

FASHION
GERMANY

MARTINA RINK

FASHION GERMANY

KREATIVE · STORYS · TRENDS

PRESTEL/ MÜNCHEN · LONDON · NEW YORK

EINLEITUNG · MARTINA RINK	8
TOMAS MAIER	12
MARKO MATYSIK	14
YASMIN HEINZ	18
FELIX LAMMERS	20
TORSTEN NEELAND	22
ANGELICA BLECHSCHMIDT	24
SUSANNE TIDE-FRATER	26
JASMIN KHEZRI	28
JOSEF VOELK UND EMMANUEL DE BAYSER	30
OLAF HAJEK	32
DIRK SCHÖNBERGER	34
VANESSA VON BISMARCK	35
JULIA VON BOEHM	36
KAI MARGRANDER	40
JINA KHAYYER	42
MUMI HAIATI	43
KRISTIAN SCHULLER	44
DONALD SCHNEIDER	48
DEYCKE HEIDORN	52
ANNA BAUER	54
ALEX WIEDERIN	56
SILKE WERZINGER	60
LEYLA PIEDAYESH	62
JEN GILPIN	64
MAGOMED DOVJENKO	68
JULIA FREITAG	69
SCHOHAJA	70
RIKE DÖPP	74
THOMAS BENTZ UND OLIVER LÜHR	75
CHRISTOPH AMEND	76
MIRKO BORSCHKE	78
BORIS BIDJAN SABERI	82
DAMIR DOMA	82

MICHAEL SONTAG	83
VLADIMIR KARALEEV	83
RAOUL KEIL	84
SASKIA DIEZ	86
RENÉ STORCK	87
ARMIN MORBACH	88
TONI GARRN	92
HEIDI KLUM/THOMAS HAYO	93
ANNETTE UND DANIELA FELDER	94
ALEXANDRA VON REHLINGEN UND ANDREA SCHOELLER	96
STEFAN ECKERT	97
SUSANNE OBERBECK	98
CONSTANTIN BJERKE	100
SASCHA BREUER	102
PHILIPP PLEIN	104
ANDREAS ORTNER	106
BETTINA HARST	108
WOLFGANG JOOP	110
KERA TILL	112
PAPIS LOVEDAY	113
CLAUDIA SKODA	114
ALEXANDRA FISCHER-ROEHLER UND JOHANNA KÜHL	116
ESMA ANNEMON DIL	118
DIDI ILSE	119
SANDRA BAUKNECHT	120
ALEX AND ANTON	122
MARCUS KURZ	126
BURAK UYAN	128
CORINNA SPRINGER	130
KAI KÜHNE	131
MARIE SCHULLER	132
VINCENT PETERS	134
ANDREA KARG	136

LOUISA VON MINCKWITZ	138
ANDRÉ BORCHERS	139
PETRA VAN BREMEN	140
JOHNNY TALBOT UND ADRIAN RUNHOF	142
MARCO STEIN	143
JOHANNES HUEBL	144
ANNELIE AUGUSTIN UND ODÉLY TEBOUL	146
PETRA BOHNE	148
NINI GOLLONG	149
TATJANA PATITZ	150
NATALIE ACATRINI	151
GLADYS PERINT PALMER	152
KLAUS STOCKHAUSEN	153
DAWID TOMASZEWSKI	154
DOROTHEE SCHUMACHER	156
FERIDE USLU	158
BERNHARD WILLHELM	160
TILLMANN LAUTERBACH	162
KARL ANTON KOENIGS	164
DIANE KRUGER	166
SASCHA LILIC	167
ESTHER HAASE	168
VERUSCHKA	169
F. C. GUNDLACH	170
BENT ANGELO JENSEN	172
TOM REBL	174
MARKUS LUPFER	176
KARLA OTTO	178
JIL SANDER	181
ANITA TILLMANN	182
THOMAS STEINBRÜCK	183
JÜRGEN GESSLER	184
MARKUS MAHREN	186
PETER LINDBERGH	190

ANHANG	
BIOGRAFIEN	197
ÜBERSETZUNGEN	205
BILDNACHWEIS	206
DANKSAGUNG	207
IMPRESSUM	208

Making of

„Hallo, Martina, ruf mich zurück, wenn du Zeit hast“, Peter Lindberghs angenehme Stimme mit rheinländischer Sprachfärbung auf meiner Mailbox – nie hätte ich gedacht, dass Fotolegenden so herzlich und unkompliziert sein können.

Ein Buchprojekt ist wie eine Familie. Man lebt und arbeitet zusammen, das Werk entwickelt sich und wir uns mit ihm. „Fashion Germany“ – ein Bildband mit vielen Höhen und gelegentlichen Tiefen. Im Rahmen des Projekts habe ich wundervolle Menschen kennengelernt, viele von ihnen wurden mit ihren Beiträgen Teil dieses Bildbands: eine Auswahl der faszinierendsten und wegweisendsten Modelpersönlichkeiten, die Deutschland national und international zu bieten hat. Neben etablierten Größen der Fashion-Welt finden sich auch junge, aufstrebende Talente aus allen Bereichen der Mode. Sie vereint das gleiche Streben nach neuem Ausdruck, Meisterschaft und Perfektion.

Es gibt zahlreiche Menschen mehr, die ich gerne vorgestellt hätte, die aber aus verschiedenen Gründen nicht dabei sein können – darunter hochkarätige Persönlichkeiten wie der legendäre Helmut Newton, der leider 2004 verstarb. Alle anderen kreativen Köpfe wissen, dass sie hier mit diesen Zeilen gemeint sind!

Milestones

Dass ich Peter Lindbergh in Berlin dank Markus Mahren kennenlernen durfte, war eine einzigartige Erfahrung, die mich noch heute mit Dankbarkeit erfüllt. Beim MCM Pop-up-Store Opening Event in München haben Adrian J. Margelist und ich uns dank Chris Häberlein getroffen und auf Anhieb verstanden. Mit Adrian und Daniela Armbruster entwarfen wir gemeinsam mit der großartigen Illustratorin Jasmin Khezri eine MCM-Buchtasche als Limited Edition. Ein Traum wird wahr! Ich sehe Bücher als Must-have-Objekte, genauso wie MCM-Accessoires auch. Genau das verbindet uns und verkörpert diese so besondere Kooperation zwischen uns allen.

Die Starvisagistin Yasmin Heinz hat mir in schweren Stunden einfach ungeschminkt die Wahrheit gesagt, und durch diese Ehrlichkeit hat sich eine pure und authentische Freundschaft entwickelt.

Menschen wie Josef Voelk und Emmanuel de Bayser glaubten schon bei meinem Vorgängerprojekt, einem Buch über Isabella Blow, bedingungslos an mich. Sie stärken mir seitdem den Rücken und erlauben mir, meine Werke in einem sehr besonderen Rahmen, der Kultinstitution The Corner in Berlin, zu präsentieren.

Ein ideales Umfeld bietet auch Prestel für mich. Es ist eine Ehre, mit diesem Verlag zu arbeiten, bei dem einfach alles passt, besonders das Team, in das ich dank Andrew Hansen herzlich aufgenommen wurde und mit dem ich die gemeinsame Leidenschaft, Bücher zu kreieren, teile. Als Vertrauensbeweis durfte ich den Gestalter und Artdirector selbst wählen: Paul Sloman, der schon mein erstes Buch erfolgreich gestaltet hatte. Ich sehe Paul und sein Talent als festen Bestandteil, um erfolgreiche Bücher zu schaffen. Wer mich immer wieder zu Staunen und Bewunderung veranlasst, ist Prestel-Programmlinleiterin Claudia Stäuble, das größte Organisationstalent, das ich je erlebt habe.

Making pictures

Das eine ganz bestimmte Bild von Andreas Ortner. Einmal gesehen und sofort war klar: das ist es, das Cover! Seit Monaten können wir uns nicht sattsehen an diesem Foto, und der Verlag ist absolut gleicher Meinung. Das Besondere an diesem Bild ist, dass man viel hineininterpretieren kann: Es passt zu Deutschland, die blonde Frau könnte jede Frau sein, die uns national und international verkörpert. Als Krönung der Abschluss mit Bildern von Peter Lindbergh; Anna Bauer, die mit Polaroids außergewöhnliche Momente des „Who's who“ in der Branche festhält, und hochtalentierte Fotografen wie Felix Lammers, Vincent Peter und viele andere. Wenn ich E-Mails von meinen Gastautoren bekomme und die angehängten Bilder öffne, kribbelt es wie beim Weihnachtsgeschenke auspacken.

Challenge

Mein Anliegen ist es, deutsche Mode und die Menschen dahinter aus einer anderen Perspektive zu sehen: Wer hat sie schon im Blick, all die erfolgreichen Designer, Fotografen, Hair- & Make-up-Künstler, Models, PR-Agenten, Einkäufer, Booker, Artdirectors, Creative Directors, Illustratoren und anderen herausragenden Persönlichkeiten, die weltweit agieren, im und außerhalb des Rampenlichts. Deutschland wird beim Thema Fashion oftmals unterschätzt. Hierzulande gibt es unglaublich begabte Menschen, die international erfolgreich sind und jahrelang ganz oben mitarbeiten, ohne viel öffentliche Aufmerksamkeit zu erfahren. Ich möchte mithelfen, Deutschland von seinem bescheidenen Undercover-Image zu befreien und den Pool der individuellen Kreativität offenzulegen. Wir sind anerkannt für Eigenschaften wie Pünktlichkeit, Präzision, Genauigkeit. Immer offensichtlicher wird die Befähigung, in führenden Positionen mitzuspielen.

Deutsche Unternehmen, so sagt man, seien nicht modeaffin. Es gibt Ausnahmen. Der Vorzeigekonzern





Mercedes-Benz ist der Stern, der deutschen und internationalen Stars und Designern in Berlin einen spektakulären Catwalk bietet und zu mondialen Shows in Miami, Istanbul, Stockholm und New York lädt. Man begegnet sich auf einer Wellenlänge, Visionen werden geteilt und es entsteht etwas magisches Neues. Dieser Prozess darf nicht stoppen, und vielleicht schaffen wir es bald, unsere Talente, die sich im Ausland verwirklichen, auch in Deutschland wieder willkommen zu heißen.

About

Ich kann nur Bücher. Bücher, die nicht im Regal verstauen, sondern an schönen öffentlichen Orten oder auf dem privaten Coffee-Table zu bewundern sind. Bücher, die Emotionen auslösen durch das gelungene Zusammenspiel aller Mitwirkenden. Ich mache Bücher mit Seele, mit ganz eigenwilligen Zutaten. Wenn ich ein Buch beginne, sehe ich es bereits fertig vor meinem inneren Auge. Davon weiche ich nicht weit ab. Ich möchte Bücher machen, die bleiben. Bücher, die Menschen begleiten und prägen. Ich sehe mich als eine Art Dirigentin, die es glücklich macht, die Vielfalt an großartigen Menschen zu verknüpfen wie auf einer guten Party. Ich möchte Menschen und Unternehmen zelebrieren. Früher wollte ich PR-Frau werden. Meine Mentorin Isabella Blow war schon immer dagegen. Sie verstand es, dies in ihren unnachahmlichen eigenen Worten auszudrücken: You'll never be a PR darling! Gut, dass ich Excel nicht konnte!!!



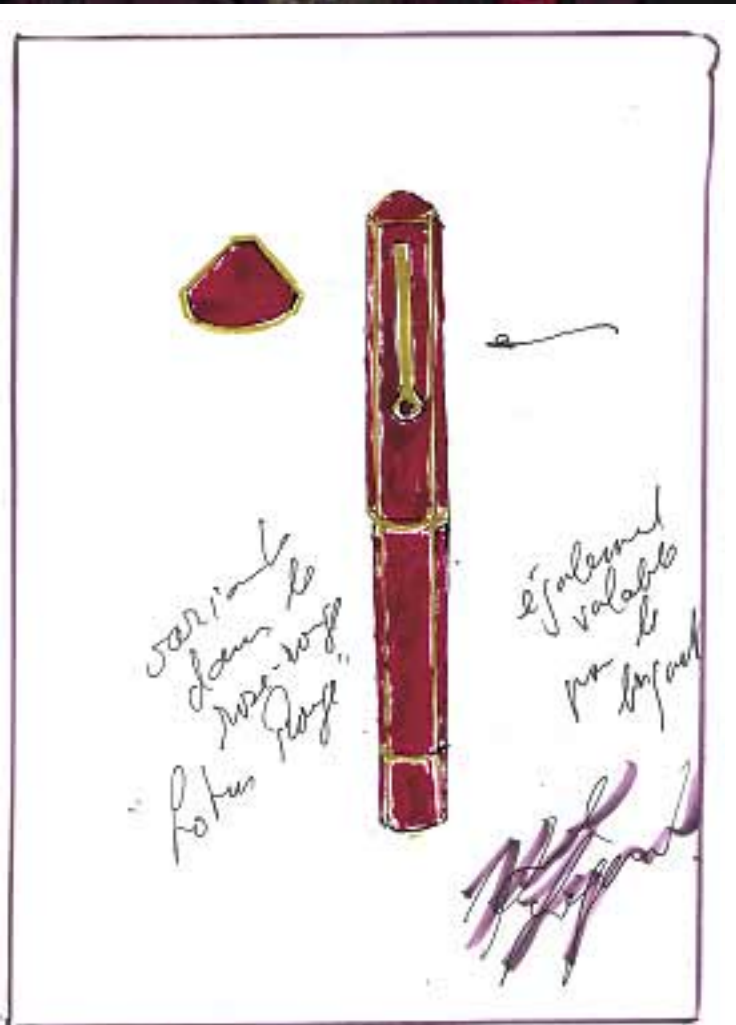
Rechte Seite oben links: Harriet Verney, Martina Rink und Tim Noble; oben rechts: Jasmin Khezri und Martina Rink; unten links: Entwurfsskizze von Karl Lagerfeld für ein Modell der Kollektion „Mon Dupont“, die Lagerfeld 2011 exklusiv für S.T. Dupont kreierte; unten rechts: Martina Rink und Josef Voelk.



Mercedes-Benz

Mercedes-Benz

Mercedes-Benz



Was kommt dir als Erstes in den Sinn, wenn du diese Begriffe hörst: Mode, Lifestyle, Luxus, Deutschland?

Für sich genommen haben diese Wörter verschiedene Bedeutungen, die nicht zwangsläufig miteinander in Verbindung stehen. Wenn ich an Mode denke, dann an etwas, das für andere gedacht ist, wohingegen Luxus für mich privat und persönlich ist. Deutschland ist mein Ursprungsland und ein Ort, der zu großer Würdigung von Natur, Handwerk und Design inspiriert.

Wer oder was inspiriert dich?

Ich ziehe meine Inspiration aus einer ganzen Menge von Quellen. Ich besuche Galerien, Museen und interessante Gebäude und widme dadurch der Auseinandersetzung mit Kunst und Architektur viel Zeit – und bin immer von dem inspiriert, was ich sehe. Die Natur prägt meine Arbeit vor allem hinsichtlich der Farben. Aber ich lasse mich auch vom Alltag inspirieren, umgeben von Menschen und von Kultur. Ich denke, die Sache ist einfach die, dass man die Augen offen halten muss. Für mich ist es wichtig, dass ich die alltäglichen Bedürfnisse der Kunden von Bottega Veneta verstehe, und so beobachte ich Tag für Tag, wie Männer und Frauen leben und arbeiten.

Von welchen Kompetenzen profitieren die Deutschen in der internationalen Modebranche?

Ich habe in mir die angeborene Liebe eines Deutschen zu Natur und Handwerk, die beide in der Waldorfschule, die ich als Kind besuchte, gestärkt wurden. Die Natur dient mir als unendlicher Quell der Inspiration und das Handwerk ist essenziell für das Ethos von Bottega Veneta. Nichtsdestotrotz: Eine Branche, die stark von Italienern, Franzosen und auch immer mehr von Briten und Amerikanern dominiert wird, eignet sich meiner Meinung nach für eine schwache Outsiderposition eines Deutschen.

Wie wichtig ist handwerkliches Können – in deinem Leben wie auch für Bottega Veneta?

Handwerkskunst ist für Bottega Veneta entscheidend: Sie ist das Herz der Marke. Alles, was wir produzieren, wird von Handwerkern gefertigt, die über Geschick, Übung und Hingabe verfügen. Persönlich glaube ich, dass Handwerkskunst eine wichtige Verbindung schafft: zu Geschichte und Tradition, zu Orten und zueinander.

Arbeitest du immer noch mit Firmen in Deutschland zusammen? Falls ja, mit welchen und für welche Produkte?

Kooperationen sind für unsere Marke sehr wichtig und in der Tat werden einige unserer Produkte in Zusammenarbeit mit namhaften Partnern hergestellt, wie beispielsweise die Königliche Porzellan-Manufaktur Berlin. Außerdem kooperieren wir im Bereich Schmuck mit Victor Mayer, einem kleinen renommierten Hersteller. Als sich Bottega Veneta zu einer echten Luxusmarke entwickelte, suchten wir Partner, die Fachleute auf ihrem Gebiet sind und unsere Wertvorstellungen teilen. So lässt sich die Vision, die ich von einer neuen Produktkategorie habe, wirkungsvoll mit dem Know-how des Partners verbinden. Der Partner stammt ebenfalls aus Deutschland, das Wichtigste an der Zusammenarbeit war jedoch das Entstehen von Produkten, die unseren Ansprüchen an Qualität, Handwerkskunst, Funktionalität und Zeitlosigkeit Genüge leisten.

Was sind deine persönlichen Ziele für die Zukunft?

Ich versuche das Portfolio von Bottega Veneta durch neue oder erweiterte Produktlinien immer mehr zu vergrößern. Das richtet sich selbstverständlich nach den Bedürfnissen und Wünschen unserer Kunden.

Was ist dein Geheimtipp, wie man in der Modewelt überlebt?

Darauf gibt es nicht wirklich eine Antwort, wenngleich es wichtig ist, dass man für eine Sache steht und dann dieser Identität treu bleibt.

Was bedeutet Luxus für dich?

Ich war immer der Auffassung, dass jeder Einzelne Luxus für sich selbst definiert. Für mich ist etwas dann luxuriös, wenn es schwer fassbar, von höchster Qualität und persönlich bedeutsam ist.

Für welches Projekt oder zu welchem Event wirst du das nächste Mal nach Deutschland kommen?

Gegenwärtig habe ich noch nichts geplant, aber ich hoffe, ich werde bald zurück sein.

Rechte Seite oben: Handwerkskunst bei Bottega Veneta; unten: Tomas Maier und Nine D'Urso hinter den Kulissen des Shootings mit Bruce Weber für die Werbekampagne des Damendufts von Bottega Veneta.





Marko ist ein Original, eine echte Bereicherung der Modewelt. Er ist nicht nur als Schöpfer zauberhafter Kleider und skurriler Requisiten großartig, sondern auch als Dokumentarist in Wort und Bildern. Seine Bücher sind lebhaft Momentaufnahmen.

*Hamish Bowles (Editor-at-Large der amerikanischen Vogue),
World of Interiors, Mai 2011*



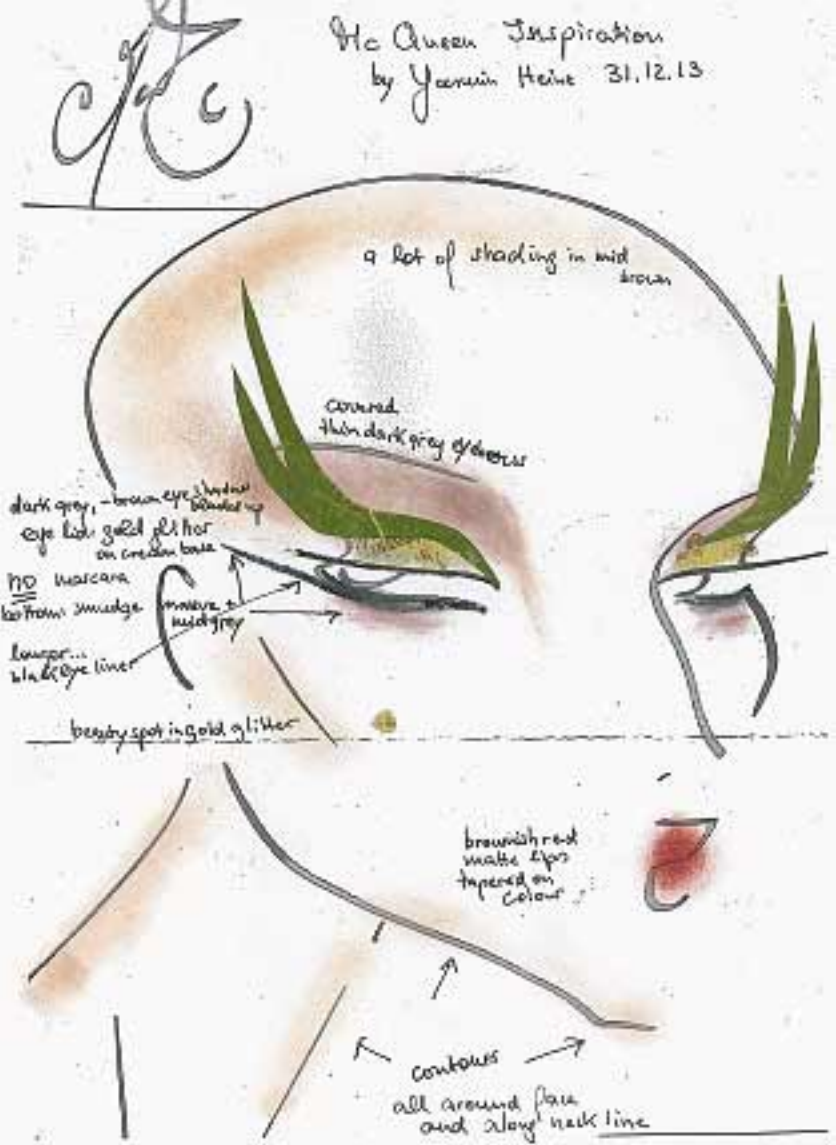
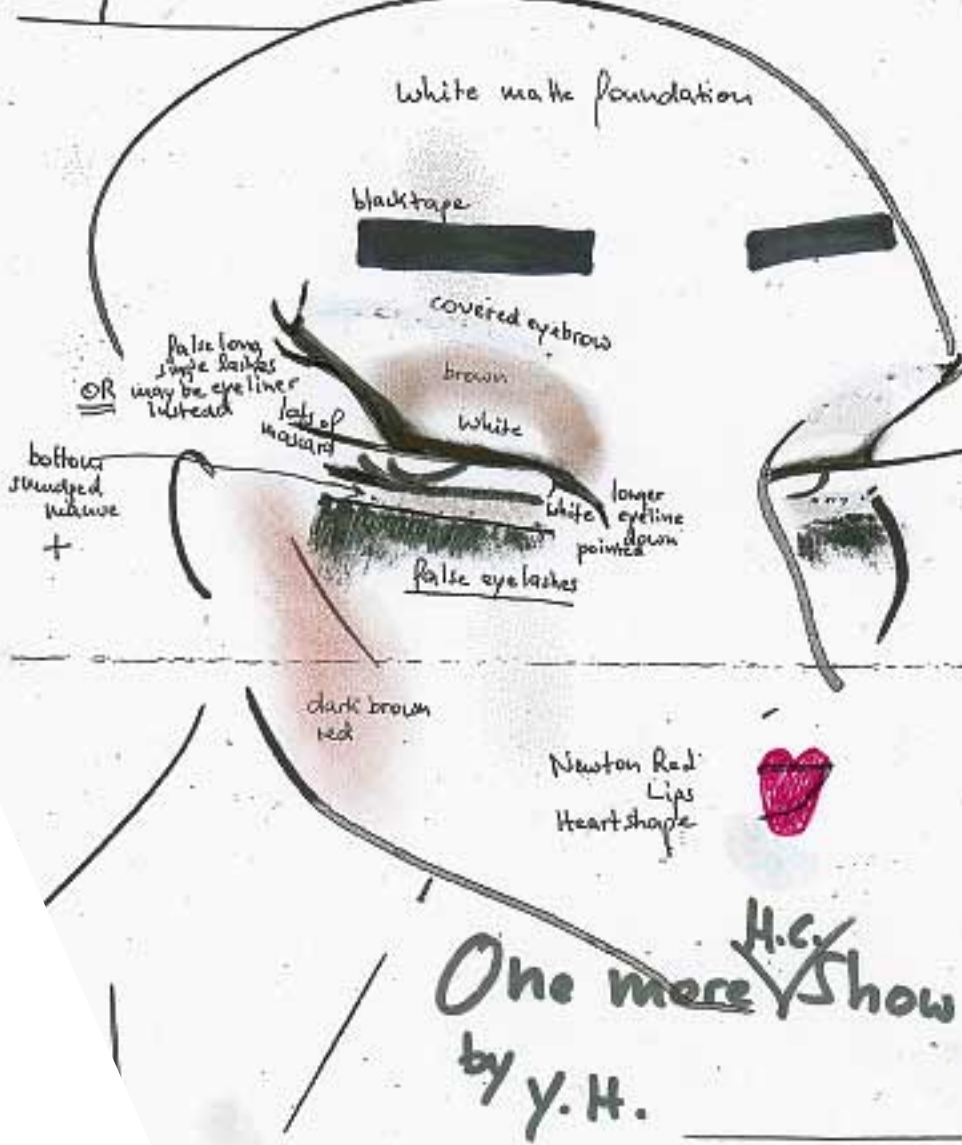
/ MARKO MATYSIK / KÜNSTLER





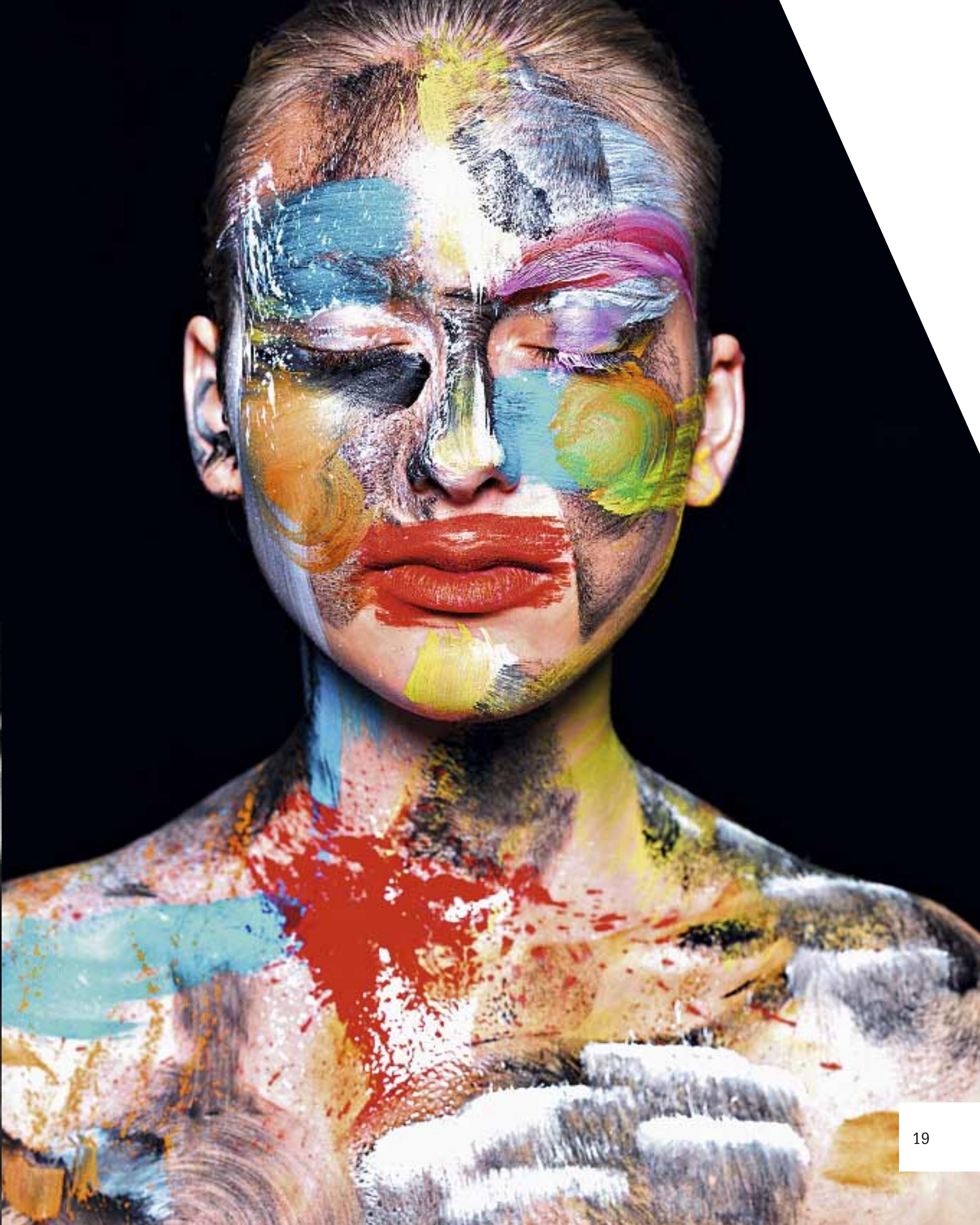
Sanctus





Schönheit entsteht aus Ehrlichkeit und definiert sich permanent neu. Sie kommt von innen, für außen bin ich ja zuständig. Schönheit bedeutet aber nicht Perfektion, denn die kann schnell langweilen und darauf achte ich. Kreativ sein ist die ständige Suche nach Ausdruck und Visionen sowie deren Umsetzung. Inspiration finde ich überall.







/FELIX LAMMERS/ FOTOGRAF





Martina Rink

Fashion Germany

Kreative Stories Trends

Gebundenes Buch mit Schutzumschlag, 208 Seiten, 24x30
400 farbige Abbildungen, 50 s/w Abbildungen
ISBN: 978-3-7913-4888-9

Prestel

Erscheinungstermin: Juli 2014

Die wichtigsten Mode-Persönlichkeiten Deutschlands

Fashion Germany präsentiert die deutschen Stars vor und hinter den Kulissen der internationalen Fashion-Welt. Persönliche Beiträge, exklusive Statements und atemberaubendes Bildmaterial ergeben einen einzigartigen Einblick in die Modewelt.

Die Zeiten, in denen der Mode-Prophet im eigenen Land ebenso wenig galt wie im Ausland, sind längst vorbei: Modeschaffen mit dem Gütesiegel „deutsch“ ist in den letzten Jahren zunehmend begehrter geworden. Labels wie Kaviar Gauche und Lala Berlin sind auf dem heimischen wie auf dem internationalen Markt erfolgreich, und nicht erst mit der Etablierung der beiden Modemessen Berlin Fashion Week und Bread and Butter hat sich Berlin als europäischer Modehotspot durchgesetzt. Fashion Germany stellt die bekanntesten deutschen Mode-Persönlichkeiten vor: Designer, Stylisten, Fotografen, Mode- Ikonen, Hair & Make-up-Experten, Models, Grafiker, Journalisten, PR-Agenten – Protagonisten der Szene, die, egal ob „zu Hause“ oder im Ausland, erfolgreich tätig sind und dabei die Strahlkraft des Labels „Deutschland“ stärken, wie Peter Lindbergh, Michael Sontag, Armin Morbach und Angelica Blechschmidt. Fashion Germany ist ein Bildband der besonderen Art: exklusive Interviews, handschriftliche Beiträge, persönlich ausgewähltes Material, eigens für das Buch geschriebene Texte und Statements sowie hochkarätige Fotografien von Mode-Ikonen wie Wolfgang Joop, Bernhard Wilhelm, Veruschka oder Claudia Schiffer ergeben ein faszinierendes Bild der Modelandschaft Deutschland.