

# WAS UNS ANZIEHT

ZERBRECHENDE DRESSCODES, RASANTE TRENDS: WIE BEHÄLT MAN DA STILISTISCH DEN ÜBERBLICK? PHILIP CASSIER FRAGTE DREI MÄNNER, DIE SCHON LANGE IM GESCHÄFT SIND. SIE SAGEN: EIGENTLICH IST ALLES GANZ EINFACH. STEPHANIE FÜSSENICH FOTOGRAFIERTE

Auffallen würden die drei wohl am ehesten in einem Döner-Grill. In der Wohnhalle des Pariser Hotels „Les Bains“ jedoch erfüllt ihre Bekleidung zwischen dunklem Holz, Schachbrett-Fußboden und orangefarbenen Leuchten ihren Zweck: Jacketts, Hemden und Hosen sitzen so selbstverständlich, dass sie niemand sieht. Jean-Pierre Marois, Pierre Mahéo und Detlev Diehm folgen damit einer Devise der Herrenmode, die seit dem frühen 19. Jahrhundert gilt, seit den Tagen des Londoner Dandys George „Beau“ Brummel: Wer es nötig hat, durch Bekleidung ins Auge zu stechen, dem ist nicht zu helfen – man darf sich sogar mehrmals täglich umziehen, um unbemerkt zu bleiben. Und so fügt sich selbst Marois' hellrotes Sportjackett mit Glencheck-Muster ganz selbstverständlich in die Umgebung ein, vom Blau der anderen brauchen wir nicht zu reden. Diehm ist als Münchner Maßschneider mit besonderem Augenmerk auf Design für Anproben in Paris, Mahéo führt seit 2012 mit Officine Générale ein Label, das sich vor allem auf Jacketts, Hemden und Jeans höchster Güte spezialisiert hat. Sechs Filialen nennt er sein Eigen, jüngst eröffnete er in London eine Dependance. Ma-

rois ist als Regisseur, Filmproduzent und Besitzer des Clubs „Les Bains“, der sich im Keller seines Hotels befindet, häufig auf den Gesellschaftsseiten französischer Medien zu finden. Die Freude an hochwertiger Bekleidung begleitet ihn seit Jahrzehnten, er ist Klient des Londoner Schneiderhauses Anderson & Sheppard – und neuerdings auch bei Diehm. Jeder nippt noch einmal am Kaffee, und schon sind sie mitten in der Diskussion.

**Jüngst haben uns Nachrichten von Goldman Sachs erreicht: Die amerikanische Bank besteht nicht mehr darauf, dass ihre Mitarbeiter in Anzügen erscheinen. Ist das ein Signal, das unsere Zeit gut beschreibt?**

**Pierre Mahéo:** Oh, das war mir neu. Aber es ist ein Vorgang: Bisher kamen junge Leute normalerweise mit formaler Bekleidung in Kontakt, wenn sie ins Berufsleben einstiegen.

**Was bedeutet das?**

**Mahéo:** Solange sie zur Schule gehen, kennen sie nur Streetwear, nur Sneakers, Baggy-Pants und Nylon-Outfits – das ist trendy, man kann große Logos zeigen. Bei fast allem, was es für Teens gibt, spielt der Markenname eine große Rolle. Deswegen habe ich mich bisher immer darauf verlassen, dass die jungen Leute Anzüge kennenlernen, wenn sie bei einer Bank oder Kanzlei beginnen. Ich bin mir auch nicht sicher, ob die Devise bei Goldman Sachs das richtige Signal ist.

**Detlev Diehm:** Die Ironie ist doch: Die allermeisten Banker wollen weiter in ihren Anzügen arbeiten. Sie kennen es so, sie fühlen sich sicher. Und trotzdem müssen sie sich jetzt mit Jeans und T-Shirt verkleiden, wenn sie Kundenkontakt mit einem Millennial haben. Im Büro ziehen sie dann wieder ihre Dreiteiler an.

**Jean-Pierre Marois:** Bekleidung muss zur Situation passen, man erweist dem Tag Respekt, wenn man morgens kurz nachdenkt, wer und was kommen könnte und wie man dem entgegentritt. Und davon abgesehen besteht das Leben nicht nur aus Situationen, die man als locker, flockig und casual bezeichnen kann.

**Mahéo:** Ich hatte voriges Jahr eine Einladung zu einem Event bei unserem Präsidenten. Der Dresscode war „Anzug und Krawatte“. Ich wäre nie auf die Idee gekommen, da anders aufzutreten, ich hätte das Ereignis gar nicht durchgehalten. Und bis auf ganz wenige Ausnahmen ging das vor Ort allen so.

**Marois:** Mir fällt dazu eine Geschichte ein: Angeblich verlas der BBC-Radio-Sprecher bis in die 50er-Jahre hinein seine Nachrichten im Frack. Irre, oder? Man konnte ihn nicht einmal sehen, aber man hatte sich darauf geeinigt, dass

es der Würde seiner Aufgabe angemessen war. Dress-down-Wellen hat es allerdings immer gegeben. Mir hat neulich jemand von Arthur Andersen Consulting erzählt, die hatten ja vor ungefähr 20 Jahren den Casual Friday ausgerufen und waren dann ziemlich schnell pleite. Wer weiß, vielleicht gab es da sogar einen Zusammenhang.

**Wollen Sie andeuten, dass Sie einen Typen in Sweatshirt und Sneakers eher ungern in die Nähe Ihres Geldes lassen würden?**

**Marois:** Kein Kommentar, hehe! Dresscodes wird es immer geben. Natürlich leben wir nicht mehr in Zeiten, zu denen der Anzug eine Uniform war. Aber wenn die jungen Leute nur Klamotten mit möglichst dicken Logos drauf anziehen, folgen sie ja selbst einem Code: Der richtige Markenname muss groß sichtbar sein. Nicht sonderlich originell, wenn Sie mich fragen, die gucken halt, was die anderen tun, und machen sich davon abhängig.

**Aber warum wird denn alles immer weniger klassisch-formal?**

**Mahéo:** Ich glaube, das liegt nicht zuletzt am Siegeszug des Smartphones. Heute können wir auf unserem Display jederzeit sehen, wer auf der Welt was trägt. Jeder Trend geht in 15 Minuten rund um den Globus – und die Labels pushen, sie tun alles dafür, dass der Trend augenblicklich verfügbar ist. Wenn einem Texaner meine Entwürfe gefallen, kann er sie heute bestellen und ganz bald anziehen. Das ist nicht nur bei Outfits so, auch politisch und gesellschaftlich wird alles immer rasanter.

**Diehm:** Mir als Schneider kommt es so vor, als ob diese Geschwindigkeit teilweise dazu führt, dass es gar keine Trends mehr gibt, weil kaum jemand noch mitkommt. Und manche Leute sagen: Ich will etwas, das gilt und bleibt. Bekleidung, die fast unzerstörbar ist, interessiert dieses Publikum natürlich sehr. Viele andere spielen mit den Codes, sie kombinieren Sneakers zur Chino mit einem T-Shirt, und darüber ziehen sie ein handgeschneidertes Jackett an.

**Marois:** Da kommt persönlicher Stil ins Spiel, wenn so eine Kombination nach etwas aussehen soll. Früher war es für Männer im Geschäftsleben einfach. Die Chefetage großer Unternehmen hatte einen Schneider, die Angestellten trugen von der Stange und wollten zu denen gehören, die sich einen Maßanzug leisten können. Dann kamen Männer wie Steve Jobs, die trugen Jeans und T-Shirt und sagten: Ich habe so viel im Kopf, dass ich nicht auch noch über mein Outfit nachdenken kann. Und die Mitarbeiter wollten dem Chef natürlich gefallen, deshalb ahmten sie ihn und seine →



Auf dem Weg in den Club: Detlev Diehm, Jean-Pierre Marois und Pierre Mahéo (von links) auf der Treppe, die ins Pariser „Les Bains“ führt

