

LITTLE BOOK OF

CHANEL

BY LAGERFELD

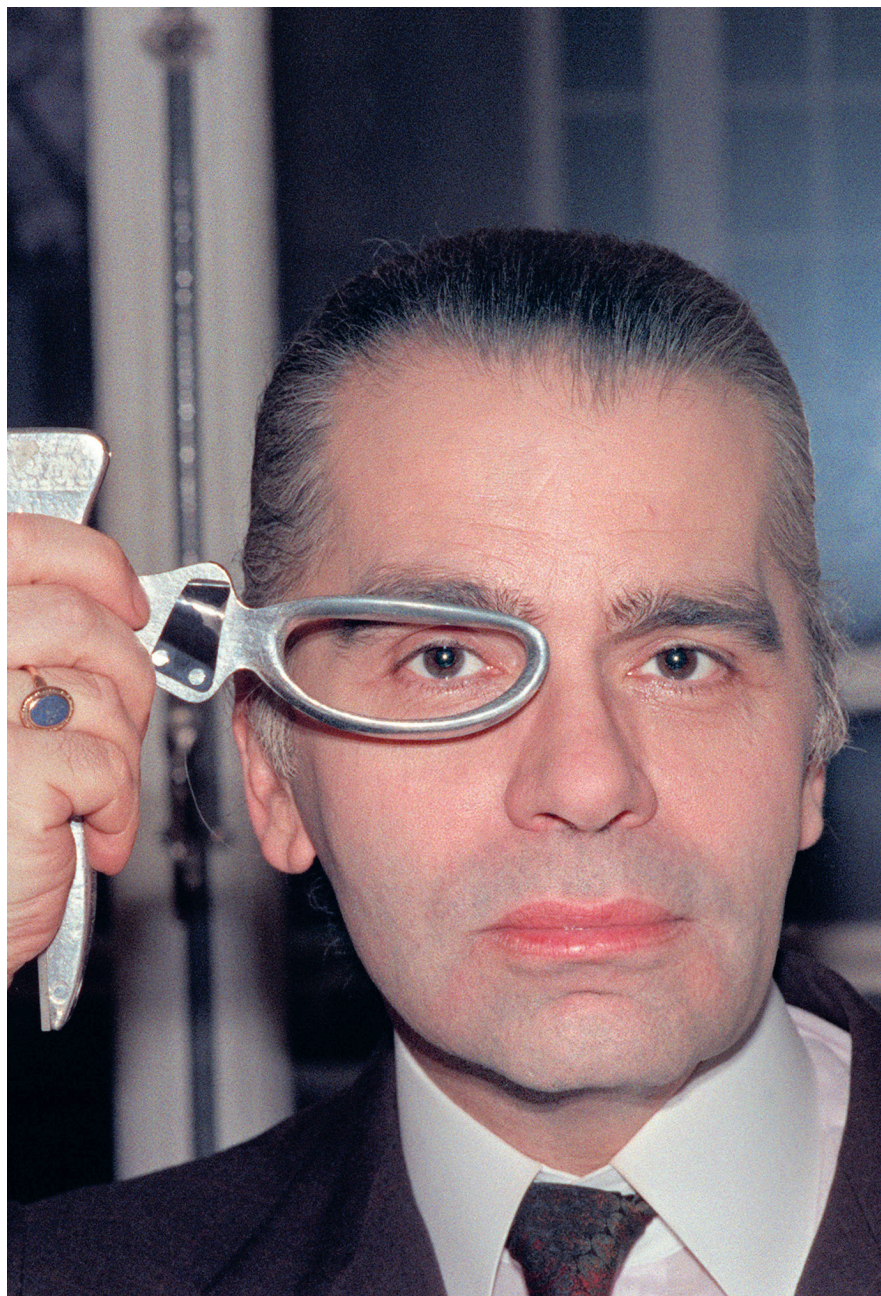
Het verhaal van de iconische
modeontwerper

EMMA BAXTER-WRIGHT

The background consists of a complex, abstract geometric pattern of black and white shapes. The shapes are primarily triangles and quadrilaterals, some of which are nested or overlapping, creating a sense of depth and movement. The overall effect is a high-contrast, minimalist design.

INHOUD

INLEIDING	06
JONGE JAREN	10
DE UITDAGING	26
DE GROEI VAN HET MERK	40
WERELDFAAM	62
DE MUZES VAN CHANEL	82
ATELIERKUNST	96
BEELDBEPALENDE CAMPAGNES	116
SHOWS VAN WERELDFORMAAT	130
REGISTER.....	156
VERANTWOORDING	160





INLEIDING

'Men denkt weleens dat mode alleen voor
sterren is, maar dat is niet zo.'

KARL LAGERFELD

De eerste pogingen van de flamboyante Duitse modeontwerper Karl Lagerfeld waren al meteen productief en ambitieus – hij was nog maar 21 jaar. Doordat hij zich niet beperkte tot één genre, oefende hij invloed uit op trends in allerlei gebieden. 'Ik wil een mondiaal modefenomeen zijn dat slechts uit één iemand bestaat,' vertrouwde hij het tijdschrift *Women's Wear Daily* (WWD) in 1984 toe. Dat was nog voordat hij dé autoriteit in de modewereld werd en het vakgebied de daaropvolgende 35 jaar zou domineren. Zijn enorme toewijding en werkethos, en zijn uitzonderlijke neus voor de tijdsgeest zouden een onoverwinnelijke formule blijken. Het enige geheim voor zijn opvallende succes? Hard werken en discipline. 'Het leven en het lot zijn ons niets verschuldigd, je moet ervoor werken,' zei hij in 2007 tegen Rodolphe Marconi, toen hij terugblikte op zijn carrière.

Doordat hij volledige creatieve vrijheid eiste, werkte hij als freelancer en introduceerde deze werkwijze daarmee in de sector. Toch zou zijn naam voor altijd verbonden blijven aan het Huis Chanel, het modehuis waarmee hij zijn succesvolste en lucratiefste contract tot 2045 afsloot. Een waarzegger had Lagerfeld al vroeg in zijn carrière voorspeld dat zijn leven pas echt zou beginnen als dat

LINKS Een serieuze blik zonder zijn kenmerkende zonnebril
in de ontwerpstudio, in 1987.

van anderen zou ophouden – en zo geschiedde. De moderevolutie die Gabrielle ‘Coco’ Chanel in 1910 was begonnen, ontwikkelde zich onder zijn bezielende leiding tot een miljardenindustrie met universele uitstraling. Tegelijkertijd wist hij zijn eigen roem en reputatie tot supersterrenstatus te verheffen. Toen hij in 1983 het roer overnam, wilde hij de kenmerkende details van Chanel integreren in zijn ontwerpen en tegelijkertijd breken met de traditionele esthetiek: ‘Eerbied heeft geen zin,’ zei hij. Hij bracht dan ook een gezond gebrek aan eerbied mee, dat zich uitte in de vorm van doorgestikte muiltjes, minirokjes met pailletten en bikini’s met monogram. Zo veranderde hij het modehuis snel in een van ’s werelds meest begeerde merken. Op de drempel van de nieuwe eeuw was hij de eerste die de aardverschuiving van de digitale revolutie in modelandschap voorzag. Hij maakte van zijn catwalkshows adembenemend theater vol belevenis en wist met de filmische beelden daarvan ook een nieuw onlinepubliek te bereiken.

Hij kon mensen scherp van repliek dienen, maar hoe ouder hij werd, des te groter was zijn humor. Lagerfeld gaf graag zijn ongezouten mening (‘Joggingbroeken zijn een teken dat je het opgegeven hebt.’). Dit leverde hem zijn bijnaam Kaiser Karl op, in een industrie waar zijn invloed zo groot was dat hij ongestraft kon oordelen over zaken als goede en slechte smaak. De zelfverkleerde koning was een enigma. Hij werd zelden gezien zonder zijn trouwste metgezel Choupette, een donzige Birmese kat die hij in 2011 had geadopteerd en die een eigen productenlijn en meer dan 200.000 volgers op Instagram had. Lagerfeld genoot van zijn eigen imposante persoonlijkheid. Hij droeg overal en altijd hetzelfde: wit shirt, zonnebril, zijn haar in een opgekamde staart en met vingerloze bikerhandschoenen versierd met Chrome Hearts-ringen zo groot als golfballen. Deze zorgvuldig bedachte karikatuur van hemzelf was een vorm van zelfbescherming tegen persoonlijke kritiek. Zijn tomeloze energie stopte hij niet alleen in de mode, maar ook in operakostuums, fotografie en film, hij ont-

wierp hotels, meubels, muziekinstrumenten en maakte prachtige illustraties. Hij was een zeer getalenteerde politiek cartoonist (hij noemde zijn spotprenten 'Karliaturen') en publiceerde regelmatig in het Duitse maandblad *Frankfurter Allgemeine Zeitung*.

Naast al zijn successen zal Lagerfeld vooral worden herinnerd als de diamant in de buitengewoon schitterende kroon van Chanel. Lang geleden moderniseerde hij het Huis Chanel met een energieke uitstraling die onmiddellijk herkenbaar is en ook zijn persoonlijke status als invloedrijkste ontwerper van de 20e en 21e eeuw is nog altijd onovertroffen.



LINKS De beroemdste ontwerper ter wereld, die bekendstond om zijn snedige gevoel voor humor, stak graag de draak met zichzelf.

The background features a complex, abstract geometric pattern composed of various black and white shapes, including triangles, quadrilaterals, and polygons, creating a dynamic and modern visual effect.

**JONGE
JAREN**





ÉÉN ENKELE AMBITIE

De jonge Karl-Otto Lagerfeldt (10 september 1933), kind van ouders die al op leeftijd waren, bracht zijn jeugd door in Hamburg, een bruisende wereldhaven langs de Elbe in Noord-Duitsland.

Zijn moeder zei vaak tegen hem dat Hamburg ‘de poort naar de wereld’ was, maar voor een vroegrijp jongetje dat al heel jong ervan overtuigd was dat hij beroemd zou worden, was de haven niet meer dan een weg waarlangs hij kon ontsnappen.

De zakenman en geboren Hamburger Otto Lagerfeldt was een weduwnaar van 49 jaar met een jonge dochter, Thea, toen hij in 1930 met een aantrekkelijke Pruisische trouwde, de 17 jaar jongere gescheiden Elisabeth Bahlmann. Het jaar erop beviel ze van een meisje, Martha Christiane (Christel) en twee jaar later kwam hun zoon, Karl-Otto Lagerfeldt. Aanvankelijk woonde het gezin in de welvarende wijk Bours Park. Nog voor 1939 besloten ze echter te verhuizen naar een ruime woning in het provinciestedje Bad Bramstedt in Sleeswijk-Holstein, 40 km ten noordoosten van Hamburg. De jonge Karl was slim en leergierig.

LINKS Op de foto naast zijn voortreffelijk ontworpen jas waarmee hij in 1954 de wedstrijd van de International Wool Secretariat won, die jaarlijks in Parijs plaatsvond. Dankzij deze prijs verwierf hij zijn eerste werkplek bij Pierre Balmain.

Hij kon op zijn vijfde al vloeiend Duits lezen en schrijven, maar sprak ook een aardig mondje Frans en Engels (een vaardigheid die hij zichzelf aanleerde zodat hij kon begrijpen waar zijn ouders het over hadden als ze niet wilden dat hij hun gesprekken kon volgen). Hij was geobsedeerd door tekenen. Op de Jürgen Fuhlendorf-school te Bad Bramstedt was hij erg op zichzelf. Hij ging vaak gekleed in een net overhemd met stropdas en toen hij tien was, liet hij zijn haar groeien. Hij wilde niet op zijn klasgenoten lijken en meedoen met hun kinderachtige spelletjes. Jaren later sprak hij met het tijdschrift *ID* over zijn jeugd en herhaalde waarom hij opzettelijk voor een geïsoleerd bestaan had gekozen: 'Ik haatte kinderen. Ik speelde niet met kinderen. Ik had nooit speelgoed, ik wilde alleen maar schetsboeken, potloden en leesboeken. Ik heb nooit iets anders gewild in mijn leven.'

Zijn artistieke moeder had een scherpe tong, maar aanbad en beschermde hem ook. Hij trok meer naar haar dan naar zijn vader, die een fortuin had vergaard door gecondenseerde melk te promoten voor de Duitse tak van de American Milk Products Company en vaak weg was. Zijn moeder nam hem in 1950 mee naar zijn eerste modeshow in de Palais Esplanade te Hamburg. In het naoorlogse Duitsland, waar men niets liever dan de dagelijkse werkelijkheid wilde ontvluchten, woonden Elisabeth en haar 17-jarige zoon een betoverende show bij van de Parijse couturier Christian Dior, die onlangs wereldberoemd was geworden vanwege de elegante lijnen van zijn revolutionaire New Look-collectie. De show maakte grote indruk. 'Ik was er weg van, de sfeer, het beeld, het idee van een dergelijk leven,' vertelde hij in 2007 aan John Colapinto van de *Observer*. De liefde was zo groot dat hij naar Parijs besloot te gaan om zijn geld in de mode te verdienen.

Hoewel hij geen eindexamen had gedaan, kreeg Karl zijn ouders zover dat hij zijn opleiding mocht afronden aan de Lycée Montaigne te Parijs, met als hoofdvakken geschiedenis en tekenen. Aangezien de Duitse economie in duigen lag, was de

RECHTS Vloeiende lijnen en een fantasievul kleurgebruik illustreerden Karl Lagerfelds werk voor Chloé, waar hij in de jaren 70 zijn reputatie als visionair ontwerper vestigde.





BOVEN Karl Lagerfeld werkte al vanaf 1961 bij Jean Patou en leerde zo de haute couture en de kneepjes van het vak kennen.

familie er al snel van overtuigd dat er geen toekomst voor hun zoon weggelegd was op het platteland van hun vaderland. Elisabeth had er alle vertrouwen in dat haar getalenteerde jongen, die beschikte over een sterk overlevingsinstinct, precies wist wat hij wilde. Bovendien had zijn vader ook een kantoor in Parijs, dus leek de stad niet al te ver weg. In Parijs vond hij zichzelf opnieuw uit: hij liet de 't' in zijn achternaam achterwege en het duurde niet lang voordat zijn talent ontdekt werd. Elk jaar organiseerde International Wool Secretariat een prestigieuze modewedstrijd en in dat jaar, in 1954, zaten Hubert de Givenchy en Pierre

Balmain in de jury. Maar liefst zesduizend ambitieuze modeontwerpers streden mee, maar de jonge Duitser diende schetsen en stofmonsters in voor verschillende ontwerpen en werd uitgeroepen tot winnaar in de categorie Jassen voor zijn gedurfde, narcisgele wollen jas op knielengte met een rechte snit langs het sleutelbeen en een enorme gesp als detail. Een pijnlijk verlegen negentienjarige Yves Saint Laurent werd ook winnaar, in de categorie Jurken, met een elegant zwart avondjurkje. Lange tijd waren de twee jongemannen, die samen op de foto gingen als winnaars en die allebei snel carrière maakten in hetzelfde vakgebied, dikke vrienden. Pierre Balmain bood Lagerfeld een baan als assistent in zijn succesvolle modehuis. Deze eerste voorzichtige stappen in een carrière in de haute couture zouden van onschatbare waarde blijken: hij kende de ateliers vanbinnen en vanbuiten.

‘Ik begon bij Balmain als studiotekenaar. Je moest de bestaande jurken uittekenen voor de inkopers en de klanten. Jurk voor jurk, al het borduurwerk, elke knoop, elke bloem. Doe dat drie jaar lang en je leert wel tekenen,’ vertelde hij Susannah Franckel in 2015. Al snel werd hij gepromoveerd tot Balmain’s assistent, maar na drieënhalft jaar vertrok Lagerfeld naar Jean Patou. Hij ontwierp onder de naam Roland Karl en was verantwoordelijk voor de productie van twee collecties van 65 jurken per jaar. ‘Niet veel voor een jongeman’ in ‘niet het meest modieuze huis ter wereld,’ zo herinnerde hij zich later.

In zijn tijd bij Patou leerde Lagerfeld over techniek, van de chef die het atelier al sinds de opening in 1919 leidde. ‘Frans materiaal was het beste ter wereld, vooral met namen als Rodier en Lesur. Ik leerde alle technieken van de jaren 20. Misschien verloor ik hier tijd op het gebied van creativiteit, maar zeker niet aan kennis en praktijkervaring.’ Na vijf jaar in de exclusieve omgeving van de couture wilde Lagerfeld meer, hij ‘verveelde zich dood’ bij het langzame tempo van Patou. Bovendien voelde hij meer voor iets wat dichter bij hem lag, spannender was en net in opkomst:

RECHTS In de jaren 70 kwam de korte broek in de mode, toen vrouwen mede dankzij de vrouwenbeweging vaker kleding gingen dragen die gewoon lekker zat.

nieuwe confectiecollecties met een complete look. In 1963 begon Lagerfeld voor zichzelf als ontwerper en had meerdere klanten. Hij ontwierp niet alleen dameskleding, maar ook schoenen, tassen en accessoires voor allerlei Europese merken zoals Max Mara, Ballantyne en Charles Jourdan. Ook werkte hij voor Krizia: 'Die jaren met Mariuccia Mandelli was het Prada van nu,' herinnerde hij zich. Hij was de eerste freelanceontwerper, een manier van werken die hij de vijftig jaar erna zeer succesvol zou toepassen. Hij ging meerdere werkverplichtingen aan en bood zijn talent nooit exclusief aan, aan geen enkele onderneming. Hij verklaarde tegen Bridget Foley van *WWD*: 'Ik freelancete veel. Dat deed ik graag, want ik haat het om gebonden te zijn aan één enkel iets.'

In 1963 liet hij een paar schetsen zien aan Gaby Aghion, een stijlvolle Française van Egyptische komaf die Chloé, een confectiemerk voor het hogere segment, had gelanceerd. Chloé bracht twee collecties per jaar uit, ontworpen door verschillende stylistes die onder haar algehele artistieke leiding opereerden. In het begin leverde Lagerfeld slechts een of twee ontwerpen per collectie, maar hij onderhield al snel een briljante werkrelatie met Madame Aghion. En terwijl de andere ontwerpers stopten (vaak om een eigen lijn te beginnen), won hij haar vertrouwen en benoemde ze hem tot hoofd van de ontwerpafdeling. De mode veranderde snel: de arbeidsintensieve productie van haute couture, waarbij er meerdere keren gepast moest worden om de plechtige elegantie perfect te krijgen, leek inmiddels saai en ouderwets. De moderne ontwerpen die Lagerfeld voor Chloé bedacht, trokken een ander type klant aan die eenvoudige confectiekleding wilde die er netjes uitzag en lekker zat. Door ontwikkelingen in de massaproductie konden fabrieken gebruikmaken van nieuwe technologie als ze met moderne stoffen werkten. Daardoor konden ze betaalbare prijzen bieden, terwijl ze nog steeds producten van zeer hoge kwaliteit afleverden. Lagerfeld was productief, beschikte over een commercieel instinct en liet zich inspireren door van alles en nog





Niet één maar twee iconische ontwerpers hebben hun stempel op het modehuis Chanel gedrukt en het tot bloei gebracht.

De topstukken van het modehuis (het zwarte jurkje, het tweedkostuum, de imitatiesieraden en de parfums) werden gecreëerd door Gabrielle 'Coco' Chanel, ingegeven door haar leven, reizen en smaak, en het was Karl Lagerfeld die deze erfenis op ingenieuze wijze naar de moderne vrouw wist te vertalen.

In dit prachtig geïllustreerde *Little Book of Chanel – by Lagerfeld* wordt het verhaal verteld van Lagerfelds periode bij Chanel. Van zijn eerste dagen bij het modehuis in de jaren 80 tot zijn creatieve toepassing van het Chanel-logo op motorlaarzen en een ruimteraket: het bewind van 'Kaiser Karl' is niets anders dan legendarisch. Dit boek behandelt zijn meest exquisite stukken, de adembenemende catwalkshows en continue heruitvinding waardoor Chanel het meest toonaangevende haute-couturehuis ter wereld is gebleven.

**KOS
M•S**

NUR 452
Kosmos Uitgevers,
Utrecht/Antwerpen



9 789043 925457

www.kosmosuitgevers.nl