Der Unbeirrbare

Im Vergleich zu dem, was wir heute vielerorts in der Männermode sehen, erscheint uns Tom Ford wie ein Klassiker aus einer vergangenen Zeit. Doch er ist viel mehr als das.

Text
ANN-KATHRIN RIEDL

Fotos
RICHARD KERN

Styling
SINA BRAETZ

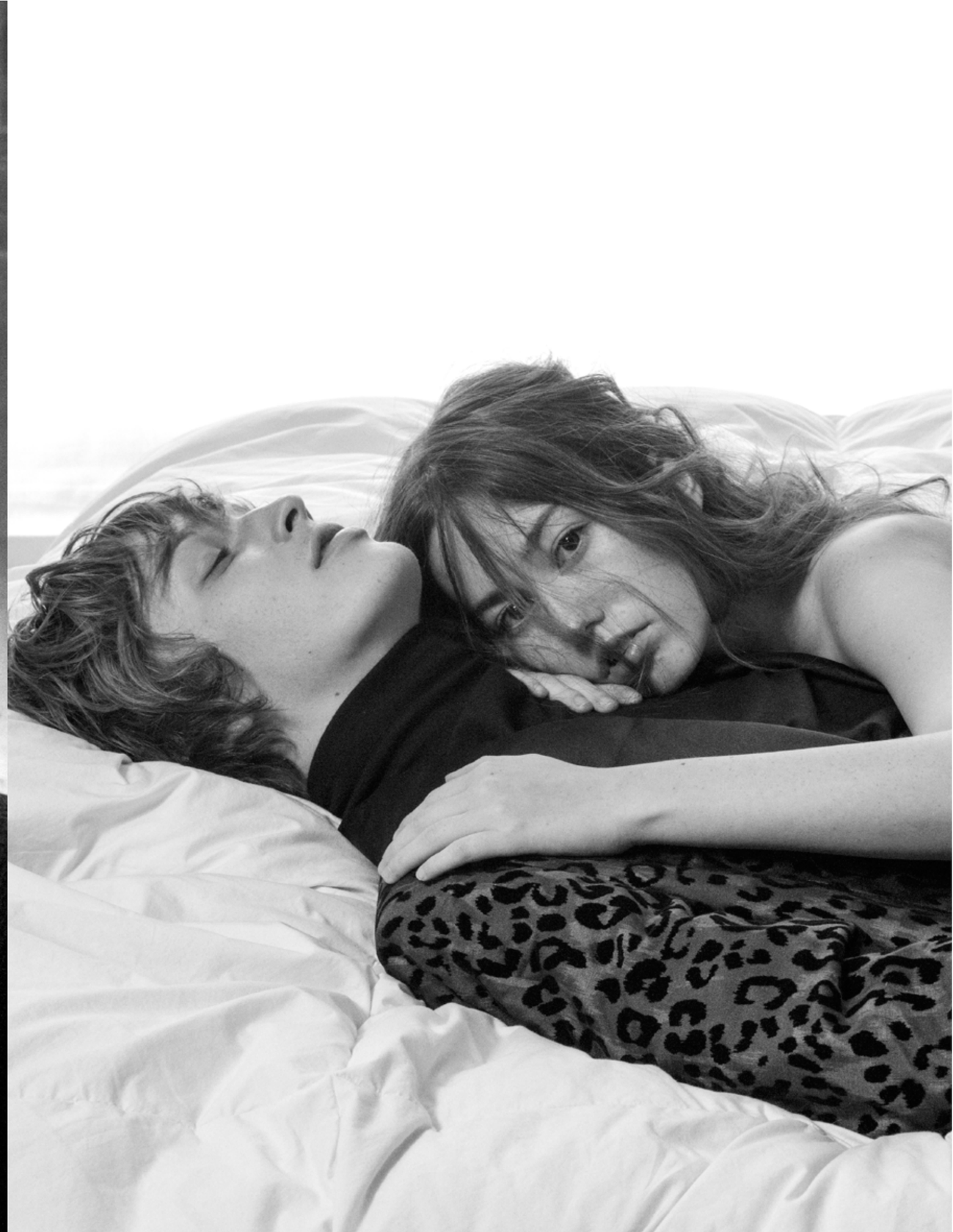
Er hasse das Wort Maskulinität, sagte Tom Ford unlängst beim Launch seines neuen Dufts *Noir Anthracite*, von dem einige Journalisten schon im Vorfeld schrieben, dass er zu blumig sei, als dass ihn Männer tragen könnten. „Warum sollten Männer nicht nach Rosen riechen dürfen?“, lautete Fords Gegenfrage. Allein an diesem Beispiel zeigt sich vieles von dem, was ihn als Designer auszeichnet. Männer müssen im Kosmos des Tom Ford niemals dieses oder jenes tun und tragen, oder dieses und jenes unterlassen, um echte Männer zu sein. Sie sind es ohnehin. Männlichkeit ist für sie ein In-Sich-Ruhen. Die Selbstgewissheit, immer Mann zu sein, auch wenn man von Zeit zu Zeit die Regeln austestet, die unsere Gesellschaft dafür aufgestellt hat.

Die Art und Weise, wie Tom Ford für Männer entwirft – ob Düfte oder Mode – ist feinsinnig und vielschichtig. Wohl auch deshalb hat er die Erscheinung des modernen Mannes geprägt wie kaum ein anderer Designer: 1994 wurde er Kreativdirektor bei Gucci, einem damals zutiefst altmodischen Label kurz vor dem Bankrott. Tom Ford machte die Marke wieder groß, engagierte Mario Testino und Carine Roitfeld für die Kampagnen des Hauses, eine sexuell aufgeladener als die andere. Und er zeigte Männer anders, als man es bis dahin gewohnt war. In eng geschnittenen Anzügen, mit einem Sexappeal, der den Betrachter förmlich umhaute. Männer waren bei ihm nicht mehr nur Begehrende, sondern selbst Begehrte. Hedonisten, die von einem Exzess zum nächsten eilten und sich nicht darum kümmerten, was andere von ihnen denken könnten. Vieles von dem, was er sie tragen ließ – farbigen Samt, Jacquard, Blumenmuster und nackte Füße in Slippern – ist in den Kollektionen seines Nachfolgers Alessandro Michele zu sehen, den Ford 2000 in sein Atelier holte und der heute für Gucci ebenfalls Milliardenumsätze erzielt.

Dennoch könnte der Unterschied zwischen den beiden Designern nicht größer sein. Tom Ford hat die Freiheit in der Männermode erkämpft, die nötig war, damit Designer wie Michele Erfolge feiern können. Er zeigte Männer nie als Halbwesen zwischen den Geschlechtern. Sondern als Männer, die so sehr Mann waren, dass daran niemals ein Zweifel bestand, auch wenn sie mit noch so vielen Regeln der klassischen Männermode brachen. Um die Erotik in seinen Entwürfen zu verstehen, musste man nie um die Ecke denken. Auch spielte er nie mit dem Hässlichen, dem Absurden, wie es so viele andere Designer tun. „Heute wird Mode so sehr übertrieben, dass sie nach Kostümen aussieht“, kritisierte er unlängst in einem Interview mit *Business of Fashion.*

Vielleicht lassen ihn solche Äußerungen in den Augen mancher wie aus der Zeit gefallen erscheinen. All die Unsicherheit, all das Hinterfragen, das „Mannsein“ heute scheinbar mit sich bringt und das auch auf dem Laufsteg verhandelt wird – Tom Ford scheint davon unangetastet. Er zeigt Männer nicht innerlich zerrissen, er gibt sie niemals der Lächerlichkeit preis. Und ist vielleicht gerade deswegen so erfolgreich wie nie zuvor. Es mag sein, dass er mit den Kollektionen, die er für sein eigenes Label entwirft, nicht so viele Schlagzeilen macht wie es andere Designer im Moment tun. Aber die Zahlen sprechen für sich. Unlängst wurde bekannt, dass das Label Tom Ford bald zu den fünf umsatzstärksten Luxushäusern der Welt gehören könnte, 2017 kratzte es an der Zwei-Milliarden-Marke. Das zeigt uns: Männer wollen sich eben nicht mehr in enge Regeln zwängen lassen, doch sehnen sie sich deshalb nicht automatisch nach Rüschenblusen. Bei Tom Ford werden die fündig, die nicht nach Experimenten und Metaebenen suchen. Sondern nach Unbeirrbarkeit.

Uhr
OCTO FINISSIMO
BULGARI



Panties
LA PERLA

A l l e L o o k s:
Tom Ford Herbst/Winter 2017/18

H a i r: Moiz Alladina at the wall group mit
Produkten von Leonor Greyl
M a k e - u p: Maki H at the wall group mit
Produkten von Chanel
F o t o a s s i s t e n z: Wade Oates
S t y l i n g a s s i s t e n z: Marisa Ellison

M o d e l s: Lucas Jaden Satherley at img
Taylor Jeanne at no agency nyc

Ein besonderer Dank gilt
dem ANDAZ 5th Avenue für die
freundliche Unterstützung.