

KUNIG KARL

Han hatar nostalgi, älskar smala silhuetter och gör åtta kollektioner om året. Plaza tecknar ett porträtt av giganten Karl Lagerfeld, modevärdens märkligaste man.

av ANNA BLOM





Karl Lagerfeld skapade en nygg jeanskollektion på maskinaden, så han startade en egen.

Chanel's klassiska bouclé-tyg var uppdaterad i starka färger i höstkollektion signerad Karl Lagerfeld.

Katt för Karl finns representerad på alla plagg i nya kollektionen, här på en stickad damsköning.

Karl Lagerfeld och model-
erna vinnor catwalkgolvet
via Chanel vintern av Karl-
kollektionen för 2007.

UNDER EN ENORM GLASKUPOL i Paris Grand Palais sitter solglasögonprydda damer, i påsar som skulle ha fått Peta att storma lokalen, bredvid moderredaktörer i blanka tights och puffiga överdelar. Från glaskupolens tak singlar några sista konstsnöflingor ned mot golvet innan de till slut landar på modellernas turkosa tweedboucléjackor och krutstängade håret där de står uppraddade på catwalkgolvet. Modeshuset Chanel's höst- och vinterkollektion för 2007 har precis visats i ett iscensatt vintersagoland, samtidigt som marssolens strålar envist lyst in och avslöjat säsongens rätta jag. Applåderna stegar när den smala mannen till slut visar sig på catwalkgolvet iklädd sin signaturlook: svarta solglasögon, en 1800-talsaktig, vitpuddrad bakåtkammad härtofs, vit skjorta med starkt uppståående krag med långa manschetter från Hilditch & Key och ett par supersmala, svarta skinnbyxor från Agatha Blois. På händerna bär han svarta handskar och runt halsen dinglar ett stort, kromat silverhjärta. Blotta åsynen av designern får några visningsbesökare att förjust ställa sig upp bland bänkraderna. Det dröjer säkert två, tre minuter innan applåderna avtar efter att Karl Lagerfeld har lämnat golvet.

KÄRT BARN HAR många namn, heter det. Modedesignern Karl Lagerfeld har flera, och kallas både för *Kaiser Karl* och *Kungen av mode* av världspressen. Själv föredrar den tyske designern att kalla sig *Modets evige prins*. Lagerfeldt är i dag troligtvis världens mest produktiva modedesigner, och av de få som kan haute couture-hantverket enligt den gamla skolan (en annan är italieneren Valentino). Hans eccentrica personlighet i kombination med ambitionen att parallellt leda designarbetena hos några av världens största modhus, har gjort honom till en av vår tids mest inflytelserika modedesigner. Vart han än går smattrar fotoblixtar, och i Japan kan han inte gå ut på gatan utan att bli attackerad av hysteriska fans.

Han har i flera intervjuer berättat att han inte är ett dugg intresserad av det förflutna. Det enda som spelar någon roll är nuet, och därför håller han sig ständigt uppdaterad inom konst, politik, film och musik. Hans totala avsaknad av nostalgi visade sig då Karl sålde nästan hela sitt hem på en uppmärksam auktion hos Christie's år 2000.

Efteråt lär han ha sagt: "Jag vill vara lätt. Jag vill inte äga någonting."

PÅ DET EGNA FÖRLAGET *Édition 2L* ger Karl sedan början av nollnolltalet ut böcker. Den hittills mest uppmärksammade boken är hans egen bantningskur: *The Karl Lagerfeld Diet*, som han skrev tillsammans med läkaren Jean-Claude Houdret. Boken blev

en kioskvälfärd med tanke på det livs levande resultatet – Karl Lagerfeld själv. År 2000 rasade designern nämligen 40 kilo i vikt! Orsaken till viktraset var enligt designern ett sätt att komma i före detta Dior Homme-designern Hedi Slimanes kläder. Men självdikt är detta inte den hela sanningen. Början av nittiotalet var en svår tid för designern. 1989 förlorade han sin stora kärlek, Parisprofilen Jacques de Bascher, i aids. Karl Lagerfeld skadade därefter markant i vikt, och dolde de extra kilona genom att klä sig i stora, svarta tygjackor från japanska designers som Matsuda och Yohji Yamamoto, och väffade ständigt med en enorm solfjäder för att skylla sitt redan solglasögonäktade ansikte. I dag har besattheten av Hedi Slimane, eller i alla fall hans kläder, fått honom att hålla den nya vikten de senaste sju åren.

"Min främsta ambition i livet är att bära 28-tumsjeans", har Karl Lagerfeld sagt i intervjuer.

**"I DAG HAR
BESATTHETEN AV HEDI
SLIMANE, ELLER
JALLA FALL HANS
KLÄDER,
FÅTT HONOM ATT HÅLLA
DEN NYA
VIKTEN DE SENASTE SJU
ÅREN.
"MIN FRÄMSTA AMBITION
I LIVET ÄR ATT
BÄRA 28-TUMSJEANS!"**

MEN HUR BÖRjade ALLT Egentligen?

Karl Lagerfeld föddes i Hamburg och växte upp på familjegodset i Bad Bramstedt nära den danska gränsen. Diskussionerna om Karl Lagerfelds egentliga ålder har varit många, och när författaren Alicia Drake i sin biografi *The Beautiful Fall* skrev att designern föddes 1933 och inte 1938 som han själv påstår, blev det ramaskri. Karl Lagerfeld bestämde sig senare för att stämna författarinnan.

Vad man däremot med säkerhet vet är att andra världskriget pågick för fullt under designerns uppväxt, även om Karl Lagerfelds välbärgade familj inte märkte av vare sig kriget eller matransoneringar. Redan som fyraåring började Karl att intressera sig för kläder, och insisterade på att föräldrarna skulle köpa honom en komplett garderob så han kunde byta kläder flera gånger varje dag.

Som tonåring flyttade han till Paris, och vann två år senare en designutställning anordnad av *International Wool Secretariat* i kategorin "bästa ytterkappa", samma år som Yves Saint Laurent vann priset för "bästa klänning". Efter segern följde en rad designjobb innan Karl Lagerfeld började rita haute couture-kläder för modeshuset *Patou*. Men han tröttnade snabbt. Han ville rita kläder i högre fart, och i början av sextio-talet gick Karl Lagerfeld över till att rita ready-to-wear-kollektioner för flera stora modhus. Under sjuttio-talet blir han designchef hos franska modhus. 1981 frågade Alain Wertheimer, dåvarande styrelseordförande för franska modeshuset Chanel, om Karl vill ta över designsvaret för modeshuset som gått på sparlåga sedan Coco Chaneles bortgång i början av sjuttio-talet. Karl Lagerfeld tackade ja, och lovade Alain Wertheimer att alltid rita moderna plagg för huset. Värvingen var ett lyckat drag för Chanel – i dag omsätter det franska modeshuset över fyra miljarder dollar om året. »



Karl Lagerfeld tror alla vill se nya kläder i butikerna oftare:
– Två gånger om året är för sällan, varför ska folk gå och titta på plagg de redan sett, berättar designern.



Modellerna Gemma Ward and Brad Kroenig är Karl Lagerfelds inspirationskällor bakom nya kollektionen.

VARJE ÅR RITAR Karl Lagerfeld åtta kollektioner för modehuset Chanel, fem för Fendi och flera linjer under eget namn. Han har också adderat en extra catwalkvisning för Chanel där kreaturer visas från *métiers d'art*: syateljéerna som handsyr alla skor, väskor, broderier och pärlstavlistor för Parisbaserade couturister. Just nu är han också aktuell med en ny kollektion under eget namn: *K Karl Lagerfeld*.

– Jag är trött på komplicerade namn, säger Karl Lagerfeld i pressmeddelandet om den nya kollektionen som han ritat i Paris tillsammans med grafiske designkonsulten Stephen Gan och kreativa chefen Maurice Ohayon. Stephen Gan, kreativ chef för Harper's Bazaar och en av grundarna till konstmagasinet *Visionaire*, var även den som först presenterade Karl Lagerfeld för Hedi Slimane i början av nollnolltalet.

Kollektionen, som finns i butik till hösten, är en modern livsstilskollektion för både män och kvinnor och är ritad med utgångspunkten i ett par vanliga jeans och en t-shirt. Alla plagg i kollektionen har självklart samma smala silhuett som symboliserat Karl själv de senaste åren. Färgskalan är monokrom: svart, vit och olika nyanser av grå. Jeansen i kollektionen är i klassiska femficksmodeller och av rå, otvättad denim eller vaxbehandlade.

Karl Lagerfelds egna favoritjeans i kollektionen har hög midja:

– Jag är lite trött på alla jeans med låg midja, till slut finns det ingen midja kvar alls, berättar Karl Lagerfeld. Han fortsätter:

– Jeans har invaderat världen. De passar till allt, det är nog anledningen till succén. Dessutom har jeans inget kön – de klär både tjejer och killar.

JEANS HAR INVADERAT VÄRLDEN. DE PASSAR TILL ALLT, DET ÄR NOG ANLEDNINGEN TILL SUCCÉN. DESSUTOM HAR JEANS INGET KÖN – DE KLÄR BÅDE TJEJER OCH KILLAR

Prisskillnaden mellan *K Karl Lagerfeld* jämfört med plagg ur en ready-to-wear-kollektion är stor. Vad finns det för fördelar med att rita plagg som fler har råd med?

– Jag gillar idén med att *K* (Karl Lagerfelds egen förkortning av märket, reds anm.) ska vara prisvärd, men designen måste både vara rätt och modern, och sydd i bra material. I dag, med alla framsteg som hela tiden görs inom klädproduktion, finns det ingen anledning att kläder som är billigare inte ska vara moderiktiga eller sälja bra.

SÅ VARFÖR STARTAR Karl Lagerfeld en prisvänlig klämlinje just nu? Kanske

gav samarbetet med H&M 2004 mersmak: *capsule*-kollektionen som Karl Lagerfeld ritade för klädkedjan orsakade upplopp på butiks-golven runtom i världen. Hans eget svar på den frågan är enkelt:

– Man måste börja någon gång, och det är nu.

Kollektionen, berättar han, bygger på hans högst personliga klädstil.

– Den här kollektionen är faktiskt basen i min egen klädgarde-rob, och till den kan man lägga till alla olika typer av detaljer eller fantasier... I dag är det inte så stor skillnad på kläder för kvinnor och för män. Min stil är ganska androgyn och passar alla.

Vet du något i dag som du önskat du alltid vetat?

– Det jag visste förr i tiden är inte värt något i dag, och det jag vet i dag skulle jag inte ha haft någon användning för förr, svarar Karl Lagerfeld kortfattat.

Karl Lagerfelds krassa inställning till sitt förflutna ger inte utrymme för någon sentimentalitet, men många hävdar att det är just därför som designern alltid är aktuell. ©