



Modedesigner
Matthias Maus.

Der Hochzeitsmantel entstand nach einer Inspiration durch Shakespeares »Der Sturm«.

VISIONEN SIND MEIN MOTOR

DESIGNER MATTHIAS MAUS KREIERTE DEN HOCHZEITS-MANTEL FÜR DEN MANN

Als Chefdesigner beim Frankfurter Modelabel Ella Singh stattete Matthias Maus jahrelang internationale It-Girls und die deutsche Prominenz mit glamourösen Red-Carpet-Roben aus, selbst für Wolfgang Joop ließ er seiner Kreativität schon freien Lauf. Aufsehen erregten außerdem nicht nur seine Ideen zur Zepterveredelung, sondern auch ein spezieller Mantel, zu dem wir den Designer befragt haben.

Herr Maus, Sie haben auf der Berlin Fashion Week Anfang des Jahres einen ganz besonderen Mantel für den Mann präsentiert. Was hat es damit auf sich? Es geht also um den Hochzeitsmantel für den Mann? Das liegt an Shakespeare. Das Thema meiner aktuellen Show anlässlich der Berlin Fashion Week im Januar 2016 war nämlich das Shakespeare-Drama »Der Sturm«. Die Figur des »Prospero« – ehemals Herzog von Mailand – hat mich zu diesem Mantel inspiriert. Prospero manipuliert in dem Drama mit Magie die Elemente, um die Konfrontation mit seinem Widersacher zu ermöglichen. Die Hochzeit von Prosperos Tochter mit dem Sohn seines Kontrahenten ist dann das Resultat.

Aber Sie haben dann den Mantel getragen ...

Ja, das stimmt. Parallel zur Entwicklung der Show reifte in mir der Entschluss, mich selbst zu heiraten und mit diesem Mantel die Show zu eröffnen. Dazu regnete es rote Rosen, und Musen mit ebenfalls hochzeitlichen Gewändern traten mit auf den Laufsteg; alles untermalt mit dem Song »Ein Schiff wird kommen und das bringt mir den einen, den ich so lieb wie keinen«.

Das klingt schon ziemlich extravagant. Ist es Pflicht in Ihrer Branche, mit solch außergewöhnlichen Shows auf sich aufmerksam zu machen?

Entscheidend ist doch, dass jeder seine eigene Strategie wählt und dabei seinen eigenen Anspruch an

die Arbeit, die entstehende Kollektion und die Präsentation hat. Mein Anspruch ist es, etwas zu machen, das sonst keiner macht, sonst bräuchte ich es nicht zu machen!

Wie sind Sie in die Modebranche gekommen?

Mode ist für mich keine Branche, sondern eine Berufung. Ich nähe bereits seit meinem achten Lebensjahr. Mein Berufsweg begann mit der Erstellung einer Mappe – die übrigens damals schon spektakulär war – und einer Lehre im Damenschneiderhandwerk, ergänzt mit Meisterlehrgängen in Schnitt-Technik. In meinen Jobs als Modellmacher, Designer und Chefdesigner ging es immer um Learning by Doing. Da sind auf jeden Fall Eigeninitiative und lösungsorientiertes Arbeiten gefragt. Und das war auch für mich immer das Wichtigste. Heute ist die Situation grundsätzlich eine andere, da gebe ich hauptsächlich Erfahrungen weiter.

Wer oder welche Einflüsse haben Sie dabei besonders geprägt?

Früher haben mich Thierry Mugler, Jean Paul Gaultier und Christian Lacroix inspiriert, später dann John Galliano und Marc Jacobs.

Braucht man als Designer auch Visionen? Welche sind Ihre?

Visionen sind mein Motor. Dazu kommt, dass ich zu jeder Saison andere Motive habe, die mich bewegen. Sie bewegen mich dann in so einem Ausmaß, dass sie nicht nur mein Leben, sondern auch meine Kollektion bestimmen. Häufig fällt meinen Musen dabei eine inspirierende Rolle zu, wenn sie beispielsweise Artisten, Tänzer oder Sportler sind.

Wo holen Sie sich Kraft und Unterstützung?

Jeder Zuspruch, jede Begeisterung, jedes Verständnis, jeder Verkauf und jede geteilte Erfahrung im Team gibt mir viel Kraft und Unterstützung, um neue Ideen und Visionen zu realisieren.

Ideen wie die Zepftervedelung? So nennen Sie ja Ihre ausladenden Hüftcolliers für den Mann. Ist diese Mode tragbar oder eher für besondere Situationen gedacht?

Dieses Thema ist Aufmerksamkeitsgenerator für eine soziokulturelle Evolution: Der Mann soll sich frei

fühlen und seine Kronjuwelen zur Schau zu stellen. Leider wird das oft missverstanden als Homosexuellenklischee oder fetisch-Mode. Mein Ziel ist es, gegen Begrenzung und Schubladen-Denken zu arbeiten und für eine stärkere Bewusstwerdung. Außerdem möchte ich die Aufmerksamkeit auch einmal auf ehrenmordgefährdete Männer lenken. Kaum jemand weiß, dass rund 30 Prozent aller Ehrenmorde an Männern verübt werden, denn für sie gibt es keine Lobby und keine explizite Einrichtung, die sich damit befasst. Seit einigen Jahren setze ich mich deshalb öffentlich für eine Aufklärung des Themas ein.

Trotzdem möchte ich daran erinnern, dass zwei Drittel meiner Kollektion Damenoutfits sind, aber das fällt in Berichterstattungen gern mal unter den Tisch. *(lacht)*

Was sind denn gerade Ihre nächsten Projekte?

Aktuelles Projekt ist derzeit natürlich die Sommerkollektion 2017, die Ende Juni zur Berlin Fashion Week gezeigt wird. Hier sind wir gerade sehr aktiv mit der Umsetzung der Ideen beschäftigt. Parallel dazu arbeite ich noch an kleineren Shows und Shootings.

Herr Maus, wir wünschen Ihnen dafür viel Erfolg und danken Ihnen für das Gespräch!

Das Interview führte Anja Strebe.



Zum fertigen Outfit gehört ein imposanter Kopfschmuck.