



DIE ZÜGEL

in der Hand

Text TINA BREMER

Hermès' neue
Kreativdirektorin
Nadège
Vanhee–Cybulski
soll der Damen-
mode des Labels
eine weiblichere
Note geben. Ihre
erste Kollektion
spielt vor allem mit
den Hauscodes.



EIGENWILLIG
Nadège Vanhee-
Cybulski trägt
bei der Präsen-
tation ihrer
ersten Hermès-
Kollektion
Sneakers von
Nike.

Eine Antwort, die vielleicht symptomatisch ist für die Persönlichkeit der 37-Jährigen. Für eine Designerin, die sich selbst zurücknimmt, gerne im Hintergrund agiert, die kaum Interviews gibt und stattdessen ihre Arbeit für sich sprechen lässt. Die mehr Backstage als Show ist. Und damit perfekt zur Philosophie des französischen Maisons passt. Luxus ja, aber bitte dezent, ohne Bling-Bling und Markenzeichen, die so gross sind, dass sie das Wesentliche verdecken: Qualität und Handwerk. Gegenüber dem «Telegraph» sagte Vanhee-Cybulski: «Ich freue mich sehr, für Hermès zu arbeiten. Ein Haus, das ich sehr schätze und dessen Werte ich von ganzem Herzen teile.»

Als Nadège Vanhee-Cybulski aus der zweiten Reihe ins Rampenlicht trat, trug sie ein Paar Sneakers von Nike. Und beging damit für Branchenkenner einen riesigen Fauxpas. Ein Fehltritt in Gelb-Orange. Aber aus Leder, immerhin. Ist Vanhee-Cybulski doch die neue Kreativdirektorin der Damenmode von Hermès, jenem Traditions- haus, welches mit Lederaccessoires und Sattlerwaren gross geworden ist. Eine der letzten familiengeführten Lu- xusbastionen, deren würzig-schwerer Stallgeruch seit 1837 der Inbegriff von Noblesse ist. Dass Vanhee-Cybulski bei der Präsentation ihrer ersten Hermès- Kollektion im März keine Schuhe aus dem eigenen Haus trug, sorgte für Kopf- schütteln und ein ungläubiges «mais non!». Von den Journalisten auf den vermeintlichen Frevel angesprochen, erwiderte Vanhee-Cybulski trocken: «Aber sie sind wirklich bequem.»

«Ich teile die Werte von Hermès von ganzem Herzen.»



Mit der Kunst des Weglassens, des Weniger-ist-mehr, kennt die Frau, die so gut wie nie Make-up trägt, sich aus. Nach ihrem Studium an der Académie Royale des Beaux-Arts d'Anvers arbeitete sie von 2005 bis 2008 im Atelier von Maison Martin Margiela. Anschliessend ging sie zu Céline und perfektionierte ihre ruhige Handschrift drei Jahre unter Phoebe Philo, der Meisterin der Reduktion. Bis März dieses Jahres war Vanhee-Cybulski schliesslich Designdirektorin beim US-Label The Row, welches von den ehemaligen Kinderstars Mary-Kate und Ashley Olsen gegründet wurde und dessen zeitlose, elegante Ästhetik sie entscheidend mitgeprägt hat. «Ich bin schon immer eine ziemlich Minimalistin gewesen», so Vanhee-Cybulski.

Nur während ihrer Jugend, die sie in einer Kleinstadt im Nordosten Frankreichs verbrachte, gibt es einen winzigen Bruch in ihrer Lebensgeschichte, die sich bis dahin eher wie ein Heimatbuch denn ein Abenteuerroman liest. Da färbt das Mädchen mit dem Alabaster-teint und den roten Haaren (ein Vermächtnis ihrer flämischen Vorfahren) sich ebendiese tiefschwarz, rasiert die eine Hälfte kurz und malt die Augen dunkel an. «Ich hatte eine kurze Goth-Phase», verrät Vanhee-Cybulski. Nach dem kleinen Exkurs kehrt sie schnell wieder zu ihrem schlichten Stil zurück und vervollkommen diesen schliesslich Jahre später. Beeinflusst von den Frauen in Manhattan, die stets auf dem

Sprung sind, von Termin zu Termin hetzen und die ihren Wohlstand mittels einer Uniform aus Kaschmir und Seide nach aussen tragen. «Die Frauen in New York wirken gerne kontrolliert», erzählt Vanhee-Cybulski. «Ich habe drei Jahre dort gelebt, mein Stil wurde immer simpler. Und ich habe angefangen, Mäntel zu tragen. Ich habe die Tendenz, andauernd Mäntel zu tragen, sogar drinnen. Und Hosen. Frauen brauchen Hosen!»



In einem oxsenblutroten Mantel und einer navyblauen Hose (und besagten Nike-Sneakers) nahm Vanhee-Cybulski dann auch den Applaus nach dem Defilee entgegen. In ihrer Debütkollektion traf ein gesteppter Ledermantel auf eine Latzhose aus Leder und das klassische Hermès-Carré, welches als Rock eine neue Bestimmung fand. «Ich bin von der DNA beziehungsweise von den zwei Pfeilern des Hauses ausgegangen: dem Leder und der Sattlertradition auf der einen Seite und der Seide und den Seidenfoulards auf der anderen», erklärt die Designerin. Ein Peitschenknall, dessen Echo bis in die letzte Modereihe hallt, war ihre Kollektion indes nicht. Wohl aber ein sanftes Sporengeben. Denn obwohl Vanhee-Cybulski der puristisch-tragbaren Linie ihres Vorgängers Christophe Lemaire treu blieb, waren es neben kräftigen Farben wie Zitronengelb oder Feuerrot ausgeklügelte Schnitte, Materialien und Details, welche ihre Entwürfe progressiver wirken liessen. Eine achteckige Clutch aus Straussenleder, aufgesetzte Taschen in Satteltaschenform, von Pferddecke inspirierte Capes oder eine beschichtete Wollgabadinehose. «Ich glaube nicht, dass Mode ein Verfallsdatum haben muss. Ich glaube eher, dass es darum geht, Kleidungsstücke zu schaffen, die Statements sind, wenn auch diskrete», erklärt Vanhee-Cybulski.

...



«Ich bin schon immer eine ziemlich Minimalistin gewesen.»

NADÈGE VANHEE-CYBULSKI, KREATIVDIREKTORIN



«Ich will Frauen nicht in Klischees verwandeln.»

Finanziell waren Lemaïres Kreationen ein Erfolg – 2013 verzeichnete Hermès einen historischen Verkaufsrekord. Der Umsatz des Luxuslabels, das mit der Kelly-Bag eine der teuersten Handtaschen der Welt herstellt (man denke an die Kosten eines Kleinwagens), betrug rund vier Milliarden Franken. Und doch: «Wenn Hermès in den vergangenen Jahren etwas gefehlt hat, dann war das weibliche Sensibilität», so Pierre-Alexis Dumas, Artistic Director Hermès International. Die etwas schläfrigen Oversize-Pullover von früheren Designern wie Martin Margiela oder die frivolen Lederkorsetts von Jean Paul Gaultier gehören der Vergangenheit an. Mit der Ernennung von Vanhee-Cybulski zur Kreativdirektorin der Damenmode gesellt sich Hermès zu jenen Labels, die auf feminine Stärke setzen. Bei Sonia Rykiel wurde Julie de Libran zur Kreativdirektorin ernannt und bei Tod's läuft Alessandra Facchinetti jetzt auf Gummiholen durch die Designabteilung.

Als Hermès das erste Mal bei Vanhee-Cybulski anrief, um ihr den Posten der Chefdesignerin anzubieten, lehnte diese höflich ab und legte den Telefonhörer auf. Wahrscheinlich mit zitternden Händen. Zu gewaltig erschien ihr anfangs die Aufgabe, bei einem der umsatzstärksten Luxushäuser in der ersten Reihe zu stehen. Obwohl Dumas, der ein Familienmitglied in sechster Generation ist, ihr Carte blanche gab und seine einzige Anweisung lautete, man wolle positiv überrascht werden. Zwar hat Vanhee-Cybulski bei einigen der angesagtesten Labels gearbeitet, trotzdem ist sie bodenständig geblieben. Als sie während ihrer Zeit bei Céline in London ihren Mann kennenlernte, einen britischen Künstler, zog sie für ihn von der teuren City ins immer noch leicht heruntergekommene East End, tauschte Vernissagen gegen Streetart. Wenn auch kein geplanter,

so durchaus ein logischer Schritt angesichts Statements wie diesem: «Meine Kollektionen sind sehr auf einen wirklichkeitsnahen Lebensstil ausgerichtet, und das ist teilweise auch meiner. Ich will Frauen nicht in Klischees verwandeln.» High Street Fashion, also Mode von der Stange, steht Vanhee-Cybulski dennoch kritisch gegenüber: «Ich finde diese ziemlich brutal ... die Menge an Kleidung, die weggeworfen wird, ist beängstigend.» Aber manchmal bestätigen Ausnahmen eben doch die Regel. Etwa bei einem Paar Nike-Sneakers.



STATEMENT
Mit dem roten, gesteppten Ledermantel mit den Taschen in Satteltaschenform wird das Erbe von Hermès modern interpretiert.