

Hanspeter Latour Der Kult-Trainer und die Biodiversität



DESIGNER-GUIDE

Die Top Ten der Modetalente

Nach Lagerfelds Tod und Armanis 90. Geburtstag steht eine neue Generation kreativer Köpfe bereit, **die grossen Modehäuser** zu übernehmen. Diese charismatischen Talente sollten Sie kennen.



Glenn Martens

WARUM? Glenn Martens, 41, feierte diese Saison einen Erfolg als Kreativdirektor mit dem modischen Comeback von Diesel. Das Genie brilliert in vielen Bereichen: Seine Kollektion für Jean Paul Gaultier bewies seine Couture-Kenntnisse, während das Label Y/Project an der Spitze der Mode-Avantgarde steht. Bei Letzterem kündigte er vor einer Woche seinen Posten als Kreativdirektor.

UND WEITER? Der bescheidene Belgier spricht nicht nur von der Demokratie bei Diesel, er lebt sie auch. Die Show erinnerte an die Nullerjahre, aber mit einer frischen Ästhetik. Nun muss er das Comeback der Marke auf einem kommerziell hohen Niveau halten.

STATIONEN Jean Paul Gaultier, G2, Yohan Serfaty, Weekday, Honest By Bruno Pieters, Y/ Project.

Glenn Martens integrierte klassische Referenzen der Marke Diesel der Nulleriahre.





Adrian Appiolaza

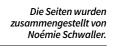
WARUM? Adrian Appiolaza, 51, hatte eine treffende Premiere als Kreativdirektor bei Moschino. Seine Erstkollektion «0» bot wahrscheinlich die fröhlichste Show der Wintersaison. So lebensbejahend, wie es bei den ironisch-satirischen Shows des Gründers Franco Moschino nicht immer der Fall war.

UND WEITER? Das Debüt ist für den Designer ebenso wichtig wie für die Marke, die eine lange Übergangsphase hinter sich hat. Weil der Argentinier für die Kollektionsgestaltung nur sechs Wochen Zeit hatte – da der Gucci-Veteran Davide Renne, ursprünglich für die Nachfolge von Jeremy Scott vorgesehen, plötzlich verstorben ist – sollte man Appiolaza nun Zeit geben, seine eigene Stimme einzubringen.

STATIONEN Alexander McQueen, Miguel Adrover, Chloé, Miu Miu, Louis Vuitton, Loewe.



62 SCHWEIZER ILLUSTRIERTE
SCHWEIZER ILLUSTRIERTE





Matthieu Blazy

WARUM? Matthieu Blazy, 40, seit November 2021 Nachfolger von Daniel Lee als Kreativdirektor bei Bottega Veneta, möchte das Gewöhnliche aussergewöhnlich machen. Zum Beispiel ein simples weisses Top zur Bluejeans, aber beides aus feinstem Leder gefertigt. Es geht ihm um das Handwerk und die Frage. wie man Innovation in das einbringt, wofür die Marke seit Langem bekannt ist.

UND WEITER? Bei Bottega dreht sich alles ums Metier, aber viele sehen dies belgische Matthieu Blazy möchte «etwas mega Handwerkliches machen, das auch

STATIONEN Raf Simons, Maison Martin Margiela, Balenciaga, Céline, Calvin Klein.



als etwas Verstaubtes an. Der französischextrem real ist».

Simon Porte Jacquemus

WARUM? Das nach dem Mädchennamen seiner verstorbenen Mutter benannte Label Jacquemus von Simon Porte Jacquemus, 34, das er 19-jährig lanciert hat, ist durch virale Produkte wie die Mini-Chiquito und Bambino-Tasche omnipräsent

UND WEITER? Jacquemus verfolgt eine Ästhetik, die er als «Pop-Luxus» bezeichnet. Im letzten Jahr erwirtschaftete seine Firma Schätzungen zufolge rund 280 Millionen Euro. Unternehmer und Designer zugleich zu sein, ist das, was dem Franzosen am besten gefällt.

STATIONEN Um sein Label zu finanzieren, heuerte Simon Jacquemus in der Boutique von Comme des Garçons in Paris an.

Für seine verspielten Kreationen dekonstruiert Jacquemus gern typisch französische Konzepte und nennt seine Kollektion «Les Sculptures».



Phoebe Philo

WARUM? Neben finanziellem Erfolg bei Céline, das für seine schnörkellose Ästhetik bekannt ist, hat sich Phoebe Philo, 50, eine treue Anhängerschaft von «Philophilen» aufgebaut. Lange erwarteten diese ein eigenes Label der Britin - mit kantigem, luxuriösem Minimalismus. Im Oktober 2023 ging dieses an den

UND WEITER? Die Anziehungskraft der Marke liegt in ihrer Exklusivität, gekennzeichnet durch limitierte Kollektionen. Die entscheidende Herausforderung der Britin besteht darin, zu skalieren, ohne an Exklusivität und Luxus einzubüssen. STATIONEN Chloé, Gucci, Céline.

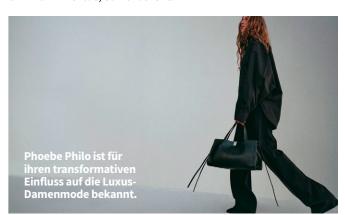


Chemena Kamali

WARUM? Chemena Kamali, 43, hat eine echte Verbindung zur Marke Chloé und deren Geschichte, da sie schon zweimal dort gearbeitet hat: unter Phoebe Philo wie auch unter Clare Waight Keller. Für ihr Debüt wählte sie eine Modestrecke von Karl Lagerfeld von 1977 für Chloé als Grundlage der Kollektion.

UND WEITER? Man sieht die schweizerisch-deutsche Kamali als Verkörperung von Chloé und als lebensfrohe Botschafterin. Als Nachfolgerin von Gabriela Hearst baut sie auf der Vision auf, die Gaby Aghion und Karl Lagerfeld zu Beginn der Maison definiert hatten. Ihre Herausforderung wird sein, wie sie den Bestseller, die Handtaschen, entwickelt.

STATIONEN Chloé, Saint Laurent.



64 SCHWEIZER ILLUSTRIERTE