

Fabian Hart. Dieser Name klingt nach Testosteron, Arm-drücken und kühlen Blicken. Das soll auch so sein. Fabian Hart ist einer der wenigen Männer in Deutschland, die hauptberuflich bloggen. Rotzig, cool und mit einem Touch Tiefgründigkeit kommentiert der 30-Jährige „Moden und andere Ausdrucksmedien“. Seine Outfit-Posts sind eine Mischung aus urbanem Schnappschuss und High-Fashion-Editorials. Er schreibt Kurzgeschichten und bebildert seine Musikrubrik „Hartbeats“ mit einer vollgepinkelten Unterhose. Das wirkt herrlich unangepasst und ist in Wirklichkeit gut durchdacht.

Fabian Hart, der eigentlich Fabian Kölmel heißt, hat in der Modewelt schon diverse Rollen verkörpert: Als 16-Jähriger startete er als Model durch, studierte später Journalismus und arbeitete unter anderem als Redakteur für das Männermagazin GQ Style. Heute ist er Dozent für Modejournalismus an der Akademie Mode und Design (AMD) und avanciert für sein Fashionblog zur Kunstfigur von nebenan.

Gemeinsam mit Anna Wegelin, ebenfalls Modebloggerin (Seite 33), hat Hart ein Büro in einer Medienagentur gemietet. Vorher arbeitete er von zuhause aus. Das war keine gute Idee: „Ich saß oft noch um 15 Uhr in Jogginghose mit ungeputzten Zähnen umgeben von Kaffeetassen vor dem Computer und habe getwittert.“ Das neue Büro im Pressehaus am Speersort ist nun das physische Zuhause seines Blogs. Seitdem läuft der Betrieb seiner Ein-Mann-Redaktion reibungslos.

Den Schreibtisch dominiert sein riesiger Apple-Rechner. Wenn er die Bilder des letzten Fotoshootings sichtet, verschwindet sein Kopf vollständig hinter dem Bildschirm. Die Fotos zeigen Fabian Hart, wie er auf einer Tischtennisplatte liegend oder auf der Pausenbank sitzend mit gespreizten Beinen in die Kamera starrt. Als Kulisse diente das Hamburger altsprachliche Gymnasium Christianeum mit seiner 70er-Jahre-Architektur. Provokation ist Tagesgeschäft. Der Blogger ist immer sein eigenes Model. Die Kamera bedienen bekannte Modefotografen wie Roman Rätzke und Ben Lamberty oder „Officemate“ Anna Wegelin. Themen recherchieren, Kooperationen mit Labels aushan-

LOOK at my blog, bitch!

Fashionblogger

Aus Modetagebüchern sind professionelle Onlinemagazine entstanden. SZENE HAMBURG sprach mit Hamburgs jungen wilden Bloggern

► Text: Lena Frommeyer

deln, Fotoshootings durchführen, Bilder bearbeiten, Beiträge publizieren, über Social-Media-Kanäle Reichweite erzeugen ... Wer professionell bloggt, hat viel zu tun. „Von der konservativen Presse wurden wir lange als Zirkusclowns wahrgenommen, die sich im Internet selbst darstellen“, fasst Fabian Hart zusammen. Mittlerweile ist Blogging eine etablierte und fast schon solide Art und Weise der Publikation.“ Erfolgreiche Blogs wie Fabianhart.com haben einen durch und durch magazinigen Charakter. Die neue Professionalität macht Blogging zu einem lukrativen Geschäft. Labels nutzen angesagte Blogs als Werbefläche und setzen als „Kooperationspartner“ auf die Kreativität der Blogger. Wie bei der aufwendig produzierten Multimedia-Fashion-Story, die im Rahmen eines Deals zwischen Hart und dem Modelabel Diesel entstanden ist. Der Blogger erhielt Summe X, durfte sich Outfits aussuchen und organisierte ein Shooting im Hamburger Hafen. Das Ergebnis veröffentlichte er als Advertorial unter dem Schlagwort „Treibstoff“.

Hart will ernstgenommen werden. Auch von den Labels, deren Mode er vorstellt. „Ich bin kein Marketingtool. Du kannst mir nicht einen Pulli schicken und der landet automatisch auf meinem Blog.“ Er bekommt viele Anfragen. Bezahlte Inhalte werden als solche gekennzeichnet und auch wenn Geld fließt, stellt er nur Labels vor, die er gut findet. So machen das nicht alle Blogger. Generell haftet dem Geschäft, bei dem Labels zahlen und Blogger schreiben ein fauler Beigeschmack an. Können Blogger authentisch sein, wenn Geld bei der Berichterstattung eine Rolle spielt?

Juliane Diesner bejaht das – „aber nur, wenn man sich an die Regeln hält“. Die 26-jährige Studentin veröffentlicht auf Styleshiver.blogspot.com romantische Outfit-Posts, Reiseberichte und Beauty-Tests. Diesner bloggt nebenberuflich – eigentlich studiert sie Literaturwissenschaften, wird aber bereits von der Agentur „Cover PR“ vertreten, die sich darauf spezialisiert hat, Unternehmen den Zugang zu Blogs zu verschaffen. „Die übernehmen den Kontakt zu Kunden, Labels oder der Presse und werden anteilig für Deals bezahlt.“ Beispielsweise, wenn eine bestimmte Handtaschenkollektion gegen Bezahlung im Shooting eine

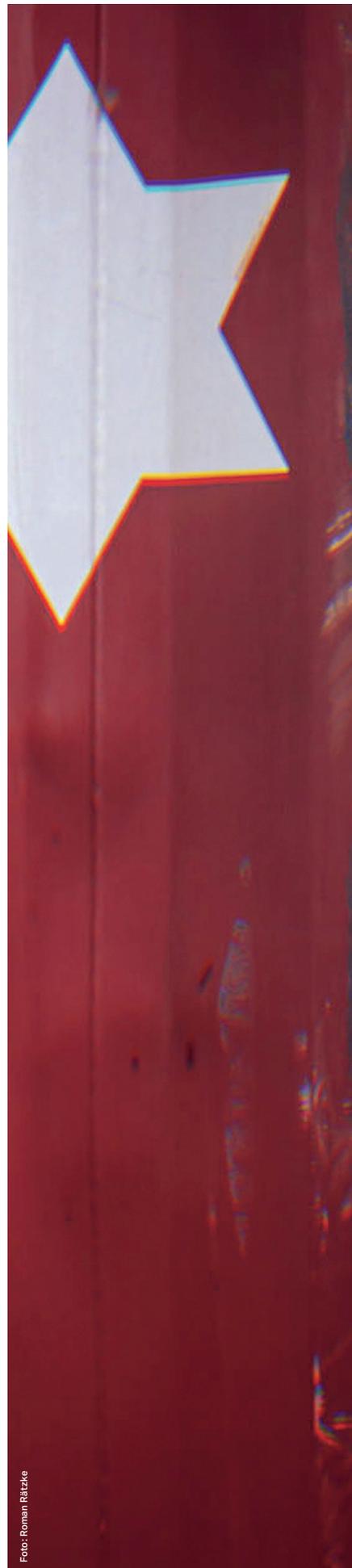


Foto: Roman Rätzke

A man with short dark hair and a goatee is shown in profile, looking upwards. He is wearing a blue denim jacket with a black leather collar and shoulder patches, heavily decorated with silver studs. The background is a textured, dark red wall.

„Mode ist
nicht nur
Fashion,
sondern
Kultur“

Fabian Hart (30) war früher
Model und Redakteur
– heute bloggt er.
www.fabianhart.com

besondere Rolle innehat. Auf den Fotos spielt die Bloggerin mit der Kamera, hinter der meistens ihr Freund Goekhan Tas steht. Sie trägt eine Mischung aus High Brands und bezahlbarer Streetwear. Als Kulisse dient die Speicherstadt, an deren Übergang zur HafenCity das Paar lebt. Ihre Wohnung in einem der modernen Neubauten sieht aus, als sei sie einem Interieur-Katalog entsprungen. Modernes dänisches Design kombiniert mit Möbelerbstücken. Am Fenster steht ein großer, runter weißer Tisch. Darauf: ein Handgranaten-Milchkännchen aus Porzellan, frische Schnittblumen und goldene Teelichterschalen. Hier sitzt die Bloggerin in der Sonne an ihrem MacBook, sortiert Fotos und postet neue Einträge.

Nur noch ein Semester, dann schließt Juliane Diesner ihr Studium ab. Sie will sich anschließend voll auf das Blog konzentrieren und damit ihren Lebensunterhalt verdienen. Aber die Konkurrenz schläft nicht. Es gibt zwar klare Regeln auf dem Bloggermarkt, die werden aber oft gebrochen. Der Erfolg von Blogs wird an ihrer Reichweite gemessen. Ein Indikator ist unter anderem die Anzahl an Facebook-Fans und Twitter-Followern. „Es gibt leider viele Blogger, die sich Fans und Follower über spezielle Anbieter kaufen“, erklärt Juliane Diesner.

Darüber hinaus ist Unauthenticität Gift für den Ruf der Branche. „Wer fragwürdige Produkte gegen Geld präsentiert oder bei Shows nur damit beschäftigt ist, Selfies zu schießen anstatt die Kollektion zu genießen, wirft ein schlechtes Licht auf Blogger.“ Deshalb sprächen einige heute lieber von ihrem Online-magazin statt von ihrem Blog.

Der Unterschied zum klassischen Journalismus ist, dass beim Bloggen der Autor als Person im Mittelpunkt steht – als Model, Meinungsmacher, Trendsetter. Manche sprechen von der Selbstdarstellungssucht der Blogger. Fabian Hart ist genervt von dieser Diskussion. „Man würde niemals einem Musiker unterstellen, er wäre selbstdarstellerisch veranlagt, nur weil er in seinen Videos mitspielt.“ Die Selbstinszenierung entspräche dem ursprünglichen Charakter von Blogs, die als eine Art Tagebuch starteten. „Wer will schon ein Tagebuch lesen, in dem der Autor nicht vorkommt?“ ●

● www.styleshiver.blogspot.com



„Es ist fast unmöglich, nicht auf dem Laufenden zu sein“

Vicky Wanka (26) führt ein authentisches Style-Tagebuch. Ihre Bilderserien zeigen sie in modischen Outfits auf der Straße, im Park oder Wohnzimmer. Kombiniert sind die Fotos mit Texten zum Alltag und der aktuellen Gefühlslage der Autorin sowie der Info, welches Kleidungsstück von welchem Label stammt. www.vickysmodeblog.com



„Mode findet überall statt.
Ob nun
High-End
oder
Flohmarkt“

Anna Wegelin (28) Die Fotografin inszeniert regenbogenfarbene Sandalen zur Rainbow-Kickass-Parade, schnitzt „Fuck Yeah“-Parolen in Zucchini und unterschreibt ihre Outfit-Posts mit Statements wie „I'm from Hamburg ya bishes“.
www.lachsbroetchen.blogspot.com



„Ich blogge vom Sofa
aus, umgeben von
Freitags-
Blumen
und skandinavischer
Deko ...“

Katharina Charpian (27) besucht für ihren Blog gerne Fashion Weeks und lässt sich auf Instagram durch Modeschnapshotschüsse inspirieren.
www.iloveponysmag.com

„Wer nicht in
Model-
city
wohnt,
trägt nicht
Größe Null.“

Anna Frost (28) zeigt, wie neue Kollektionen am „Mädchen von nebenan“ aussehen.
www.fashionpuppe.com



„Blogger sind schneller als
Magazine.
Und Fashionvictims
brauchen
schnell neuen Stoff“

Aimee Le Forain (21) ist Video-Bloggerin und spricht in ihrem Wohnzimmer über Make-up, Flechtfrisuren und DIY.
www.youtube.com/aimeeleforain



Weitere Modeblogs aus Hamburg: www.fashionjunk.de | www.4pigeons.de