

# manager magazin online

URL: <http://www.manager-magazin.de/lifestyle/stil/a-857661.html>

28. September 2012, 07:25 Uhr

Wolfgang Joop

## "Geld macht dich nur zum Freak"

Von Kerstin Walker

**Auf der Pariser Fashion Week zeigt Wolfgang Joop an diesem Wochenende seine zweite neue Kollektion für Wunderkind. Im Interview mit mmo-Autorin Kerstin Walker spricht der Modeschöpfer von seiner Aversion gegen maßlosen Konsum, glatte Architektur und die kommerzielle Pseudo-Avantgarde.**

*Potsdam - Auf dem Heiligen See in Potsdam kräuseln sich kleine Wellen. Die Terrassentüren der weißen Joop-Villa sind weit geöffnet. Wolfgang Joop ist noch am Morgen mit dem Fahrrad auf den Markt geradelt, um Schokoladentarte zum Tee zu kaufen.*

**mm:** Herr Joop, noch vor gut einem Jahr schien Wunderkind am Ende. Jetzt stellen Sie Ihre zweite, neue Kollektion vor?

**Joop:** Wunderkind war ja nie tot, das habe ich immer klar gesagt. Es musste nur eine Zeit lang einen Schritt zurückgehen, um sich wieder auf seinen Ursprung zu besinnen.

**mm:** Sie trennten sich von ehemaligen Geschäftspartnern und erweckten dann ihre Modemarke mit mehreren Millionen Euro aus der eigenen Tasche wieder zum Leben.

**Joop:** Dieser Akt des Unternehmers, sich seine Marke zurückzuholen, ist für mich eine zentrale, wichtige Botschaft. Es war ein wahnsinnig emotionaler Kraftakt. Aber manchmal ist es doch so: man riskiert etwas, schaut sich anschließend um - und sieht, es ist absolut nichts passiert.

**mm:** Wie man's nimmt. Schließlich entwerfen und produzieren Sie heute unabhängig, und nicht mehr unter dem Einfluss von Partnern oder Teilhabern. Ein gutes Gefühl?

**Joop:** Es ist fantastisch. Ich glaube einfach, ich habe Talent und bin mit Wunderkind am Pulsschlag unserer sich verändernden Welt. Ich beobachte dieses Bild einer sich überschlagenden Gesellschaft, die doch eigentlich bloß konsumiert, in sich rein frisst und verdaut. Wir sind süchtig nach Konsum. Als Folge davon werden wir zugeschmissen mit Produkten, die alle irgendwie austauschbar sind. Ich weigere mich, dieses Konsumverhalten, das uns einsaugt wie eine Sucht, zu bedienen. Wer sexsüchtig ist, hat Sex ja auch nicht begriffen. Mit Wunderkind will ich diesem Wahnsinn etwas entgegensetzen.

**mm:** Verraten Sie uns auch was?

**Joop:** Wenn ich entwerfe, verschwimmen die Begriffe von Kunst und von Mode. Das ist gewollt. Ich will die Leute berühren. Wunderkind ist eine tragbare Idee von Individualität. Für jeden von uns wird es doch immer unmöglicher, seine Einzigartigkeit auszudrücken. Wir stehen alle unter diesem Zwang, individuell wirken zu müssen. Das bedingt eine Form von Konformismus.

**mm:** ... der in dem Phänomen sichtbar wird, dass alle irgendwie ähnlich gestylt aussehen. Selbst Frauen und Männer, die vom finanziellen Hintergrund offensichtlich die Möglichkeit hätten, sich durch einen ganz eigenwilligen Stil abzugrenzen?

**Joop:** Ja, genau. Ich glaube aber man will, ja, man muss über diese Gleichförmigkeit zeigen, eine Art Verabredung getroffen zu haben. Gesellschaftlich ist das enorm wichtig. Zu wichtig, meiner Meinung nach. Mir fehlt dabei ein Gegenentwurf, ein Bruch. Wenn ich mir zum Beispiel Hamburg als Stadt ansehe, geht mir das genauso.

## "Ich will Fragen beantworten, die mich beschäftigen"

**mm:** Irritieren Sie die Richtung, in die sich die Architektur in der Hansestadt bewegt?

**Joop:** Irritieren? Sie ist abweisend! Man fühlt sich dort doch wie ein Lurch im Terrarium. Alles ist aus Glas, die Einkaufszentren, neuerdings der Hafen. Diese Patina, die ich an St. Pauli wirklich liebte, vermisse ich. Eine wilde Romantik, die es in der Hafensstraße und auf dem Kiez mal gab, ist längst nicht mehr zu spüren.

**mm:** Viele wollen diese glatte, gläserne ...

**Joop:** ... virtuelle Optik! Mir ist das zu arriviert und viel zu "rich". Stars sehen mittlerweile ja auch alle gleich aus, sie sind inszeniert. Wenn man eine Lady Gaga auf dem Titel der amerikanischen Vogue sieht - ein reines Kunstprodukt. Man guckt es sich an und denkt "wer hat da die Mauern der Galerie weggerissen". Es ist nicht das Kommerzielle, was mich daran stört. Ein Designprodukt wie eine Kaffeekanne von Philipp Starck, das die Fähigkeit hat, sich multiplizieren zu lassen, um in viele Haushalte einzudringen, ist kommerziell - und genial.

**mm:** Als Designer für Joop! waren Sie ebenfalls erfolgreich, bis Sie vor mehr als einem Jahrzehnt alles verkauften. Warum?

**Joop:** Erfolg ist etwas lang Anhaltendes. Geld ist kein Erfolg, es macht dich nur zum Freak. Für mich war die Richtungslosigkeit der verschiedenen Linien ein echtes Problem. Mehrere Macher prägten die unterschiedlichen Lizenzen, und das Design lag nicht ausschließlich in meiner Hand. Dabei hätte ich mir durchaus vorstellen können, etwas so Kommerzielles wie Joop!-Tennisschläger oder Joop!-Luftmatratzen zu entwerfen, wenn alle Entwürfe die gleiche Sprache gesprochen hätten (*lacht*).

**mm:** Verkörpert Wunderkind dieses nicht Austauschbare?

**Joop:** Ja. Eben weil Wunderkind keine Bedarfsmode ist. Wunderkind verkörpert intellektuelle und emotionale Qualitäten. Wobei manchmal vergessen wird, dass ich immer schon bildende Kunst gemacht habe. Im letzten Jahr zeigte ich Skulpturen und Bilder auf der Biennale in Venedig im Palazzo Bembo. Mit meinen Kleiderentwürfen will ich wie mit meiner Kunst vordenken. Will Fragen beantworten, die mich beschäftigen. Zum Beispiel die, wohin wir eigentlich entfliehen können. Dieses psychedelische Thema ist mir momentan sehr wichtig. Meine stoffliche Vision davon ist luftig und ganz leicht. Sie zeigt meine ganze Empfindlichkeit. Ein Gegenentwurf zu dem, was uns umgibt.

**mm:** Wie sieht die typische Wunderkindkreation aus der neuen Kollektion aus?

**Joop:** Ach, kommen Sie doch einfach mal mit, dann zeige ich meine Stoffentwürfe.

*(Wolfgang Joop steigt in den ersten Stock der opulenten Villa, wo eins der Gästezimmer liegt. Neben einem von Joop von Hand bemalten Paravent liegt ein Märchenbuch, "Der Froschkönig". Einer der Stoffentwürfe auf Leinwand, der neben dem Bett liegt, heißt "Paradiso").*

**Joop:** Die Namen meiner Entwürfe drücken doch schon aus, was man sieht. Ein federleichtes Dessin, das wie ein Graffiti skizziert ist. Kleine, geflügelte Engelsfrauen und Affen wirbeln durcheinander und fangen bunte Vögel. Ein anderes wirkt durch sein Schmetterlingsmuster, für das wir noch im Sommer Kohlweißlinge gefangen und auf den Fotokopierer gelegt haben - jetzt ist dieser hübsche Schädling quasi zu einem Teil Couture geworden. In der neuen Kollektion tauchen Punkte neben floralen Elementen auf. Gerafftes und Gefälteltes wird zu maskulinen Stücken wie einem geraden, hüftlang geschnittenen Blazer oder einer schmalen Hose gepatcht.

## "Jeder kreative Mensch kommt nur über den Anflug einer Depression zur Aktion"

**mm:** Wie viel Avantgarde steckt denn heute überhaupt noch in der Mode?

**Joop:** Alle, die sich in der Mode avantgardistisch gebärden, sind Teil eines riesengroßen Establishments. Eine Miuccia Prada, deren Show ich gesehen habe, und die immer sehr provokativ und plakativ arbeitet, zeigt in ihren Läden sich selbst vermehrende Handtaschen! Wir sehen in den Geschäften großer Designer wenig Mode, weil die bloß noch dazu da ist, das Produkt Handtasche zu promoten. Das beantwortet Ihre Frage nach Avantgarde.

**mm:** Wie bewahren Sie sich Ihre Kreativität?

**Joop:** Jeder kreative Mensch kommt nur über den Anflug einer Depression zur Aktion. Ich glaube, ich würde diesen Druck nicht auf mich nehmen, wenn ich mich dadurch nicht immer wieder dem Leben nähern würde.

**mm:** Ist es sehr anstrengend, sich immer wieder neu zu erfinden?

**Joop:** Wahnsinnig. Aber wissen Sie, ganz ohne diesen Zwang in der Modewelt könnte ich nie leben. Mode fasziniert mich und ist ja auch wirtschaftlich interessant. Ein Kunstwerk entzieht sich dem Preisvergleich, wenn es Einmaligkeit darstellt. Das ist doch ein wunderbarer Ausweg in einer Welt, in der alles was heute modisch ist, im Vergleich steht. Allein dieses Überangebot, das von Discounter-Ketten gestreut wird. Dort ist ein Teil für 25 Euro zu haben! Vielleicht wird uns genau das irgendwann zwingen, anders zu denken. Und ich hoffe: auch moralisch.

*Dalmatiner Gretchen bellt und streicht dem Modeschöpfer um die Beine. Wolfgang Joop wirft der Hundin einen halb verzehrten Apfel zu und steht auf, um Jacke und Sonnenbrille zu suchen. Er hat einen Friseurtermin und muss los, mit dem Rad. Wie sonst.*

#### **Mehr zum Thema:**

Wolfgang Joop: Das ewige Wunderkind

<http://www.manager-magazin.de/fotostrecke/wolfgang-joop-das-ewige-wunderkind-fotostrecke-87782.html>

Personal Shopping im Netz: Des Modemuffels neue Kleider (manager magazin online)

<http://www.manager-magazin.de/lifestyle/mode/a-847103.html>

Businessmode: Plankton am Dekolletee (manager magazin online)

<http://www.manager-magazin.de/lifestyle/stil/a-840949.html>

Tatort Potsdam: Seegefechte zwischen Geldadel und Kommunalverwaltern (manager magazin online)

<http://www.manager-magazin.de/magazin/artikel/a-751722.html>

Modelabel: Wolfgang Joop will sein Wunderkind zurück (manager magazin online)

<http://www.manager-magazin.de/unternehmen/artikel/a-749340.html>

Mehr zum Thema Mode: Alle Artikel, Fakten und Hintergründe

[http://www.manager-magazin.de/thema/mode\\_spezial/](http://www.manager-magazin.de/thema/mode_spezial/)

© manager magazin online 2012

Alle Rechte vorbehalten

Vervielfältigung nur mit Genehmigung der manager magazin Verlagsgesellschaft mbH