierte Tory Kunstgeschichte und ging voller Hoffnung nach New York. Dort arbeitete sie in PR-Abteilungen großer Modehäuser, heiratete den Real-Estate-Investor Chris Burch und nahm einen Job bei Harper's Bazaar als Texterin an. Man kann mit solchen Jobs, Kindern, einem reichen Mann und einer schönen Uptown-Wohnung natürlich ziemlich zufrieden sein. Oder eben nicht. Tory Burchs Geschichte ist deshalb nicht unbedingt die einer klassischen Neuerfindung, sondern eher die einer Weitererfindung. Sie hat ihre Geschichte einfach zu ihrem Kapital gemacht und sie so gleichzeitig weitergeschrieben. Zu den ersten Bestsellern in ihrem ersten New Yorker Store im In-Viertel NoLIta gehörten Kaftan-Oberteile, wie ihre Mutter sie immer getragen hatte - nur eben ein bisschen schmaler geschnitten als jene, die man sonst in Beach-Geschäften findet. Die Tunika heißt bis heute Tory und wird in immer neuen Varianten wiederaufgelegt. Zweiter Bestseller: der Reva-Flat, nach ihrer Mutter benannte Ballerinas. Der Rest des Tory-Stils: golden schimmernder Statement-Schmuck, Preppy-Basics mit einem femininen Twist und bezahlbare Accessoires. 2008 wurde sie bei den CFDA-Awards sogar zur Designerin des Jahres gekürt. Seit über zehn Jahren also kann jetzt jede Frau so aussehen wie ein echtes Uptown-Girl. Tory Burch hat heute über 140 eigene Stores auf der ganzen Welt und verkauft darin ihren eigenen Stil, seit Neuestem sogar Interior-Accessoires. Denn man möchte nicht nur aussehen wie sie, sondern auch so leben. An ihren Reisen, ihren Einkäufen und ihren Gedanken lässt sie uns deshalb regelmäßig auf ihrem Blog teilhaben. Von Chris Burch, ihrem ersten Investor, ist sie übrigens schon lange geschieden - die geschäftliche Trennung mussten leider die Gerichte erledigen. Sich selbst zu erfinden fordert eben immer auch ein paar Verluste.

TINA FRICKE

DIE UMSTEIGERIN

Von der Design-Chefin zur Gründerin

Manchmal hat man einen großartigen Job. Und eigentlich ist alles perfekt. Trotzdem ist da immer dieses Gefühl im Bauch, dass alles irgendwie besser sein könnte, wenn es anders wäre. Wenn man es selbst machen würde. Modedesignerin Tina Fricke arbeitete zwölf Jahre lang bei Boss. Sie verantwortete als Design-Chefin die Damenlinie Boss Orange, die sie mit aufgebaut hatte. Ein Top-Job beim deutschen Modegiganten. Eigentlich kein Job, den man aufgibt. Aber auch einer mit jeder Menge Verpflichtungen jenseits der kreativen Arbeit, also des Entwerfens. Es sei mehr um Rahmenpläne und Preisstrukturen gegangen als ums Produkt, so die Designerin. War es das, wofür sie Modedesign studiert hatte? 2010 wurde zum Jahr des Abschieds. Sie arbeitete zunächst als Freelance-Designerin, was aber, wie sie erzählt, schwierig gewesen sei: "In Deutschland wird Design als Dienstleistung eben nicht so geschätzt wie in anderen Ländern." Aber erst in diesen Momenten, in denen die Dinge nicht ganz so laufen, wie man sich das vorgestellt hat, wird man erfinderisch. Ihr kam eine Idee: Hundehalsbänder und -leinen, passend zu den Accessoires der Besitzerin. "Ich habe viele Freundinnen mit Hunden, aber immer wenn ich ihnen etwas schenken wollte, fand ich irgendwie nichts Passendes. Da dachte ich: das mache ich jetzt einfach selbst!" Sie steckte fast ein ganzes Jahr in die Entwicklung der Produkte und stieß dabei auf einer Ledermesse auf "ihr" Material: Fischleder – ein Beiprodukt der Lebensmittelindustrie und deshalb nachhaltiger Luxus. Ihre Taschen und Hundeaccessoires lässt sie in Deutschland fertigen, damit wirklich jedes Detail von der Kantenverarbeitung bis zum Verschluss stimmt. Ein Hundehalsband muss schließlich ein Hundeleben lang

halten und eine Damenhandtasche im besten Falle auch! Aber das ist eigentlich nur der Anfang: "Wir planen eine ganze Ayasse-Welt", so Tina Fricke. "Wir wollen die Hundebesitzerin in Zukunft von Kopf bis Fuß einkleiden. Ich arbeite an einer Outdoorjacke zum Spazierengehen. Ich mag es nämlich nicht, wenn jeder einem gleich ansieht, dass man gerade mit dem Hund aus dem Wald kommt." Funktional, wetter- und schmutzabweisend müsse ein Outfit sein, aber trotzdem chic genug, um danach in ein Café gehen zu können. Natürlich, als kleines Luxus-Start-up-Unternehmen ist es nicht immer leicht. Die richtigen Vertriebswege müssen gefunden werden und die richtigen Materiallieferanten. Aber: "Das alles könnte ich ja gar nicht ohne meine jahrelange Erfahrung bei Boss. Dann hätte ich gar nicht das Netzwerk, das mir

heute so hilft!" Trotzdem sei sie heute zufriedener als damals. Weil sie alleine die Verantwortung trägt, was ja nicht immer nur eine Last ist, sondern auch die Möglichkeit, Dinge richtig zu machen. "Alle reden immer darüber, dass eine Katastrophe wie in der Textilfabrik in Bangladesch nicht mehr passieren darf. Aber dann ändert sich doch wenig. Ich gehe den schwierigeren Weg. Ich lasse in Deutschland produzieren, das kostet mehr. Aber ich kann nachts ruhig schlafen und sagen: Ich kann eben doch das große Ganze beeinflussen. "Einen eigenen Hund hat Tina Fricke übrigens nicht. Ihre Tester sind jede Menge Patenhunde, die sie, wenn Freunde auf Reisen sind, übernimmt. Sich selbst neu erfinden heißt eben nicht immer, alles komplett umzukrempeln, sondern die eigenen Lebenserfahrungen einfach ein bisschen anders einzusetzen.

