

Perfekt inszeniert



Die Aargauerin Jaz Brunner, die eigentlich Jasmin heisst, lässt uns auf ihrem Instagram-Kanal auf faszinierende Art an ihrem Leben teilhaben. Längst ist aus ihr eine Unternehmerin geworden, die Firmen berät und ein eigenes Modelabel betreibt. Auf dem Schweizer Markt ist sie mit ihren 40 000 Abonnentinnen und Abonnenten die perfekte Botschafterin für Marken wie *Acqua di Parma*, *Tom Ford*, *Dior*, *Hermès*, *La Mer*, *Estée Lauder*, *Saint Laurent*.

Ganz persönlich

«Fashion, Kunst und Digital Story Telling interessieren mich schon lange.»

Jaz Brunner

Interview

Livia Baettig

Fotos

Alex Lambrechts



Schaut man sich deine Beiträge auf Insta an, ist dies eine Mischung aus ausgeklügelter Szenerie und zufälligen Pics. Stimmt das?

JB Es gibt sie, diese Schnappschüsse mit dem Handy. Spontan und persönlich. Hinter den meisten Bildstrecken und Kampagnen steckt jedoch ein professionell ausgeführtes Konzept. Wir inszenieren gerne Editorial Style Shootings, die Emotionen wecken und inspirieren. Social Media ist mein kreatives Venil.

Wer steht hinter der Kamera?

JB Meistens mein Mann Alex Lambrechts. Wir sind ein gutes Team. Er ist ein internationaler Modefotograf, Filmautor und arbeitet an Museums-Kunstprojekten. Ich arbeite auch mit anderen Fotografen. Vor allem an Kundenproduktionen, Events oder Fashionweeks. Manchmal ist es mit Alex nicht koordinierbar. Wir haben beide separate Karrieren, aber unterstützen uns gegenseitig enorm. Am liebsten arbeite ich mit ihm.

Die Liaison könnte besser nicht sein. Wo habt ihr euch denn kennengelernt?

JB Ich habe gute zehn Jahre lang in London und NYC gelebt. Wir haben uns über Freunde kennengelernt. Er ist in Uruguay geboren und in Sydney aufgewachsen. Wir sprechen nur Englisch miteinander, darum ist mein Deutsch zum Teil etwas vermischelt! Seine Passion ist Kunst und Fotografie. Wir ergänzen uns gut. Wir sind beide Perfektionisten und wissen, was wir wollen. Auch visuell.

Was läuft im Moment besonders gut auf Instagram?

JB Kurze 5-Sekunden-Reel-Videos. Der aktuelle Algorithmus sorgt dafür,

dass kurze Reels eine grössere Chance haben, mehr Abonnenten zu erreichen, weil sie eher bis zum Ende geschaut werden. Ich bin mir solchen Trends und Algorithmus-Anpassungen jeweils bewusst und versuche mich dynamisch anzupassen, bleibe meinem Stil aber treu und übertreibe nicht. Man könnte immer mehr und besser und anders, aber es geht darum, seine eigene Linie beizubehalten und die Leute nicht zu langweilen. Vor allem im Luxus- und Premium-Bereich gilt: «quality over quantity» und «less is more».

Wie geht ihr vor bei einem Auftrag?

JB Brands teilen Briefings, worin Kampagnenthema und Tabus vermerkt sind. Es werden zeitliche Ko-

ordinierungen angegeben, die gewünschte Anzahl Posts und andere Verpflichtungen wie Veranstaltungsteilnahmen, Budget, Verlinkungen und technische Vorgaben. Man ist aber ziemlich frei in der Ausführung. Firmen suchen ihre BotschafterInnen sorgfältig aus, schauen sich deren Arbeiten und Auftritt genau an, bevor sie sich auf eine Kooperation einlassen. Darum besteht oft bereits ein gegenseitiges Verständnis. Einige der internationalen Beauty- und Fashionlabels haben ihren kreativen Hauptsitz in Paris, also werden Entscheidungen dort getroffen.

Das klingt nach richtig viel Arbeit.

JB Schon, ja. Es geht um Planung, Konzepte, Locations, Outfits und die



Der «Ivory Cashmere Sweater» im oversized Look ist perfekt auch für einen lauen Sommerabend.

Ganz persönlich



Ausführung. Wir nutzen immer professionelles Foto-Equipment. Es wäre mir unangenehm, etwas abzuliefern, das qualitativ schlecht ist. Wie bei herkömmlichen professionellen Photoshootings müssen wir hie und da um 5 Uhr früh aufstehen, um gutes Licht zu haben oder ein paar Tage abwarten und verschiedenste Locations aufsuchen. Es bringt nichts, Fotos zu kreieren, die einem nicht gefallen und uninspirierend sind. Sich nach einem Shooting die richtigen Fotos

auszusuchen oder ein Video zusammenzuschneiden (das sogenannte editing) kann zusätzliche Tage in Anspruch nehmen. Das richtige Kuratieren ist eine der wichtigsten Stufen des Kreativprozesses und kann total schön sein.

Gibt es auch ein GzD, ähnlich wie im Print?

JB Vor dem Publizieren einer Kampagne schickt man Fotos, Videos und Texte zur Abnahme, damit Korrek-

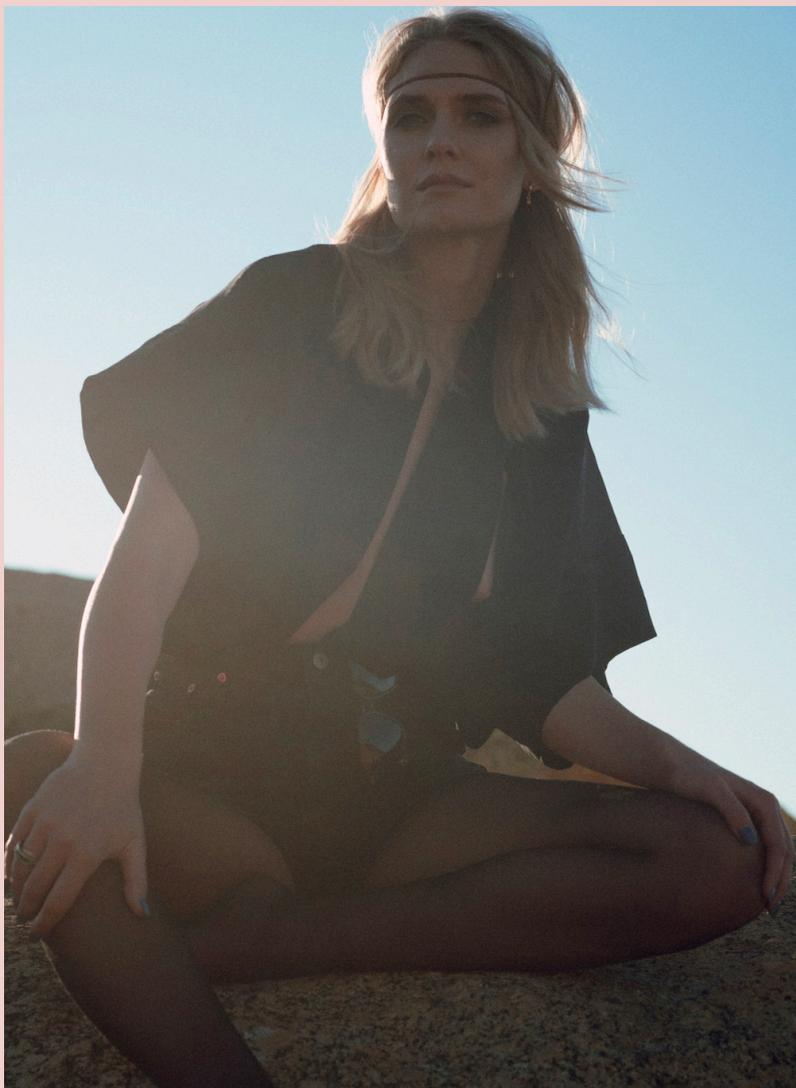
turen vorgenommen werden können. Nach dem Posting schickt man seine «Insights» zum Kunden. Diese zeigen, wie viele Leute den Beitrag gesehen und darauf reagiert haben, damit sie ihre Campaign-Reports zusammenstellen und ihre digitalen Kampagnen messen können.

Warum setzen viele Labels auf Influencer?

JB Marken bekommen durch die Zusammenarbeit mit Influencern eine

«Sie sind selten, aber es gibt sie, diese perfekten Schnappschüsse mit dem Handy.»

Jaz Brunner



«Das Wichtigste ist, Spass zu haben, an dem was man tut.»

Jaz Brunner

messbare, authentische Reichweite, ohne sich selbst um Fotoproduktionen oder das Publikum kümmern zu müssen.

Es ist interessant, zu sehen, wie jeder auf eigene Art und Weise inszeniert, im Gegensatz zu einer TV-Werbung oder einem Magazin, in welchen immer wieder gleiche, perfekte Inserate-Sujets gezeigt werden. Abonnenten haben eine digitale Beziehung zu den Leuten, welchen sie folgen, lieben etwa deren Stil und nehmen Vorschläge gerne an. Damit bekommen Marken den Vorteil der «Mundpropaganda». Die stärkste Verkaufskraft.

Lässt es sich davon gut leben?

JB Social-Media-Aufträge sind gut bezahlt. Müssen sie auch, da viel dahintersteckt. Man hat seine Abonnenten, die man sich aber erst aufbauen musste. Man plant, kreierte, produziert, kommuniziert, bucht Teams, nutzt Ausrüstung, styler, sucht Locations, verkauft Werberechte etc. Wegen des Geldes macht man das dennoch nicht. Da gäbe es zig berechenbarere, weniger kompetitivere und leistungsfähigere Berufe. Sowas tut man aus Liebe und Passion. Man muss es gerne machen und Spass damit haben. Die Selbständigkeit liegt nicht jedem.

Für dich ein Traumjob?

JB Mir gefällt es momentan sehr. Für mich ist Social Media eine gute Kombination, meinen vielen Interessen wie Story Telling, Medien, Kunst, Fashion, Beauty, Modeling, Acting zu folgen. Ich bin schon seit ich 18 bin im Business. Zuerst als Vollzeit-Model, damals gab es Social Media noch nicht. Mit 29 habe ich neben dem Modeln in London eine Marketing-Agentur gegründet, mit der ich Fotoproduktionen leitete, FotografInnen und StylistInnen vermittelte. Nun kann ich alles kombinieren. Mir machen auch die Brand-Trips und Events Spass. So habe ich mir viele Freundschaften aufgebaut.

Ganz persönlich

Betreibst du die Aгенur in London immer noch, jetzt wo ihr im Kanton Aargau lebt?

JB Auf jeden Fall. Mit meiner «Rogues Agency» bieten wir Gesamtkonzepte, Social Media Consulting, Fotoproduktionen, kommerzielle Bildlizenzierungen usw. an. Da ich selbst in Mailand, New York und London lange als Model gearbeitet habe, verfüge ich über viele Kontakte. Alex ist auch viel involviert. Wir haben einige Vertragskunden, und es gehören einige grosse internationale Marketing-Agenturen zu unseren regelmässigen Auftraggebern.

Wie steht es mit dem Modeldasein? Wann tickt die Uhr?

JB Ich bin 35 Jahr alt. Models haben kein Verfalldatum mehr. Meine Kollegin Carmen ist 80 Jahre alt und immer noch eine gefragte Persönlichkeit, die für Top-Marken mit Herzblut vor der Kamera steht. Auch auf dem Laufsteg!

Wird das nie langweilig?

Bei einigen Aufträgen, bei denen Look-Veränderungen oder Creative Moods zum Einsatz kommen, liebe ich es, in andere Charaktere zu schlüpfen. Das ist meine Berufung, seit ich Teenie bin, und das Element, welches mir am Modeln schon immer am besten gefiel. Klar, wenn man es jeden Tag macht, kann es körperlich sehr intensiv sein und mental nicht selbstbestimmt genug oder sogar zwecklos erscheinen. Heute habe ich aber genug Selbstbestimmung und mehr als genug herausfordernde Arbeit. Daher ist es eine sehr willkommene Abwechslung und Balance. Also bitte mehr davon!

Welche wichtigen Nachrichten möchtest du auf Social Media kommunizieren?

JB Generell kommuniziere ich gerne das bewusstere Konsumieren. Man soll die Sachen, die man besitzt, wertschätzen, lieben und pflegen. Qualität ist wichtiger als Quantität. Bei Fashion soll man auch kleinere Labels und Designer nicht vergessen. Style ist langlebig und die Details sind wichtig. Trends können Spass machen, man muss aber nicht unbedingt alles mitmachen. Primär geht es darum, sich mit seinem Stil empowered zu fühlen und sich immer wieder an kleinen Sachen freuen zu können. Das kann ein Duft, Kosmetik, Kleidung oder ein Ort sein. Ich antworte jeweils mit meinem eigenen Style Twist darauf. Das macht meine Markenbotschaft exklusiv. Jeder ist individuell.

Wie würdest du deinen Stil beschreiben?

JB Mein Dress Style ist eine Mischung: «attainable and aspiring». Damit meine ich eine Kombination von Sachen, die sich jeder leisten kann, gemischt mit inspirierenden Objekten. Vor allem Stücke meiner Lieblingsdesigner. Ich mag zeitlose Mode mit den richtigen Schnitten und Materialien. Natürlich habe ich auch hin und wieder Fun mit ein paar saisonalen Stücken, mit poppigen Farben oder Designs, auch für meine «Collaborator-Marken».

Was bedeutet materieller Luxus für dich?

JB Auf Dauer sind schöne Materialien und zeitloses Design ultimativer Luxus. Dazu gehört auch, sich die richtigen Prioritäten zu setzen. Das gilt für alle Lebenslagen, nicht nur bei materiellen Entscheidungen. Wenn man die richtigen Prioritäten setzt, fühlt man sich besser. Leichter.

Auf Fashion bezogen: Kauft man ein sehr spezielles Stück, kann man es sogar später wieder verkaufen oder weitergeben. So haben Kleider oder Schuhe eine lange und vor allem eine positive Lebensdauer. Dazu kommen Emotionen und Erinnerungen. Wo hat man ein Stück gekauft, wo hat man es getragen, wie hat man sich darin gefühlt?

Fast Fashion geht gar nicht?

JB Bei billigen Sachen fällt mir auf: Ein Stück sitzt schlecht, geht kaputt, und man muss es wegwerfen. Dazu kommen billige Materialien, die in der Waschmaschine Microplastics abgeben. Wir Menschen schmeissen jedes Jahr 5,8 Millionen Textilien weg! Ich finde das schockierend.

Hast du deshalb eine eigene Kleidermarke geschaffen?

JB Die Idee dazu entstand in der Coronazeit. Ich wünschte mir einen Pulli, der so universell ist, dass man ihn zu allen Gelegenheiten tragen kann: Am Morgen zum Yoga, ins Büro, stylisch mit High Heels am Abend, als Flugbegleiter etc. Das Wunderbare

daran ist sicher der Schnitt. Der Pulli sitzt locker. Am besten trägt man ihn direkt auf der Haut. Er hat eine hauchzarte Haptik und besteht aus einer Kaschmir-Wollmischung. Hergestellt wird er in einem nepalesischen Familienunternehmen nach buddhistischem Kalender. Inzwischen ist meine Produktfamilie gewachsen. Nebst meinen Kuschel-pullis gehören Fedora-Hüte und Seidenschals dazu. Alles muss nachhaltig produziert sein, Handarbeit beinhalten, Käufer glücklich machen und lange begleiten! Das ist mir das Wichtigste.

Wie hältst du dich fit?

JB So wie ich bin momentan bin, das ist meine natürliche Figur. Ich versuche Sport, Bewegung und die richtige Ernährung auf meine tägliche Prioritätenliste zu setzen: Gewichtraining, Yoga, Pilates, Bodyweight-training, Intervallfasten usw. Ich bin aber oft unterwegs an Events, Dinners, Reisen, Familien- und Freunde-Essen und bin nicht strikt. Man muss das Leben geniessen. Aber mindestens einmal pro Jahr machen wir eine längere Detox-Kur, am liebsten Wasserfasten. Das ist jedes Mal super, und wir sind danach auch daheim wieder top motiviert. Mit meinen 1 Meter 76 habe ich eine gute Grösse fürs Business. Ich war in meinen 20ern aber viel dünner, da war das Kate Moss heroine chic noch gefragt. Ich war enorm strikt, da ich ja Erfolg haben wollte. Mach es richtig oder gar nicht! Ernährt habe ich mich fast ausschliesslich mit Low Carb, dazu sehr viel Bewegung. Später habe ich auch mit Intervallfasten und Bikram-Yoga angefangen.

Immer gut auszusehen, kann auch Stress bedeuten.

JB Ich will und kann mich nicht 24/7 darum kümmern. Es ist wichtig, eine Balance zu haben mit der man gut leben kann. Es geht darum, sich die richtigen Gewohnheiten anzutrainieren und sie beizubehalten, damit man gesund, munter und fit alles andere im Leben anpacken kann. Kurz: Am besten früh aufstehen und sofort ins Fitnessstudio gehen, draussen oder daheim trainieren, egal wie lang oder kurz, falls möglich hie und da Intervallfasten, gute Ernährung, Bewegung durch den Tag. Falls es meine Termine erlauben, gehe ich am Abend ins Yoga oder Pilates. Wenn ich aber einen wichtigen Job vor mir habe, vor allem Bikini oder Lingerie-Shoots und Shows, dann gehe ich viel deftiger rein, bin viel strikter mit dem Training und den Macros. Man sieht den Unterschied jeweils schnell, es wäre aber nicht nachhaltig auf längere Zeit.

Du bist oft an den luxuriösesten Orten. Ist das schon Alltag?

JB Ich bin Ästhetin und liebe eine schöne Umgebung, den tollen Service, Attention to Detail, Architektur, Kunst und die ganze Experience. Das ist einfach WOW, und ich bin so dankbar, dass ich solche Erlebnisse haben darf. Wir sammeln sehr viel Inspirationen, auch für unser eigenes Zuhause. Aber sonst ist mein Lebensmantra eher: Weniger ist mehr.

schätze die kleinen Dinge im Leben, vergiss die Kraft der Natur nicht, Beziehungen, Familie und Friends haben Priorität, keep your balance, vergiss nicht, dich gut auszuruhen und vor allem dir selbst treu zu bleiben, dich als Priorität zu sehen! Also auch mal nein sagen.

Was ist deiner Meinung nach das Must-have für den Frühling?

JB Man sieht für den Frühling/Sommer wieder viel oversized Denim und Tailoring auf den Laufstegen. Darauf freue ich mich. Ich liebe den Double-Denim Look! Oversized Suits sind auch immer lässig. Dazu kommen Biker Styles und transparente Sachen. Hier kann man sehr kreativ sein, mit den Unterteilen spielen. Catsuits und lange Kleider sind auch wieder «on-trend» was ich super finde. Natürlich sind die super Low-Waist-Hosen und Miniröcke nun auch wieder in der Mode, Miu Miu hat zum Beispiel ihre Kollektion darauf fokussiert. Daran muss ich mich erst wieder gewöhnen. Momentan erinnert es mich zu sehr an Britney Spears, Christina Aguilera und meine Miss Sixty Jeans als Teenie in den 90ern. Ich sehe den Look weniger an mir, finde ihn «cheap». Wer weiss, vielleicht gewöhne ich mich wieder daran, falls der Trend einige Saisons bleibt.

Dein ultimativer Beauty-Tipp?

JB Ganz klar Reinigung, Massagen und gute Produkte. Bleib deinen Lieblingslinien treu, damit sich deine Haut daran gewöhnen kann. Ich liebe Produkte von La Mer und Biologique Recherche, welche Beauty-Salons in Zürich, in Genf und 5-Sterne Hotels anbieten (Ambassade de Beauté). Die Gesichtsmassagen bei den Facials sind unglaublich super. Unter anderem soll es für die Hautelastizität und gegen Falten gut sein, jeden Tag mindestens 5 Minuten Face Yoga zu machen. Das versuche ich mir anzugewöhnen. ●



Ping-Pong-Interview mit Jaz Brunner



Mein Lieblingsstück:
*Mein eigener Jasmin Brunner
Sweater in allen Farben.*



Mein Schmuck:
*Die Kreationen
meiner Freundin
Maya Marburger
marburger.ch.*

Mein Lebenselixir: *Kaffee.
Jeden Morgen schwarz. Kräutertees
und viel Wasser durch den
Tag. Champagner oder guten
Wein, wenn wir auswärts sind.*



Mein Lieblingsmitbringsel:
*Ich schenke gerne Raumdüfte
von Acqua di Parma.*

Das lese ich noch
analog: *Eine Zeitung
am Sonntag ist
«ultimative Luxury».*

Das habe ich mir kürzlich
geleistet: *Einen perlweissen,
elektrischen Mustang.*

Mein Wunsch: *Segeln lernen!*