

Seemannsgarn

Im französischen Seebad Deauville eröffnete Coco Chanel einst ihre erste Boutique. Hier in der Normandie begab sich die Pariser Eleganz auf Sommerfrische. Eine Spurensuche

VON BETTINA HAGEN

Morgens um sieben Uhr sieht man sie am Strand von Deauville: Jockeys in bequemen Reiterhosen und kurzen Jacken, die bei Ebbe auf ihren Edelhengsten im vollen Galopp durch das Watt jagen, bevor sie wieder in den Ställen der beiden Rennbahnen verschwinden. Ob Pferderennen oder Poloturniere, Segeln, Tennis oder Golf, das französische Seebad Deauville ist ein Ort des Sports. Und es ist vor allem noch eines: ein Ort der Mode, der seit seiner Gründung vor 160 Jahren immer wieder Couturiers anzog, wie die junge Hutmacherin Gabrielle Chanel, die an der normannischen Küste Modegeschichte schreiben sollte.

Deauville ist auf dem Reißbrett geplant. 1859 kauft Herzog Charles de Morny, ein Halbbruder Napoléons III., das Sumpfgebiet am Ärmelkanal, um dort ein Sommerdomizil für die wohlhabende Pariser Gesellschaft zu errichten. In nur vier Jahren entstehen eine Eisenbahnverbindung ins 172 Kilometer entfernte Paris, Jachthafen und Pferderennbahn sowie großzügige Villen im schwarz-weißen normannischen Fachwerk, die charakteristisch sind für die Bäderarchitektur an der Côte Fleurie. Mit dem Bau des Casinos samt Restaurants, Bars und Rokokothater im Jahr 1911, den Luxushotels „Le Normandy“ und „Le Royal“ ist Deauville nicht mehr nur für den Pariser Geldadel en vogue, sondern auch für Künstler wie Josephine Baker, den Maler Eugène Boudin, Gustave Flaubert oder Arthur Rubinstein.

Jeanne Paquin, zu Beginn des 20. Jahrhunderts als erste weltweit erfolgreiche Modeschöpferin eine Pionierin mit Boutiquen in Frankreich, London, Buenos Aires und Madrid, lässt sich 1910 die Villa „Les Abeilles“ in Strandlage bauen; kurze Zeit später kommt auch Coco Chanel mit ihrem Lebensgefährten Boy Capel. Für die sport- und pferdebegeisterte Chanel, die sich mit ihrem Hutgeschäft in der Pariser Rue Cambon bereits einen Namen gemacht hat, ist Deauville ein Ort der Entspannung und gleichzeitig wichtige Inspirationsquelle. Das Meer mit seinen endlos langen Sandstränden, die Weite des blauen Himmels, Fischer, Matrosen, Reiter, Pferderennen und Polospiele werden für sie Motor und Quelle einer neuen sportlichen Mode für Frauen.

Sie sieht die in schweren Belle-Époque-Kleidern und Korsetts verschnürten Damen auf der 643 Meter langen Holzpromenade flanieren und in langen Gewändern nur bis zum Knöchel im Wasser stehend. Ohne jegliche Bewegungsfreiheit. Und sie sieht die praktische Kleidung der Seeleute und Sportler, luftige Matrosenhemden, weite Hosen, bequeme Pullover. Finanziell gefördert von Boy Capel eröffnet Chanel 1913 an der Außenseite des Hotels Normandie ihre erste Modeboutique unter ihrem eigenen Namen. Neben Hüten und Accessoires wird sie dort von der Männermode inspirierte, legere Sport- und Badekleidung für Damen anbieten, die als „Deauville-Schick“ in die Modegeschichte eingeht.

Chanel experimentiert mit Materialien, gilt als Erfinderin des ersten Badeanzugs aus elastischem Material, der sportliches Schwimmen ermöglicht. Sie befreit Frauen aus ihren engen Korsagen, gibt ihnen Bewegungsfreiheit und stellt damit das gesellschaftliche

Frauenbild grundsätzlich infrage. Dass sich geschlechtliche Rollenbilder und Emanzipation auch in Kleidung und Aussehen spiegeln, ist ihr bewusst. Sie verkörpert es selbst, das neue Frauenbild, trägt ganz selbstverständlich Hosen, Kurzhaarfrisur und lässt Gesicht und Körper von der Sonne bräunen. Es entsteht das blau-weiße Ringelshirt, das heute in kaum einem Kleiderschrank fehlt und Inbegriff des maritimen Looks ist. Weite Röcke mit großen Taschen, bequeme Matrosenhosen, Hemdblusen, Poloshirts und luftige Pullover kommen ins Sortiment. Von der Firma Rodier kauft sie einen Restposten Jersey, das bis dahin für Männerunterwäsche bestimmt war, und produziert daraus Kostüme und Kleider, auch aus Flanell, traditionell Stoff englischer Männerkleidung. „Man soll arbeiten, dann spielen, sich entspannen, schwimmen, angeln, eine Runde Golf oder Tennis spielen, ins Freie gehen und sich an Luft und Sonne freuen“, wird sie später im Interview mit der amerikanischen Schriftstellerin Djuna Barnes sagen und damit ihre Lebens- und Modephilosophie beschreiben.

Das Ladengeschäft von Chanel gibt es heute nicht mehr. An der Fassade ist ein von Karl Lagerfeld gezeichnetes Porträt der Modeschöpferin als Gedenktafel angebracht, eine eher übersichtliche Anerkennung durch die Stadt. Nur wenige Meter weiter ist ein ganzer Platz nach Yves Saint Laurent benannt, als Dank dafür, dass er Ende der 1970er die Renovierung einer Kirche mitfinanzierte. Laurent hatte mit seinem Lebensgefährten Pierre Bergé eine Villa nahe Deauville, die er aufsuchte, wenn ihn Ängste und Depressionen quälten.

Noch immer kommen an den Wochenenden Besucher aus der französischen Hauptstadt, was dem Ort frühzeitig den Spitznamen „21. Arrondissement von Paris“ eingebracht. Die Vielzahl der hochpreisigen Modeboutiquen wie Hermès oder Louis Vuitton lassen erahnen, dass es sich um eine kaufkräftige Klientel handelt. Auch die Dependence der französischen Kaufhauskette Printemps beherbergt ein Who's who der angesagten Designerlabels. Gleichzeitig ist das Publikum durchmischt. T-Shirts, kurze Hosen und Badelatschen prägen das Bild auf der Promenade, deren häufig fotografierte Strandkabinen die Namen berühmter Hollywoodschauspieler und -regisseure tragen. Dahinter liegt die Strandanlage aus dem Jahr 1923, eine Nachbildung der Bäder von Pompeji. Auf den ersten Blick ziemlich in die Jahre gekommen, ist sie mit ihren Säulengängen, Springbrunnen und mosaikverzierten Badebänken ein beliebter Ort für Modeshootings. Gleiches gilt für den breiten Sandstrand mit seinen bunten Sonnenschirmen, die zum Markenzeichen geworden sind.

Gerade erst inszenierte dort Peter Lindbergh mit „Vogue“-Chefredakteurin Christiane Arp eine Fotostrecke zu den letzten Lagerfeld-Kollektionen für Chanel und Fendi. Zufällig war die Wahl nicht: Lindbergh nutzt den Strand regelmäßig für Aufnahmen; und Arp kehrte dorthin zurück, wo sie ihre erste Fotostrecke mit Karl Lagerfeld produzierte. Auch wenn sich die Stadt heute eher als eine Kulisse für Mode zeigt, der Mythos hat überlebt. Eine Boutique von Chanel sucht man in Deauville allerdings vergeblich.



Die Jockeys vor den Augen, den Wind um die Nase und den Ruhm am Horizont. Coco Chanel, noch ohne Perlenketten, vor ihrem Salon in Deauville. Unten: Nur eine von Karl Lagerfeld entworfene Gedenktafel erinnert noch an Chancels Wirken in dem Küstenort.

Foto: Villa de Deauville: Bettina Hagen, agence

BERLINER STIL

„Eigentlich wollte ich nur ein Abenteuer erleben und mein Deutsch verbessern“, erzählt die junge taiwanesisches Modedesignerin Wen-Ting Chen. In Berlin an der Modeschule Esmo veränderte dann die Auseinandersetzung mit dem Thema Nachhaltigkeit ihr Leben. „Sustainability ist schwer zu übersetzen ins Chinesische. Ich habe viel darüber nachgedacht, was sie in meiner Kultur bedeutet.“ Auf diesen Überlegungen gründet ihr Label „Sekundär“. Für Wen-Ting Chen ist Nachhaltigkeit nicht die Suche nach innovativen Produkten und Techniken. Es geht ihr nicht allein um den Schutz der Umwelt, sondern auch um die mentale Verschmutzung, um eine achtsamere Geisteshaltung. Ihre Antworten fand sie in der chinesischen Philosophie des Dao. „Wir glauben, dass in allen Dingen eine Seele wohnt. Wenn du mit der Umwelt, aber auch deinen Sachen sorgfältig umgehst, bekommst du Gutes zurück und es entsteht eine emotionale Beziehung. Wir gehen sorgfältiger mit unseren Dingen um und haben länger etwas davon“, sagt sie. „Im Dao finden das Thema Nachhaltig-



Perfekt imperfekt. Kein Schmuckstück von Sekundär gleicht dem anderen.

Zur zweiten Natur werden

keit und meine Kultur zusammen.“ Auch wenn Wen-Ting Chen die Berliner für sehr offen und bewusst in ihren Kaufentscheidungen empfindet, macht sie sich Gedanken, wie sie ihren philosophischen Ansatz vermitteln kann. Vor das Abenteuer

einer eigenen Modelinie hat sie deshalb eine Schmuckkollektion gestellt, die ihren Ansatz vom „perfekten Imperfekten“ verdeutlichen und so eine Vermittlerfunktion einnehmen soll. Kunstvoll getrocknete Blüten überzieht sie Schicht für Schicht mit Kunstharz, bis sich daraus zarte Schmuckstücke gestalten lassen. Kein Stück, aber auch kein Paar ist gleich. So soll sich ein feiner Bogen spannen von der Auswahl des Rohmaterials aus der Natur über die Handwerkskunst, die nach daoistischer Sichtweise die Seele der Materie lebendig macht, bis zur Auswahl durch die Kundin. Sie allein weiß, warum sie sich für ein bestimmtes Schmuckstück entschieden hat und warum es für sie über den Materialwert hinaus wertvoll ist. Das ist kein Schmuck, um modisch die Nr. 1 zu werden, sondern um einen Schritt zurückzutreten, innezuhalten und zu genießen. ipa

— Den Schmuck von Wen-Ting Chen gibt es online auf www.sekundar.com und im Studio 183 in der Brunnenstr. 183 in Mitte oder im Bikini Berlin in Charlottenburg.

ANZEIGE

Großer SSV
vom 29.07.19 – 10.08.19

Einzelteile bis zu 70 % reduziert.
Wir freuen uns auf Ihren Besuch!
Ihr Pelz-Hoppe-Team!

Alt-Tempelhof 61 · 12103 Berlin · Tel./Fax 030/751 7209
www.pelzhoppe.de

Hochwertiger Strick - für heiße Sommer

mia mai
made in germany

MIA MAI Berlin
am Meyerinck Platz
Clausewitzstr. 1
10629 Berlin
Tel. 030 88 77 48 94

Mo - Fr 11 - 18 Uhr
Sa 12 - 18 Uhr

www.mia-mai-germany.de