

# Werk und Blendwerk

Antwerpen ist eine einzige große Modenschau / Von Christian Eichler

ANTWERPEN, im September. Bevor „Walter“ Kunden einläßt, sehen diese ein wenig irritiert aus: Bin ich hier richtig? Sie blicken noch einmal in den Reiseführer, vergleichen die Adresse: St. Antoniusstraat 12 – stimmt. Sie machen zwei zögernde Schritte auf „Walter“ zu – peng! Das Garagenrolltor öffnet sich mit einem überraschenden Knall, und die Kunden betreten die Erlebniswelt Antwerpener Mode. „Walter“ ist der Laden von Walter Van Beirendonck, dem Kopf der „Antwerp 6“, einer Gruppe von sechs Designern, die seit Mitte der achtziger Jahre in der internationalen Mode definieren, was unkonventionell ist. „Walter“ ist eher eine Garage als ein Laden, und wenn doch, dann einer, in dem Mode nur wie zufällig herumliegt. Hinten in der Halle ruht der berühmte Bär, der braun ist, aus Kunststoff und aussieht wie von Haribo. Nur daß er ungefähr zehn Meter groß ist.

Antwerpen ist eine Modenschau, das hat sich herumgesprochen – spätestens seit den aufsehenerregenden Aktionen des Modedesigners 2001. Mit der Eröffnung des neuen Mode-Museums vergangenen Samstag ist die Erfolgsgeschichte komplett. Immer mehr Touristen, viele aus Japan, suchen zwischen den Boutiquen bekannter Designer und wilder No Names einen Grenzgang zwischen allen Genres und Reizangeboten. Es ist der wohl schrillste Einkaufsbummel, den Europa zu bieten hat: von kühl minimalistischen Auslagen über die schreienden Gräßlichkeiten von „Fish & Chips“, wo derzeit ein neuer Verkäufer gesucht wird, der eine „vlotte Babel“ hat (vor allem aber zehn Stunden lang psychedelische Tapeten bei Disko-Lautstärke aushält), bis zu dem lackglänzenden Fetisch-Angebot von „Roxy“, wo ein Rottweiler auf Kunden wartet.

Anfang September erklärte das amerikanische Magazin „Newsweek“ Antwerpen zu einer der „acht coolsten Städte der Welt“ – einem der neuen handlichen Avantgarde-Magneten, die New York, Paris, London abgelöst hätten. Anders als die Metropolen bietet Antwerpen Wohnpreise, die sich Kreative auch vor dem kommerziellen Durchbruch leisten können, und Platz, weil alte Hafengebäude und Speicher als Ateliers und Läden bereitstehen. Vor allem ver-

spricht die Stadt eine Mischung, die Lebenslust mit unkonventionellen Ideen verbindet: Rotlicht und Rubens, Hafenszene und Hochkultur, flämische Gemütlichkeit und kühler Glamour. Der Modeszene folgten Fotografen, Filmemacher, Galeristen, Barbetreiber, vor allem im Ausgehviertel „Zuid“, an dessen Rand bis Herbst 2004 ein neues architektonisches Wahrzeichen entsteht: der Justizpalast des Architekten Richard Rogers. Stolz verweisen die Stadtplaner auf die Anziehungskraft der Stadt, mit der die Stadtflucht besonders junger Familien aufgehalten wurde. Seit Ende des Jahres 2000 stieg die Einwohnerzahl um mehr als 5000 auf 451 000.

Anke Loh kam schon nach Antwerpen, als das noch nicht schick war. 1994, erinnert sie sich, „war das eher etwas für Insider“. Begeistert davon, „daß hier alles viel offener ist für Neues als in Deutschland“, bewarb die Ostwestfälin sich bei der berühmten Modeabteilung der Königlichen Kunstakademie, aus der die „Antwerp 6“ hervorgegangen war. Die Akademie hatte wenig Geld, ganz anders als heute: „Die Heizung ging nicht, es regnete rein.“ Doch die Ideen blühten. Wer das Examen schafft, weniger als zehn sind es jedes Jahr, gehört zu einer umworbenen Elite und könnte eine lukrative Stelle bei einem großen Modehaus annehmen. Doch Anke Loh wagte die Selbstständigkeit. „Reduzieren und dann den Punkt treffen“ nennt sie als Methode ihrer Arbeit. Mit ihren bisher vier Kollektionen errang sie Lob, Aufsehen und internationale Preise. Sie schätzt in Antwerpen die gewachsene Infrastruktur für Mode, vom Finanzier bis zum Fotografen, vom Schneider bis zum Showroom, und das „ganz ohne das Huschi-Puschi-Modegehabe“, das anderswo die Selbstdarstellung prägt.

Modemacher müssen in Antwerpen – mehr als in anderen Städten – kompromißlos kreativ bleiben. Doch der kommerzielle Erfolg ist auch hier, wo mehr Ungewöhnliches toleriert, ja erwartet wird, ein unverlässlicher Wunschpartner. Bisher verkaufen zwanzig Geschäfte in fünf Ländern die Kreationen, die Anke Loh in ihrer schmalen Altbauwohnung am Stadtrand zwischen Wohnküche und Schlafzimmer entwirft. Das ist weit weg von den schicken Ca-

fés des Südviertels und den Penthäusern der glasigen Neubauten am Ufer der Schelde, deren Preise sich in fünf Jahren verdoppelt haben. Doch ist ihr verstecktes WG-Atelier ein authentischerer Teil des kreativen Antwerpen als jedes schräge Schaufenster an den Modepfaden für die Touristen.

Auch Dirk Schönberger schätzt die praktischen Vorteile von Antwerpen, von der Fabrikation bis zur Finanzierung der Kollektionen. Die Betriebe, bei denen er schneiden läßt, liefern eine Qualität, die in der alten flämischen Tuchmachertradition steht. Die Banken, die ihm bei der Finanzierung helfen, kennen die Chancen und Risiken der Modebranche bestens – ganz anders als in Deutschland, „wo ich beim biederen Banker im billigen Anzug kein Darlehen für die Produktion von 2000-Mark-Anzügen bekomme“. Aber vor allem mag er Antwerpens „wilde Mischung“. Der Kölner kam als Assistent von Dirk Bikkembergs, einem der Designer der „Antwerp 6“. Seit sechs Jahren betreibt er eine Sieben-Mann-Firma mit Atelier und Lager in einer früheren Likörfabrik, arbeitet „entspannt vor sich hin“ und bringt nun erstmals auch eine Damenkollektion\* heraus. Er sagt, er würde lieber in Deutschland leben, doch das sei derzeit „völlig unmöglich“ in seiner Branche: An den entscheidenden Stellen der Mode saßen dort Verwalter. Das Land hingegen, in dem er eher unwillig lebt, inspiriert ihn, weil es Nährboden schöpferischen Durcheinanders ist, eine ständige Improvisation: „Das Auseinandernehmen und Neuzusammensetzen, das ist Belgien.“

Die Anziehungskraft erfaßt Designtalente aus vielen Ländern, zunehmend auch über die Mode-Szene hinaus. Unter den rund dreißig namhaften Modemachern Antwerpens ist das deutsche Kontingent mit fünf Designern das zweitgrößte nach den Einheimischen. Neben Anke Loh und Dirk Schönberger sind das Christoph Broich, der einen eigenen Laden führt, Bernhard Wilhelm, dessen Arbeiten bei „Walter“ geführt werden, und Stephan Schneider, von dem ein Paar Schuhe im neuen Modemuseum steht. Schneider betreibt einen Laden in der Nähe des Denkmals des berühmtesten Künstlers, der aus

Deutschland nach Antwerpen kam: Peter Paul Rubens.

Es muß von dieser Stadt etwas Anziehendes auf die östlichen Nachbarn ausgehen. Vielleicht die Antwerpener Ästhetik? „Mode aus Antwerpen hat etwas Schweremütiges. Das kommt Deutschen entgegen“, sagt Schönberger. Doch daß nun der Erfolg „auf ein Denkmal gestellt wird“, zuletzt mit Öffnung des Museums, erfüllt ihn mit leichter Skepsis. „Antwerpen“, sagt Schönberger, „muß sich mit dem Gedanken befassen, etabliert zu sein.“ Das ist nicht einfach, wenn man immer alles andere war als das. Längst ist Antwerpener Mode ein Wirtschaftsfaktor, ein Image. Es wird investiert, gebaut, ausgestellt, getrommelt. Doch die Erfahrungen mit der flüchtigen Psychologie kreativer Gruppenbildungen zeigen, daß die ersten, die eigentlichen Avantgardisten oft schon wieder auf dem Sprung sind, wenn die Masse erst einmal auftaucht.

Es ist also ein schmaler Grat, über den die Boutiquen-Touren rund um die Mode- meile der Nationalestraat führen, bei „Walter“ vorbei, bei Ann Demeulemeester, bei Dries van Noten. Die sind längst berühmt, und wen kann etwas so Etabliertes noch wirklich überraschen, verunsichern, provozieren? Mancher unbefangene Besucher wird allenfalls wegen der Preisschilder schlucken – bis er gegenüber dem „Modepalais“ von Dries van Noten unter dem Namen „van Noten“ plötzlich günstigere Angebote zu entdecken glaubt. Was bei „Dries van Noten“ ein T-Shirt kostet, ist bei „van Noten“ schon beinahe einen Anzug wert. Doch bei letzterem handelt es sich nur um einen entfernten Verwandten des berühmten Designers, der mit biederer Herrenmode Trittbrett fährt.

Sogar die arbeitende Bevölkerung trägt die „Antwerp 6“. Im Frühjahr gestaltete Walter Van Beirendonck im Auftrag der Stadtverwaltung neue Uniformen für Schaffner, Müllmänner und andere öffentliche Bedienstete. Doch die Straßenarbeiter haben sich beschwert. Sie fühlen sich geblendet von den großflächigen Reflexstreifen auf ihren Anzügen. Vielleicht ist das sogar ein Kompliment für einen Modemacher: wenn es seinem Werk gelingt, Blendwerk zu sein.