

Dieser Dandy ist Kenias modische Avantgarde

Text **Julia Amberger**

In Nairobi erfindet das Label Genteel die Herrenmode neu. Gründer **Sam Jairo Omino** will aber viel mehr: Es geht ihm um die Wiederentdeckung des modischen Erbes seines Landes



Motorradtaxis wirbeln den Staub draußen auf Nairobis Straßen in die Nacht, während drinnen, in einem mit Fischgrätparkett ausgelegten 80-Quadratmeter-Dachgeschoss die kenianische Modcommunity Cocktails schlürft. 60 Designer, Techies und Modedefreaks sind an diesem Abend in den direkt neben einem Fünfsternehotel gelegenen Metta Hub gekommen, um über Männermode zu diskutieren: die Frauen lässig mit Undercut und rot oder gelb gefärbtem Haar, dazu Kreolen, Lederjacke und Chinos. Die Männer etwas strenger, Hemd und Sakko, einer trägt sogar einen Hut.

Gebannt blicken sie auf das Podium, denn heute ist Muriuki Kagiri, ein berühmter Modeblogger, zu Gast. Der 25-Jährige trägt einen navyblauen Anzug mit Blüte am Revers, dazu gepunktete Socken. „Der kenianische Mann orientiert sich am Westen, er will sich modern kleiden, gut riechen“, sagt er. Der Typ neben ihm auf dem Podium, Sam Jairo Omino, 24 Jahre alt, trommelt mit seinen Fingern auf den Knien und schiebt seine Hornbrille auf die Nase. In ihm brodeln es, aber er beherrscht sich. Omino will nicht einfach nur möglichst westlich sein. Genau dagegen kämpft er an. Denn er hat eine Mission: Er will einen Look für Männer kreieren, der sich aus den Wurzeln und der Geschichte seines Landes speist. Und er will mit seinen Kreationen nicht bloß Kenia, sondern auch den europäischen und amerikanischen Markt erobern. „Unser Land besteht aus mindestens 44 verschiedenen Kulturen“, sagt er, leise, aber deutlich. „Jetzt ist die Zeit gekommen, diesen Kulturen auf den Grund zu gehen und daraus etwas Neues zu entwickeln.“

Mode als Berufung

Omino ist Designer, Absolvent der Strathmore Business School und Geschäftsführer der Modemarke Genteel. Seit der Gründung im Juni 2016 hat er über 120 Maßanzüge verkauft. Für durchschnittlich 300 Dollar pro Stück, was Omino und seinem Schneider bereits ein angenehmes Einkommen sichert. Dabei hatte alles viel einfacher angefangen. In der Schule dealte Omino mit Secondhand-Krawatten, da war Mode für ihn noch Spaß. Heute ist daraus eine Berufung geworden. Omino hat mittlerweile eine eigene Vorstellung entwickelt, wie Männer in Kenia gekleidet sein sollen, und daraus ein Geschäft gemacht, das außerdem ein wirtschaftliches Problem des Landes angeht: 130 000 Schneider und Textilarbeiter ohne Job gibt es laut der Entwicklungsorganisation Hivos in Kenia. Mit nur 25 Prozent dieser Arbeitskräfte könnte man einen Markt schaffen, der in die ganze Welt exportiert, glaubt Omino.

Zwei Tage vor dem Fashion-Event sitzt Omino etwas steif und konzentriert auf der Terrasse des Metta Hubs mit Blick über die Mango- und Baobabbäume des Stadtparks Arboretum. Hier hat er sein Büro, hier entwirft er seine Anzüge. Er trägt graue Bügelfaltenhosen, Hemd und ein Gilet. Omino ist konservativ,

von Montag bis Freitag kleidet er sich formell – und er fällt gerne auf: Der Rücken seines Gilets ist mit kaminroter Seide überzogen, die Absätze seiner Lederschuhe leuchten rot.

Sam Jairo Omino wuchs mit zwei Schwestern und einem Bruder im Arbeiterviertel Eastlands auf, von dessen Hauptstraße nur mal staubige, mal matschige Nebenstraßen abgehen. Aufstrebende Mittelschicht, Afternoon Tea, Faszination für Elefanten und Giraffen. Seine Eltern arbeiten hart, damit sie den Kindern in den Ferien die Nationalparks zeigen können. Omino spielt gerne Fußball. In Gikomba, dem größten Gebrauchtgütermarkt von Nairobi, besorgt er Fußballschuhe für sich und seine Freunde.

Genau dort wird er mit knapp 20 auch seine erste Krawatte kaufen: gestrickt aus senffarbener Baumwolle. Er trägt sie in der Business-School, wo er Wirtschaft und Informatik studiert. Die Kommilitonen sind hin und weg. Omino entwickelt daraus ein Geschäft: „Ich habe mir zig gebrauchte Krawatten besorgt, habe sie gereinigt, gebügelt, ordentlich verpackt und in der Schule verkauft“, erzählt er, klar und akzentuiert. Nicht

nur den britischen Akzent, auch die dezent eingesetzten Gesten hat er einstudiert. Nur hin und wieder rollt das „r“ aus seinem Mund – ein Bekenntnis zu seiner Muttersprache Swahili.

Nach dem ersten Jahr an der Business-School reist er mit seiner Schwester und ihrem Mann nach Istanbul. Er ist beeindruckt, wie sehr die Menschen dort ihr kulturelles Erbe pflegen und wie treu sie ihrem Land auch in der Mode sind: Innerhalb von nicht einmal 15 Jahren hat die Türkei eine eigene Modeindustrie aufgebaut, fast alle Leute dort, beobachtet er, tragen lokal gefertigte Jacken und Shirts. Um einmal die Shoppingmeile Istiklal abzulaufen, braucht Omino fünf Stunden. Er kauft Hosen und Sakkos, für sich und ein paar Kommilitonen. Und legt Geld beiseite für den nächsten Trip nach Istanbul.

Omino ist weder besonders groß noch breit. Die Sakkos, die er aus Istanbul mitbringt, sehen an ihm ganz okay aus. Aber bei einigen seiner Freunde spannen sie an den Schultern, oder die Ärmel schlabbern über die Hände. „Kenianer haben breitere Schultern und breitere Hüften“, stellt Omino fest. Er ist in jeder Hinsicht Perfektionist, seine Worte sind treffend – nur in diesem Moment fehlt ihm der richtige Begriff: „Für europäische oder amerikanische Körper entworfene Anzüge sehen an uns einfach ...

GENTEEL
Das Anzuglabel wurde im Juni 2016 von Sam Omino gegründet, der zuvor an Nairobis Strathmore Business School studiert und sich seine Ausbildung zum Teil durch den Handel mit Vintage-Krawatten finanziert hatte.



Kenianisches Selbstbewusstsein: Die Anzüge von Genteel variieren britische Traditionen

verkehrt aus“, sagt er. Also beschließt er, selbst Anzüge zu entwerfen. Omindo nimmt seine neue Aufgabe ernst. Nach dem Seminar an der Business-School studiert er die Unterschiede zwischen Fracks und Smokings. Die Erfolgsgeschichten von Henry Bucks und Gieves & Hawkes, ihre Handwerkskunst, die Tradition der Schneider an der legendären Savile Row in London. Und Omindo interessiert sich für etwas, das es als solches noch gar nicht gibt: die Geschichte der Mode im heutigen Kenia.

Wenn er vom Kleidungsstil seiner Ahnen spricht, blüht Omindo auf: „Flamboyant!“, „Extravagant!“, „Mutig!“, sprudeln die Worte aus ihm heraus, dabei bewegt er seine Hüften und streckt den Rücken durch: „Die Klamotten unserer Ahnen waren frei fließend, die Menschen wollten sich nicht eingeschnürt und eingeeengt fühlen.“ Doch im späten 19. Jahrhundert änderte sich alles: Omindo zeigt Fotos des schottischen Missionars und Forschers David Livingstone, begleitet von sechs Kenianern, in Hemd und Hose. Als die Briten Kenia kolonialisierten, brachten sie nicht nur Khakihosen und Safarijacken mit – sondern auch eine neue Kleiderordnung. Haut zu zeigen war plötzlich verpönt, und die bunt gemusterten Kangas, traditionelle Baumwollprints, wurden von grauen und dunkelblauen Stoffen verdrängt.

Sakkos made in Kenya

Seit 1963 ist Kenia unabhängig, aber die Modeindustrie habe sich nie vom Kolonialismus erholt, so Omindo. Nach der Unabhängigkeit bedruckten zwar noch etwa 500 000 Menschen in Kenia Baumwolle und nähten Kleidung. Doch dann drängte die Weltbank, und das Land öffnete 1980 seinen Markt für Secondhandklamotten. Die war zuvor kostenlos verteilt worden, ausschließlich an die Ärmsten. Seitdem jedoch verkaufen Charity-Shops aus der ganzen Welt die Zara-Kleider und Markensneaker unter den gespendeten Stücken nach Afrika. Die Zahl der Textilarbeiter und Schneider in Kenia sank um 96 Prozent auf 20 000. Heute kosten Röcke oder Sakkos made in Kenya etwa zehnmal so viel wie gebrauchte Kleidung, während Omindo für die Stoffe, die er aus Italien, Frankreich und Nigeria importiert, um aus ihnen Anzüge schneidern zu lassen, hohe Importzölle zahlt.



Exquisit und extravagant: Bei Genteel treffen klassische britische Schnitte auf alte kenianische Muster und Stoffe

Post-Postkolonialismus als Stil: Bei Genteel ordnen sich kenianische Traditionen nicht unter



Doch er lässt sich davon nicht unterkriegen, im Gegenteil, Omindo sieht seine Zeit erst kommen: Die Regierung hat angekündigt, den Import von jährlich etwa 100 000 Tonnen gebrauchter Kleidung bis 2019 zu verbieten. Dann wird die Nachfrage nach Mode aus heimischer Produktion steigen – und der Preis sinken, glaubt er. Dazu kommt: „Local“ boomt gerade bei den 20- bis 30-jährigen Kenianern. Startups entwickeln Computerspiele und Animationsfilme auf der Basis von mündlich überlieferten Legenden. Die DJs von Nairobi unterlegen kenianische Rhythmen mit elektronischen Beats. Viele Frauen tanzen in Teller- oder Bleistiftröcken mit afrikanischem Print oder kantigen Shirts aus edlen Stoffen – folkloristisch oder futuristisch, und alles local. Nur die Männer hinken noch hinterher.

Omindo will diese Lücke schließen – mit der Idee eines „kulturbewussten“ Stils, der die Eleganz des British Chic mit der Lust an Farbe der extrovertierten kenianischen Kultur verbindet. „Das Symbol der Samburu aus dem Norden Kenias zum Beispiel ist ein Schmetterling“, erzählt er. „Die Männer tragen Federn, bunte Ketten, die bis zu zehn Kilogramm wiegen, und leuchtend gefärbte Baströcke.“ Davon lässt er sich für seine Kollektionen inspirieren: Anzüge und Fracks gibt es bei ihm auch in kräftigen Farben und – seine Lieblingsstücke – Sakkos mit Innenfutter aus afrikanischem Print. Doch die hat er bisher nur an Expats verkauft. „Die Einheimischen tragen lieber klassisch“, sagt er.

Omindo hat sich das Entwerfen von Anzügen selbst beigebracht. Sein Partner George nimmt Maß und bespricht die Details mit einem der fünf Ateliers,

die inzwischen für Genteel arbeiten. Von Familie und Freunden hat Omindo Geld für sein Label bekommen. Investoren gibt es im kenianischen Modekosmos keine – die konzentrieren sich auf Startups im Agrar-, Finanz- oder dem Energiebereich. Deshalb kann sich Omindo keinen Laden leisten. Seine Kollektionen verbreitet er über Instagram. Oder stellt sie vor auf Pop-up-Märkten und Fashion-Events wie an diesem Freitagabend im Metta.

Aufklärung in Sachen Mode

Nach der Diskussion, es ist bereits fast Mitternacht, kommt Omindo gar nicht erst dazu, sich einen Cocktail mixen zu lassen: Er ist umschart von Stylisten und Modebloggern. Die Gäste drängeln in den Konferenzraum des Hubs, in dem Omindo einige seiner Maßanzüge präsentiert, zwischen zwei Schneiderpuppen, in denen Nadel und Faden stecken, und Stoffproben. Omindo führt vor, erklärt, fragt. Das navyblaue Sakko kommt gut an, auch das cremefarbene wird von Hand zu Hand gereicht. Nur das grün-gelb-blau gemusterte aus dem traditionell-afrikanischen Baumwollprint, den er aus Nigeria eingeführt hat, hängt immer noch an der Stange.

Um kurz vor eins fährt er direkt nach Hause. Er hat noch viel vor an diesem Wochenende. Am folgenden Tag will er ins ländliche Kenia aufbrechen und Stück für Stück, Region für Region Stoffe und Traditionen der verschiedenen ethnischen Gruppen zusammentragen. Es geht dabei um Dokumentation und Inspiration. „Vielleicht“, sagt Omindo, „muss man die Menschen für den Kleidungsstil und die Lebensweise ihrer Vorfahren erst noch sensibilisieren.“

■

»Die Männer tragen Federn, bunte Ketten und Baströcke«

