



Michael Sontag

## Eins. nach. dem. anderen.

Seine Show im Rahmen der zurückliegenden Berliner Modewoche sorgte für einige der rarer gesäten Gänsehautmomente. Autark, unmissverständlich und fesselnd wirkten die Kreationen von Michael Sontag, die nie vordergründig sind und dennoch spontane Begeisterung und nachhaltige Faszination auslösen.

Interview **Silke Bucker** // Fotos **Corrina Lecca**

Souverän und stimmig die Präsentation auf einem dank gezielt gesetzter Lichtakzente beinahe feierlich wirkenden Catwalk, untermalt von sphärischem Sound, würdevoll und anmutig die Mädchen, die in bezaubernden Seidenroben, aber auch ‚alltäglicheren‘ Hosen-Shirt-Kombis auftraten wie sinnliche Amazonen, ausgestattet mit einem unzweifelhaften Bewusstsein für das, was sie tragen. Mit seiner Sommer-Kollektion 2014 formuliert Michael Sontag ein beeindruckendes Statement. Der Prozess des Suchens und Findens, der zum ‚Erwachsenwerden‘ als Designer

dazugehört, ist damit nicht abgeschlossen, aber an einem Punkt angelangt, den man einen eigenen und selbstbewussten Stil nennen kann. Der ausdifferenziert anmutet und, anders als vielleicht vorherige Kollektionen, die nötige Selbstverständlichkeit und Präzision mitbringt, um die Kreationen nicht nur als spannende und mitunter noch rohe Idee von Mode dastehen zu lassen, sondern sie tatsächlich zu Objekten der Begierde zu machen. Silke Bucker traf Michael Sontag am Nachmittag nach seiner Show in seinem Kreuzberger Atelier.

» Ich wünsche mir, dass die Trägerin von Michael Sontag diese zufälligen Bewegungen und den Fall der Kleider genießt, anstatt sich davon beeinträchtigt zu fühlen. «

Michael Sontag

**Michael, du hast für deine Sommer-Kollektion 2014 das erste Mal mit Swarovski kollaboriert, was den Entwürfen einen tollen Twist gibt. Wie kam es zu der Zusammenarbeit?**

Die Idee fand ich immer schon spannend. Ich wollte unter Beweis stellen, dass man Swarovski Steine auch verwenden kann, ohne in eine Kitsch-Ecke abzudriften. Mir gefällt dieses Funkeln, das hat etwas total Sinnliches und fasziniert die Menschen einfach intuitiv. Man kann sich dem Effekt kaum entziehen, ob man ihn nun grundsätzlich mag oder nicht. Hinzu kommt, dass die Swarovskis mit ihrem substanziellen, skulpturalen Charakter einen sehr schönen Kontrast zu meinen fließenden Silhouetten bilden.

**Woher kommt dein Faible für Drapierungen, die bei deinen Kleidern einerseits zufällig, andererseits total bewusst wirken.**

Mich reizt einfach das dreidimensionale Arbeiten mit den Händen. Ich bin sehr praktisch veranlagt. Als beispielsweise klar war, dass ich die Kristalle einsetzen würde, habe ich zunächst ewig lange überlegt, auf welche Art und Weise. Erst als ich die Swarovskis dann tatsächlich in den Händen hielt und damit an der Puppe herumprobieren konnte, kamen mir die richtigen Einfälle.

**Du sagst, dass deine Kollektionen immer aufeinander aufbauen und eine stetige Weiterentwicklung sind.**

Ja, das liegt daran, dass ich mich in einem permanenten Kreativ-Prozess befinde. Wenn mir Ideen in den Sinn kommen, schreibe ich sie auf. Mit der Zeit entsteht eine Sammlung, aus der ich immer wieder schöpfen kann. Nicht selten greife ich auch ältere Ideen erneut auf, setze sie in einen anderen Kontext oder spinne sie weiter. Inspiration liefert mir ganz einfach das alltägliche Leben, alle möglichen Dinge oder Eindrücke.

**Es sind die menschlichen Bewegungen, die bei dir im Fokus stehen. Woher kommt das?**

Ich finde das Thema einfach superinteressant. Kürzlich war ich beispielsweise in Bangladesch. Dort tragen die Menschen auch im Alltag noch viel mehr traditionelle Kleidung, wie Saris oder Lungis, und oft einen großen Schal dazu. Ich fand es spannend zu sehen, wie diese Art der Bekleidung auch die Körpersprache verändert. Die Menschen interagieren im Prinzip permanent mit ihrer Kleidung, ohne es bewusst wahrzunehmen.

**Und wie überträgst du deine Beobachtungen schlussendlich auf deine Entwürfe?**

Nun ja, ich bekomme oft von Händlern zu hören, dass meine Kreationen schwierig sind, da sie aus so viel Stoff bestehen, was sie theoretisch erst mal nicht sonderlich tragbar zu machen scheint. Aber ich finde, das ist nur Kopfsache. Ich wünsche mir, dass die Trägerin von Michael Sontag

diese zufälligen Bewegungen und den Fall der Kleider genießt, anstatt sich davon beeinträchtigt zu fühlen. Ich sage auch meinen Models vor der Show, dass sie die Kleider ganz natürlich tragen und sich wohlfühlen sollen. Darüber hinaus geht es mir um die modische Inszenierung des Alltags. Und damit meine ich nicht, dass man jeden Tag einen großen Auftritt haben muss. Trotz einer gewissen Exzentrizität sind meine Kreationen ja nicht unbedingt laut.

**Deine neue Kollektion überzeugt vor allem mit ihrer Ausgewogenheit, einer guten Mischung aus tragbaren, starken Einzelstücken und avantgardistischen Kreationen. Findest du es bedauerlich, dass Mode in Deutschland nach wie vor eher auf ihre vordergründige Funktion beschränkt wird, anstatt sie auch als Kulturgut wahrzunehmen?**

Ich sehe Mode als etwas sehr Wichtiges an, durchaus auch als Kulturgut, und es bedeutet für mich eine schöne Herausforderung, Frauen von dieser Idee zu überzeugen. Ich finde es spannend, mich damit auseinanderzusetzen, was der Markt verträgt. Ich möchte Grenzen ausloten und herausfinden, wie weit ich gehen kann. Oft bin ich selber überrascht, was meine Kundinnen akzeptieren und besonders mögen. Beispielsweise habe ich in der letzten Saison einen Fokus auf hybride Kleidungsstücke gelegt, die man nicht eindeutig als Kleid oder Oberteil kategorisieren kann. Und die Leute fanden es toll!

**Wo verkaufst du im Moment?**

Im Quartier 206 in Berlin und bei Park in Wien. Es dürfen natürlich gerne mehr Boutiquen werden. Nach einigen Experimenten habe ich nun mit Prag Agency eine Agentur gefunden, mit der ich total happy bin. Insofern bin ich sehr zuversichtlich, dass es mit den Verkäufen zunehmend besser läuft. Was mir dabei total wichtig ist: Dass die Boutiquen, die Michael Sontag kaufen, auch ein echtes Interesse an den Kleidern haben und es verstehen, die Idee dahinter an die Kundin weiterzugeben. Es kommt tatsächlich vor, dass mir etwas gesagt wird wie: „Ich habe nicht genug Zeit, deine Sachen meiner Kundin zu erklären. Stattdessen verkaufe ich lieber drei Teile von Balenciaga.“ Diese Einstellung halte ich für bedenklich. Denn was unterscheidet ein stationäres Geschäft dann noch von einem Online-Shop? Die Kundin, die keine Betreuung benötigt oder wünscht, kauft ihre Sachen online. Das Wichtigste, worüber sich der stationäre Händler vom Online-Geschäft abheben kann, ist doch der Aspekt der persönlichen und kompetenten Beratung.

**Wie stehst du generell zu der Tatsache, dass Mode immer und überall, rund um die Uhr verfügbar ist?**

Ich glaube ehrlich gesagt, dass noch gar nicht richtig in den Köpfen der Beteiligten angekommen ist, was diese Entwicklung bedeutet. Wenn ich mir überlege, wie es früher war! Wie ungeduldig ich auf die Modeaus-



Kollektion Sommer 2014



gaben der Vogue gewartet und mich dann in bestimmte Teile verguckt habe. Um anschließend überall anzurufen, weil ich dieses bestimmte Paar Schuhe unbedingt ausfindig machen musste. Die Begehrlichkeit war einfach eine ganz andere.

**Was müsste deiner Meinung nach passieren, damit das System ein Stück weit gesunden kann?**

Ich glaube, was passieren muss, ist eine Individualisierung der Marken. Dahingehend, dass nicht mehr der Kommerz die Kollektionen bestimmt, sondern die Kreativität. Denn nur mit innovativen Alternativen zum Mainstream lässt sich wieder eine Begehrlichkeit schaffen. Den schönen Kaschmir-Mantel gibt es in vielfältiger Variation, und das ist auch gut so, aber neue und eigenständige Mode-Visionen sind als Ergänzung bewährter Codes total wichtig, um den Markt lebendig zu halten. Auch eine exklusive Positionierung im Handel trägt sicher zu einer höheren Attraktion bei, so wie es etwa Céline machen, die nicht online verkaufen. Das muss man sich aber als Marke auch leisten können. Was hinzukommt: Für die jüngere Generation ist es selbstverständlich geworden, Mode übers Netz zu kaufen. Das ist ein vollkommen normaler Bestandteil

ihres Lebens, etwas, was sie nicht missen wollen. Insofern darf man sich diesem Kanal nicht verschließen, wobei mir die Idee, es trotzdem einfach zu tun, schon sehr gefällt.

**Wie möchtest du dich letztlich positionieren mit deiner Marke, wie kommerziell darf Michael Sontag werden?**

Ich finde das Wort Kommerzialität an sich total spannend. Was es zu hinterfragen gilt, ist die Bedeutung dieses Begriffs für unsere Zeit, in der alles immer und überall verfügbar ist. Vielleicht ändert sich genau dadurch auch der Sinn von

Kommerz. Dahingehend, dass gerade die besonderen Sachen als kommerziell gelten, weil diese sich zunehmend besser verkaufen lassen und immer stärker nachgefragt werden. Sprich, man könnte Kommerzialität ja auch mit Begehrlichkeit gleich-

setzen. Dazu muss natürlich weiterhin ein Umdenken stattfinden, was den Konsum anbelangt.

**Inwieweit würdest du dich den Bedürfnissen des Marktes anpassen?**

Ich glaube, ich habe mich schon in gewisser Weise angepasst. Oft sind es ja nur Kleinigkeiten, die man verändern muss, was sich gar nicht wirklich auf den Entwurf auswirkt. Aspekte wie etwa ein Armloch, das nur so groß sein darf,

» Das Wichtigste, worüber sich der stationäre Händler vom Online-Geschäft abheben kann, ist doch der Aspekt der persönlichen und kompetenten Beratung. «

Michael Sontag

dass man den BH unter einem Kleid nicht sieht. Dinge, die mir als männlichem Gestalter vielleicht erst mal gar nicht so bewusst sind. Aber ich finde es interessant, solche Aspekte miteinzubeziehen, denn schließlich mache ich Kleidung, die getragen werden soll. Dem Umstand geschuldet, dass ich oft gefragt werde, wie meine Kreationen im Alltag funktionieren können, habe ich heute bei der Show außerdem zum ersten Mal Styling-Varianten aufgezeigt. So habe ich zu etwas komplizierteren Stücken beispielsweise ein schlichtes graues T-Shirt kombiniert, und schon funktioniert der Look.

**Mir ist aufgefallen, dass du in den letzten Tagen verschiedene Schauen deiner Kollegen besucht hast. Es ist ungewöhnlich, dass du kurz vor deiner Show die Zeit dazu hattest. Viele arbeiten bis zur letzten Sekunde an ihrer Kollektion ...**

Ja, ich war schon sehr früh fertig. Das versuche ich immer zu schaffen. Ich mag es einfach nicht, wenn die Arbeit kurz vor der Show in Stress ausartet.

**Wie beurteilst du die Entwicklung der Berliner Modewoche?**

Nun ja, es wurde ja viel gejammert, dass ‚die Großen‘ nicht mehr hier zeigen. Aber sind die Schauen von Hugo Boss oder Basler wirklich das, was Berlin interessant macht? Wohl eher nicht. Natürlich gibt es noch relativ wenige Berliner Designer, die wirklich Potenzial haben, vielleicht fünf bis zehn im Moment, aber es werden von Saison zu Saison mehr.

**Wie lässt sich erreichen, dass diese Entwicklung konstant weitergeht?**

Natürlich braucht es Zeit, sicher noch mindestens fünf weitere Jahre. Und sicher müssen es die guten Designer erst mal schaffen, sich zu etablieren. Wir haben in Berlin einfach nicht die Strukturen, über die beispielsweise London verfügt, wo aber auch viel intensiver in die Nachwuchsförderung investiert wird. Obwohl London ein echt teures Pflaster ist, hat man es dort als junger Designer sicher deutlich leichter. Aber ich möchte Berlin um Gottes willen nicht schlecht reden, auch hier bekommen wir Support. Dass ich etwa 2010 den ‚Start your Fashion Business‘-Award gewonnen habe, hat mir total viel gebracht. Auch der Vogue Salon von Christiane Arp ist eine gute Institution. Mehr und mehr potenzielle Mentoren erkennen glücklicherweise, dass es ihres Engagements bedarf, um die Hoffnungsträger des deutschen Modedesigns in Berlin zu halten.

**Ist es für dich eine Option, woanders hinzugehen?**

Ich liebe Berlin total ... und ich könnte mir vorstellen, dass es so etwas wie das zweite Antwerpen wird. In dem Sinne, dass sich Berlin als Modestadt etabliert, ohne jetzt gleich ein Epizentrum zu werden. Nichtsdestotrotz möchte ich nicht ausschließen, dass ich hier irgendwann an meine Grenzen stoße und mir überlegen muss, wie und wo es weitergehen könnte.

**Danke, Michael, für das interessante Gespräch!**

www.michaelsontag.com