



Die zeitgeistresistente Trendsetterin

Marni gilt als einer der wichtigsten Impulsgeber der Modewelt. Dabei glaubt Designerin Consuelo Castiglioni nicht an saisonale Trends. Vielmehr lässt sie sich von der Kunst inspirieren.

TEXT: STEFANIE SCHÜTTE

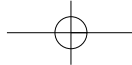
Consuelo Castiglioni hat alles erreicht, was man in der Modewelt erreichen kann. Ihre Entwürfe gehören in die Topriege internationalen Designs, sind absolut eigenständig, wiedererkennbar und bei schönen Frauen begehrt. In eigenen Boutiquen und den angesagtesten Läden auf dem Globus verkauft sie tolle Kleider und Pelze genauso wie Männermode, Sonnenbrillen, einzigartigen Schmuck, Schuhe oder Taschen. Doch anders als John Galliano oder Karl Lagerfeld, Marc Jacobs oder Miuccia Prada ist Castiglioni kein Star. Und der Grund dafür ist ziemlich banal: Sie hat sich niemals darum bemüht, einer zu sein.



Schon ihr Name ist Leuten, die sich ausserhalb der engeren Modezirkel bewegen, wenig geläufig. Ihre Marke dagegen kennt fast jeder: Die in Lugano geborene und aufgewachsene Mailänderin mit chilenischen Wurzeln ist der kreative Kopf von Marni, jenem 1994 von ihr gegründeten italienischen Label, das ähnlich wie Prada unser Gefühl für Farben und Formen nachhaltig verändert hat. Bei Marni passen Dinge zusammen, die man vorher niemals miteinander in Verbindung gebracht hätte. Nilgrün und Gelb, dazu Flieder und Grau als Oberteil und vielleicht noch ein paar rotweisse Sandalen wie in Castiglioni's Frühjahrskollektion 2009.

Schon zu Beginn ihrer Karriere revolutionierte sie die damals als spiessig geltende Pelzmode. Castiglioni, die zuvor als Beraterin ihres Mannes Gianni in dessen Kürschnerbetrieb gearbeitet hatte, präsentierte mit Marni eine ganz neue Art von Fellen: kurz, ultraleicht und toll eingefärbt, hip, jung und modern. «Wenn ich an den Weg denke, den ich zurückgelegt habe», sagt Castiglioni im Bolero-Interview, «dann gab es da verschiedene Stationen. Zuerst meine Art, mit Pelzen und Fell zu arbeiten: Rasiert und ungefütert, habe ich sie wie Stoffe behandelt. Dann gab es die Drucke, die ich von Anfang an selbst entworfen habe – es waren immer ganz exklusive Marni-Drucke. Und es gab die Suche nach einer neuen Silhouette.»

Fotos: Sven Bänziger (1), Getty Images (1), Alessandro Lucioni (1)



«Suche nach einer neuen Silhouette»: Consuelo Castiglioni (links), Marni-Kleid mit selbst entworfenem Druck (Mitte), kunstvoller Marni-Schmuck (oben und rechts).



«Ich glaube, dass die Grenzen zwischen Mode und Kunst heute aufgehoben sind, es ist wunderbar, wie alles ineinanderfließt und die heutige urbane Kultur prägt.»

Bis heute wirken Marnis Schnitte auffallend und ungewöhnlich, die Modemacherin spielt gerne mit Asymmetrien, verschobener Taille und ovalen Formen, ohne dass es irgendwie verkleidet oder unweiblich wirkt.

Wie Miuccia Prada verschiebt auch Castiglioni gerne grafische Muster, als wolle sie allzu Gesetztes, Braves erst einmal gänzlich in Frage stellen, um es dann in eine neue, schräge, doch erstaunlicherweise vollkommen wirkende Harmonie zu bringen. Aber während man bei Prada auch immer gleich an Miuccia denkt, kommt einem Castiglionis Person bei Marni selten in den Sinn. Eher assoziiert man die Kleider mit den Models, die etwas anders aussehen als die klassischen Laufstegmannequins: Milla Jovovich zum Beispiel oder Guinevere van Seenus, beide Marni-Fans. Oder man denkt an den weniger glamourösen und umso sympathischeren zusammengewürfelten Look hübscher Studentinnen, die neben dem Reiz des Besonderen auch eine gute Portion jugendlichen Charme mitbringen.

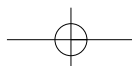
«Ich bin ziemlich schüchtern und reserviert», sagt Castiglioni, die mit ihren aparten südlichen Gesichtszügen, der gebräunten Haut und der schmalen Figur auch ein Model für die eigenen Entwürfe abgeben könnte. «Ich möchte, dass meine Arbeit für mich spricht.» Und das ist tatsächlich der

Fall: Marni wirkt jung und eigenwillig, und gerade durch die Assoziationen, welche die Entwürfe wecken, sagen sie eine Menge über ihre Schöpferin aus. Mit Castiglioni, die zwei erwachsene Kinder hat und mit ihrem Mann Gianni eine skandalfreie langjährige Ehe führt, würde man niemals Begriffe wie «etabliert», «konventionell» oder «bieder» in Verbindung bringen. Oder eben «alt». Dabei kann Marni inzwischen auf eine 15-jährige Tradition verweisen und auf solide althergebrachte Strukturen: Das Haus ist ein Familienunternehmen mit dem Ehepaar Castiglioni an der Spitze – Gianni als CEO, Consuelo als Chefdesignerin.

Vielleicht liegt die Jugendlichkeit der Entwürfe darin mitbegründet, dass einiges im Universum von Marni das Kindchenschema abruft. Die Schuhe gleichen manchmal ein wenig der Fussbekleidung niedlicher Comicfiguren, auf der Marni-Website kann man mit Kinderzeichnungen bedruckte, unglaublich hip wirkende T-Shirts für ein Hilfsprojekt kaufen, zwei virtuelle, superschic angezogene Puppen führen derzeit durch den Online-Store (den im übrigen Castiglionis Tochter Camilla konzipiert hat). Und natürlich erinnert auch der auffallende Marni-Schmuck, mal metallisch klimpernd, mal aus Naturmaterialien gefertigt und mal bunten Plastikwelten entstammend, an die fantastischen Schmuckträume kleiner Mädchen.

Doch nie wirkt dies lächerlich. Die Affinität zur kindlichen Psyche entspricht eher der Auseinandersetzung zeitgenössischer Kunst mit naiven Sichtweisen. In der Tat wurden beispielsweise die «Puppen» im Online-Store in Zusammenarbeit mit dem jungen Videokünstler Rohan Wadham realisiert. Castiglioni beschäftigt sich sehr ernsthaft mit Kunst, und bei jeder Kollektion merkt man, dass dies einem echten ursprünglichen Interesse entstammt und keine aufgesetzte Geste ist. «Kunst inspiriert und emotionalisiert mich», erklärt sie selbst. «In meiner Freizeit gehe ich oft in Museen und Galerien, besonders in die, in denen ich die Werke zeitgenössischer junger Künstler finden kann.» In Castiglionis Entwürfen findet diese Quelle mittlerweile auch direkten Niederschlag – im vergangenen Sommer etwa durch die Arbeiten der «Sonic Youth»-Bassistin Kim Gordon. Gordon hatte Eindrücke aus Konzerten der Band in kunstvolle Aquarelle gebannt, und einige dieser «Faces in the Crowd» fand man nun als Prints in Marnis spezieller «Summer Edition 2009» auf Taschen und Shirts wieder. «Ich glaube, dass die Grenzen zwischen Mode und Kunst heute aufgehoben sind, es ist wunderbar, wie alles ineinanderfließt und die heutige urbane Kultur prägt», meint sie.

Mit Olivier Theyskens haben wir einen Poeten, mit Raf Simons einen Modernisten, mit Hussein Chalayan einen Konzeptualisten, >





«Ich bin ziemlich schüchtern»: Consuelo Castiglioni mit Tochter Carolina (ganz links) und den Models Milla Jovovich und Guinevere van Seenus.

aber die Künstlerin in der Mode, das ist Consuelo Castiglioni», verkündete die Trendexpertin von Bergdorf Goodman, Linda Fargo, im vergangenen Jahr im Branchenblatt «Women's Wear Daily». Wonach viele ihrer Kollegen so verzweifelt streben, nämlich vom Modedesigner zum Künstler zu werden, das scheint Castiglioni zu gelingen. Möglicherweise hilft ihr dabei sogar, dass sie gar keine gelernte Designerin ist, sondern eine Aussensicht auf die Mode übertragen kann. «Ich lasse mich von dem, was mich umgibt, inspirieren», erzählt Castiglioni. «Von der Natur, ihren Farben und Formen, von der Kunst oder von einem bestimmten Ort, seiner Kultur

«Ich lasse mich von dem inspirieren, was mich umgibt. Von der Natur, ihren Farben und Formen, von der Kunst oder einem Ort, seiner Kultur und Tradition. Inspiration ist ein Gefühl.»

und Tradition. Inspiration ist ein Gefühl.» Diese Offenheit trägt sie zu immer neuen Ufern. In der aktuellen, hochgelobten Herbst-/Winterkollektion wirken die Entwürfe zurückgenommener, eleganter und ein wenig erwachsener als sonst. Der Schmuck spielt eine grosse Rolle. Unglaublich erlesen erscheinen Colliers und Armbänder aus Atlasseide, besetzt mit Blüten aus Horn, Splittern aus Smaragd, Amethyst oder Pyrit, Perlen und goldgefassten Keramikelementen. «Sie erinnern an die grossen und wertvollen Schmuckstücke alter Zeiten», präzisiert Consuelo Castiglioni.

Bei aller Kostbarkeit scheint aber auch bei dieser neuen Art von Marni-Schmuck der typische Stil des Hauses, die Verspieltheit, die Suche nach neuen Formen, Witz und Jugendlichkeit durch. Der Abstand, den die Designerin zur Modeszene hält, ermöglicht ihr, ihrer Linie treu zu bleiben. Gerade weil sie ein normaleres, bodenständigeres Dasein führt und ihre freie Zeit am liebsten lesend, schlafend oder in entspannter Gesellschaft von Familie und Freunden auf der trendresistenten Insel Formentera verbringt, denkt Castiglioni in anderen Kategorien. Und so möchte sie Mode unabhängig von saisonalen Tendenzen schaffen. «Ich stelle mir gerne vor, dass meine Kleider auch nach längerer Zeit aktuell bleiben.»

Wo zu kaufen Seite 152.