

→ Message nach. So sind die Hoodies zu den neuen Powersuits geworden.

Diehm: Wenn man einen Blick in die Geschichte der Herrenbekleidung wirft, wird einem die politische Dimension des Anzugs klar: Im Leben des Adels drehte sich bei Hof lange alles um den zentralistischen Prunk. In Großbritannien lebte die Oberschicht häufig auf dem Land, und da war dunkel gefärbte Wolle besser geeignet als pastellfarbene Seide, sie war robust und warm. Deshalb setzte sie sich bei Aktivitäten wie Reiten durch – und dieser Stil, der sich am Praktischen orientierte, erhielt dann auch in Städten Einzug, beim Bürgertum. Meist in Schwarz, Dunkelgrau oder Marineblau, weil der Ruß aus der Luft bei diesen Farben nicht so schnell sichtbar wird, wenn er sich festsetzt. Der Anzug ist also ursprünglich ein demokratisches Kleidungsstück, das Klassenunterschiede eingeebnet hat.

Okay, den Anzug reden wir Ihnen nicht aus. Aber machen wir uns nichts vor: Sie sind alle Generation 40 plus – und heute gelten Anzüge oft genug als Erkennungszeichen alter weißer Männer wie Donald Trump. Das ist jetzt nicht so richtig fancy.

Mahéo: Einspruch! Es stimmt zwar, dass selbst Marken wie Hermès in den vergangenen Jahren Stücke mit Streetwear-Appeal gezeigt haben. Aber Mode funktioniert in Zyklen. Wenn ich mich derzeit umsehe, scheint mir eine Rückkehr des Formalen bevorzustehen. Das sind jede Menge Anzüge und Krawatten, die an das London der Sechziger erinnern oder zumindest Jackett-Hose-Kombinationen. Es gibt in Frankreich viele junge Leute aus der Bourgeoisie, die zum Schneider gehen, um zu wirken wie die frühen Rolling Stones. Strickkrawatte, stocknüchternes Sakko – sie spielen mit den Codes der Generation vor ihr. Und die sah nicht nur in England verdammt gut aus.

Marois: Sehen Sie einen Mann wie Lapo Elkann an, den viele für die letzte männliche Stilikone halten. Der ist Kunde bei A. Caraceni in Mailand und Anderson & Sheppard in London – und alles ist geschnitten wie die Teile seines Großvaters Gianni Agnelli, der da auch schon Klient war. Das ist doch zum Piepen: Alle überschlagen sich wegen Lapos Kreativität, dabei folgt er dem Schnittmuster seines Großvaters aus den späten Sechzigern.

Diehm: Am Anzug haben schon so viele Generationen gearbeitet, dass er ein kultureller Archetyp geworden ist. Er hat Teds, Punks und Technoide überlebt und ist dabei immer wieder selbst in die Subkultur eingesickert. Den kriegt niemand kaputt, selbst Donald Trump nicht.



Handarbeit: Bei einem Maßanzug kann der Schneider während der Anprobe jedes Detail ändern. Detlev Diehm kontrolliert hier die Schulter- und Rückenpartie

Viele Leute sagen ja, Männer gingen aus reiner Eitelkeit zum Schneider. Was antworten Sie denen?

Marois: Leute, ihr habt völlig recht! (*alle lachen*)

Davon mal abgesehen – was macht hochwertige Bekleidung aus?

Diehm: Zunächst einmal ist ein gutes Teil von der Stange immer besser als ein schlechtes aus einem Atelier. Streichen Sie beim Kauf mit dem Daumen über die Unterseite des Revers: Erspüren Sie da Stiche, ist der Unterbau des Jacketts aus natürlichen Materialien und mit dem Oberstoff vernäht, so muss es sein. Ein Stück, bei dem der Unterbau eingeklebt ist, fällt eines Tages in sich zusammen und sieht lieblos aus. Manches läuft auch der Intuition zuwider: In kleinen Armlöchern beispielsweise lässt es sich viel besser manövrieren als in großen. Fragen Sie immer nach solchen Details, dann wissen Sie, mit wem Sie es im Geschäft oder Atelier zu tun haben.

Marois: Etwas Geschneidertes ist eine wirklich persönliche Angelegenheit, nicht nur weil ein Schnittmuster erstellt wird und es Anproben gibt. Wenn Sie mit dem Kerl mit dem Maßband neben Ihnen nicht klarkommen, erleben Sie mit ziemlicher Sicherheit eine Enttäuschung.

Diehm: Manche Kollegen haben lange nicht auf die Designwünsche ihrer Kunden gehört. Das mache ich anders. Je genauer Sie vorher wissen, was Sie wollen, desto mehr Spaß werden Sie mit dem Ergebnis haben. Aber es gibt Grenzen. Ich kann nichts anfertigen, was meinem Geschmack komplett zuwiderläuft.

Marois: Dazu passt, was ich mal in London erlebt habe: Ich hatte ein einreihiges Sakko mit breitem ansteigendem Revers in Auftrag gegeben und liebe diese langen, handgenähten Knopflöcher. Also habe ich gefragt, ob ich auf jeder Seite eins haben könne. Mein Schneider sagte: „Bedaure, Sir, das machen wir nur bei Zweireihern.“ Ich dachte, ich höre nicht richtig, Sie wissen ja um deren hohes Preisniveau. Also habe ich die Bitte wiederholt. Die Antwort lautete: „Sir, es tut mir leid, wenn Sie das wollen, brauchen Sie einen anderen Schneider.“ Da fand ich’s schon wieder cool: Das Haus hat eine Identität, und die kann man nicht kaufen, für kein Geld der Welt.

Herr Maheó, was sagt der Designer dazu?

Mahéo: Ob der Look zum Träger passt, ist eine Frage der Kooperation, das gilt auch für mich. Wenn jemand eher schlichte Formen wie meine nicht mag, kann ich nichts tun. Meine Leitfrage lautet: Was bleibt von dem, was wir tun?

Und lande immer wieder beim Handwerk, bei der Wertigkeit. Ich habe neulich in einem Secondhandgeschäft einen britischen Militärmantel aus den Fünfzigern in der Hand gehabt. Der Schnitt ist recht weit, aber die Verarbeitung und die Wolle sind von einer so enormen Qualität, dass Sie den bequem noch 20 Winter lang anziehen können, wenn ein guter Schneider ihn auf Ihre Maße ändert. Und das kann sich fast jeder leisten.

Diehm: Mir scheint diese Leitfrage zum Wesen dessen zu führen, was ich für Luxus halte: Für mich ist das ein persönliches Objekt, das sich reparieren lässt und so zum Begleiter für eine lange Zeit wird. Mir fiel das wieder auf, als ich neulich noch einmal „Blade Runner“ mit Harrison Ford geschaut habe: In dem Film werden ja selbst Menschen nachgebaut, bis niemand mehr weiß, wer Mensch und wer Replikant ist. Ford geht in einer Szene in eine Rotlicht-Bar, da tanzt eine Frau mit einer Boa um den Hals. Ford fragt: „Ist das Tier echt?“ Und die Tänzerin antwortet sinngemäß: Wenn sie das wäre, würde ich wohl kaum in diesem Drecksloch arbeiten. Genau das ist es! Es geht um das Echte, das Authentische – das wird nie aus der Mode kommen. Und man kann es selbst mit dem größten Marketing-Budget nicht faken: Das Produkt liefert ab oder nicht, ganz simpel.

Mahéo: Ich denke, ein Geschäft für hochwertige Secondhandbekleidung mit einem präzisen Änderungsschneider vor Ort wäre eine ganz ausgezeichnete Geschäftsidee.

Herr Marois, was raten Sie Leuten mit begrenztem Budget? Wenn Sie als junger Mann tausend Euro für Ihre ersten guten Kleidungsstücke zur Verfügung hätten – was würden Sie mit dem Geld machen?

Marois: Zullererst würde ich mich um rahmengenähte Schuhe kümmern, in denen geht man besser durchs Leben. Die sollten im Sale um 300 Euro kosten. Und dann würde ich mich informieren, wann Labels wie das von Pierre Mahéo Sale haben, und dort ein Sakko, eine Hose und ein Hemd kaufen. Da bezahle ich nämlich nichts für einen berühmten Namen, was die Angelegenheit unnötig verteuert.

Diehm: Und wenn der Junge ein bisschen Karriere gemacht hat, kann er gern bei mir reinschauen. Ich bin mir sicher, dass wir uns sehr gut verstehen werden, wenn er schon seine ersten tausend Euro so cool angelegt hat.



Während der Anproben ist der Anzug nur lose mit weißen Baumwollfäden zusammengenäht – das erleichtert es, die einzelnen Partien bei Bedarf neu auszubalancieren

