Designerin:
Mor Bauer

Label:
PIOO PIOO

Ihre Mode:
Verspielter Punk.

Alter:
32

Abschluss:
Shenkar College of Engineering Design, Tel Aviv

Wohnort:
Tel Aviv

Webseite:
www.pioopioo.com

„Die Mode hat mich gefunden“

Stoffrollen überall. Sogar neben dem Bett. „Meine ganze Wohnung ist mein Atelier. Die Leute lachen, wenn sie es sehen“, sagt die zierliche Modedesignerin Mor Bauer. Statt Lebensmitteln und Geschirr stapeln sich in der Küche Skizzen. Der Wohnzimmertisch ist übersät mit kleinen Stofffetzen, aus denen Mor Aufnäher für die Kleider macht. Neben der Tür zum Balkon hängt die neue Kollektion. Mor teilt ihre Wohnung mit ihrer Mode und den zwei Wuschelkatzen Nemesh (deutsch: Sommersprosse) und Zemer (deutsch: Stricknadel). Es gibt keine Trennung zwischen Job und Privatleben. Alles geht nahtlos ineinander über. Sieben Tage die Woche. Vom Aufwachen bis zum Einschlafen.

Noch bevor die zierliche Frau mit dem Schlafzimmerblick aus ihrem Himmelbett steigt, beginnt es in ihrem Kopf zu rattern. Sie versucht die Bilder aus ihren Träumen in den Wachzustand zu retten. Wenn sie dann am Schreibtisch sitzt mischt sie die Traumsequenzen mit Fabelwesen und Kindheitserinnerungen und sucht passende Fotos im Internet oder Zeitschriften dazu. Die klebt sie zu einer großen Collage zusammen, die sie als Inspiration für die neue Kollektion über den Schreibtisch hängt.

Ein sehr freier, verspielter Ansatz. Aber erstens hat sie mit der eigenwilligen Mode, die dabei heraus kommt, Erfolg und zweitens, hatte sie nie eine andere Wahl, als eben diesen Weg. „Seit ich denken kann, will ich Mode machen. Ich habe nicht den Beruf gewählt, der Beruf hat mich gewählt.“

Von Anfang an stand für sie fest, dass sie ihre Kreativität in ihr eigenes Label steckt: „Ich kann für niemanden anders arbeiten. Ich hätte Angst, meine Kreativität zu verlieren. Wenn ich für ein großes Unternehmen arbeiten müsste, würde ich mich am Ende fragen ‚wo ist meine Phantasie geblieben?‘“

Mors Traumwelt ist ihr größter Schatz und macht den Reiz ihrer exotischen Entwürfe aus. „Ich hab mich als Kind schon komisch angezogen. Meine Mutter musste mit mir auf Flohmärkte, damit ich Vintage Sachen finden kann. Die anderen Mädchen in meinem Alter fanden mich komisch. Sie sagten „You look strange“. Aber das hat mich nur angestachelt, mich noch extremer anzuziehen. Ich wollte gar nicht passend sein. Für mich war es ein Kompliment, dass man mich „strange“ fand. Dieses frühe Gefühl motiviert Mor Mode für Frauen zu machen, die sich – wie sie – anders fühlen. „Ich möchte Frauen mit meiner Mode unterstützen, ihre Andersartigkeit zu zeigen.“ Deshalb tragen Avantgardemusiker wie Emily Karpel, Efrat Gosh, Neta Gerti, Ninet Tayeb, Yuval Sharf und Nelly Tagar am liebsten Pioo Pioo.

Die Frage, ob sie ein eigenes Label gründen sollte oder nicht, stellte sich für Mor Bauer nie. Als sie vor dreieinhalb Jahren ihr Diplom am ‚Shenkar College of Engineering Design‘ in Tel Aviv machte, war klar, dass es der einzig mögliche Weg ist. Blieb nur die Frage, wie es heißen sollte. „Mir fiel einfach nichts ein. Ich habe stundenlang Wörterbücher durchforstest bis ich so genervt war, dass ich mir die Hand wie eine Pistole an den Kopf gesetzt habe und ‚Peng Peng’ gemacht habe. Und das war‘s! „Pioo Pioo.“ Peng, Peng! Ein Geräusch aus der Comic- oder Kindersprache, das genau zu Naivität, Humor und Verspieltheit ihrer Mode passt.

Mor ist freut sich über ihren Erfolg, findet ihn aber auch irgendwie logisch. Ein unerfüllter Traum ist eine Kollektion für Kinder. Tja, und der internationale Durchbruch natürlich. „Aber dafür muss hier vorher alles hundert Prozent aufgestellt sein.“

.....

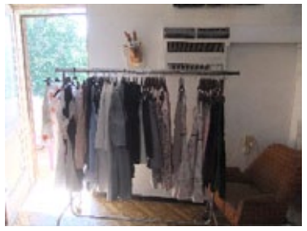
BU: Mor ist nicht nur die Kreativ-Chefin ihres Labels, sondern auch ihr Model.

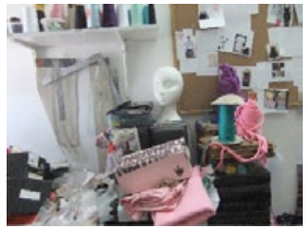
BU: Eine Katze heißt Zemer – Stricknadel, die andere heißt Nemesh – Sommersprosse

Fotos: Ella Uzan, Noa Eisenschtat, Yifat Verchik

100

PIOO PIOO





Designerin:
Gal Angel

Label:
Ugly Duckling

Ihre Mode:
Sophisticated Retro Look

Alter:
33

Abschluss:
Hat nie eine Modeschule besucht. Absolute Autodidaktin

Wohnort:
Tel Aviv

Webseite:
www.gal-angel.com

„Ich wollte eine Nische in der ich mich ungestört ausbreiten kann."

In Gals Wohnung sieht es ähnlich wild aus wie bei Mor. Die neue Kollektion steht in der Küche - zwischen Abwasch und Gemüse. Der Rest der Wohnung geht in Chaos unter. Die Mitbewohnerin ist frisch ausgezogen. Gal richtet im freigewordenen Zimmer ihr neues Studio ein. Farbeimer und Kartons türmen sich. Gal ist optimistisch: „Bald muss ich meine Skizzen nicht mehr auf dem Küchefußboden zeichnen, wo mein Hund sich auf meinen Sachen wälzt!"

Mehr Platz ist überfällig. Die Designerin zählt zu Tel Avis gefragten Nachwuchsstars. Ihre Bademode hängt in Edelboutiquen im Szene-Viertel Nev Zedek und in Razili Stores, die eine Plattform für erfolgreiche israelische Independent Designer ist. Die 33jährige hat ihre Produktpalette erweitert und ihr Produktionsvolumen verdoppelt. Eine Investition, die sie aus eigener Tasche vorstrecken muss. Sie braucht mehr Lagerplatz, mehr Stoff, und muss doppelt so viel nähen lassen. Das kostet. Aber sie fürchtet das Risiko nicht.

Als sie im Sommer 2008 angefangen hat ihr eigenes Business zu starten, stand für sie fest: „Ich wollte nichts mehr mit Kleidern zu tun haben. Das hatte ich drei Jahre gemacht. Ich wollte was Neues. Mir war wichtig, dass es ein relativ unbeackertes Feld ist, ohne großen Konkurrenzdruck. Bademode war die perfekte Nische. Außerdem hat sie mit Spaß, Freizeit, Erholung, Ferien zu tun. Das ist alles positiv besetzt. Und ich muss nur einmal im Jahr eine neue Kollektion raus bringen. Das ist viel weniger Arbeit", sagt sie lachend. Dass sie natürlich trotzdem wie eine Irre arbeitet ist klar. Sonst wäre sie nicht da, wo sie jetzt steht. Sie ist ja alles in einer Person. Sie designt, organisiert den gesamten Vertrieb und macht die PR. „Mit meiner ersten Kollektion bin ich wie ein fliegender Händler zu den Boutiquen gelaufen, von denen ich glaubte, es könnte passen. Und ich war ganz überrascht: sie haben sich gefreut, dass ich ihnen etwas anbiete. Sie mochten meine Sachen. Die Fotos von meiner Kollektion hab ich an Magazine geschickt. Ich hab die ganze PR selbst gemacht. Inzwischen finden die Leute meine Mode von selbst. Ich muss nicht mehr so hart daran arbeiten, sie publik zu machen."

Neue Kollektion, neues Konzept.

Wie ihre Designer-Freundin Mor holt sich Gal ihre Inspiration am liebsten aus der Vergangenheit. „Ich bin sehr nostalgisch. Ich buddle in meiner Kindheit, in den 70'ern und 80'ern. Mir gefällt ‚das Unschuldige'. Auch meine Models sind nicht aufreizend und trotzdem feminin. Dazu passt der ‚Low Cut', ein Schnitt der die Hüften bedeckt. Das ist altmodisch und zugleich vorteilhaft. Meine Zielgruppe darf eine ‚Size Zero' tragen. Das bediene ich natürlich auch. Aber ich denke bei der Kreation meiner Mode vor allem an Frauen wie mich selbst. Mit Größe 40 oder 42. An Frauen mit echten Hüften. Der ‚Low Cut' ist am allerbesten egal für welchen Figurtyp."

Gal beschreibt den Kreativprozess so: „Jede Idee verändert sich. Ich drehe und drehe sie, mache so lange Skizzen, bis es stimmig ist. 2010 war ‚Schwarzweiß' mein Konzept. Alles hatte mit Herrenanzügen (‚Men Suits') zu tun. Die Badeanzüge hatten einen Aufdruck, der wie eine Krawatte oder ein Kragen aussah. Es sollte sophisticated, seriös und gleichzeitig ironisch aussehen. In dieser Saison sind die Primärfarben Gelb, Blau und Rot das Leitmotiv. Ich kombiniere sie in großen Farbblöcken. Die Schnitte sind streng geometrisch. Der Look soll ‚happy' und leuchtend sein, so wie Pop Art Comics und die Kunst von Roy Lichtenstein und Andy Warhol.

2009 hat Gal ihre erste internationale Anerkennung bekommen. Sie wurde zur 100. Geburtstagsfeier von Tel Aviv mit ihrer Kollektion nach Wien eingeladen und durfte ihre Mode präsentieren. Ihr großer Traum ist es, international zu arbeiten. Und damit dieser Traum Wirklichkeit wird, arbeitet sie hart daran. Die israelischen Mädchen seufzen schon jetzt „UglyDuckling? I love her stuff!"

.....

BU: Typischer Arbeitstag: „Immer anders. Ich wache auf. Ich weiß, was ich auf dem Zettel habe. Von jetzt an werde ich in meinem neuen Atelier arbeiten. Ich muss meine Skizzen nicht mehr auf dem Küchefußboden machen, wo mein Hund sich auf allen meinen Sachen breit macht.

BU: Genau wie bei Mor findet keine räumliche und keine zeitliche Trennung zwischen Mode und Leben statt. Alles geht ineinander über.

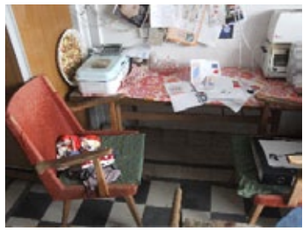
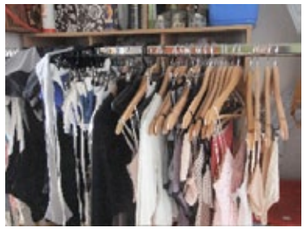
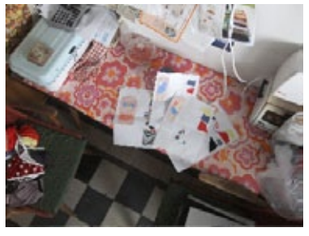
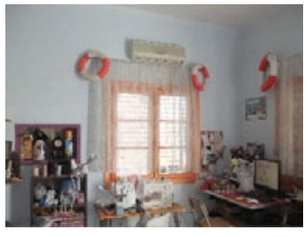
BU: Selten oder nie weicht ihre Hündin Noga von ihrer Seite.

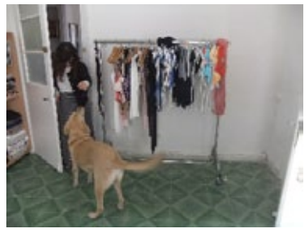
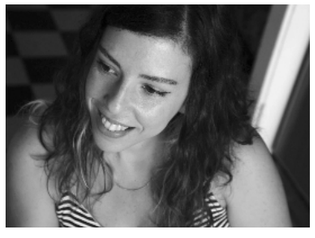
BU: Gal hat nie eine Modeschule oder Design College besucht. Sie ist absolute Autodidaktin.

.....

Fotos: Leigh Orpaz, Noa Eisenschtat

UGLY DUCKLING
GAL ANGEL

Designerin:
Shani Bar

Label:
Shanibar

Ihre Mode:
Schuhe für Individualistinnen zwischen 18 und 68.

Alter:
37

Abschluss:
Ezalel Academy of Art and Design Jerusalem im Department für Jewelry and Accessorie

Wohnort:
Tel Aviv

Webseite:
www.shanibar.com

„Ich hab mich in Schuhe verliebt. Schuhe sind für mich wie eine Skulptur."

Die Schuhdesignerin Shani ist schon da, wo Gal und Mor noch hinwollen: auf dem internationalen Parkett. Sie hat zwei eigene Läden in Tel Aviv, ist europaweit auf Schuhmessen vertreten und ihre Modelle werden seit Anfang des Jahres in acht deutschen Boutiquen angeboten. Unter anderem im Showroom von WAJSS & TÖCHTER (www.wajss.com) im Graefe-Kiez in Berlin. Um den europäischen Markt beliefern zu können, hat die Designerin begonnen ihre Schuhe - statt in Tel Aviv - in Spanien anfertigen zu lassen. Sonst wäre es logistisch zu kompliziert geworden.

Ihren Ruf als Avantgarde Designerin erhält sie sich, in dem sie ausgefallene Exemplare für Kunstperformances entwirft. Das sind ‚Nicht- Bürgersteig-kompatible' Kunstobjekte, wie die rotweißen Schuhe mit überdimensionalem Horn an der Fessel. Die hat Shanibar für eine Performance entworfen, bei der die Künstlerin nach und nach alles abgelegt und versteigert hat. Jetzt ist eine bekannte Tel Aviver Galerie im Besitz der Schuhe.

Wir treffen Shanibar in einer ihrer beiden Boutiquen auf der Dizengoff Street in Tel Aviv. Sie sieht aus wie ein graziles Mädchen mit glänzenden langen Haaren. Dass sie auch eine straighte Geschäftsfrau ist, zeigt sich im Gespräch:

Warum Schuhe? Ich habe vier Jahre an der Ezalel Academy of Art and Design Jerusalem im Department für Jewelry and Accessories studiert. Mein Schwerpunkt war Schmuck, Hüte, Taschen und Theaterkostüme. Dann hatte ich meinen ersten Schuhkurs und war sofort verliebt. Ich verstehe einen Schuh als Objekt und forme ihn, wie ein Bildhauer eine Skulptur formt.

Inspiration? Zuerst suche ich ein Thema. Mit der Vorgabe gehe ich in Bibliotheken, suche Abbildungen und schau mir Accessoires rund ums Thema an. Für die Winterkollektion war mein Leitfaden der Wilde Westen, Cowboys, Cowboystiefel. Wie haben die Frauen ausgesehen, was haben sie getragen? Mit den gesammelten Eindrücken ziehe ich mich in mein Atelier zurück und beginne mit den Skizzen und überlege, wie ich die „Welt der Cowboys" ins Thema Schuhe übersetzen kann. Für meine Sommerkollektion ist „Alice im Wunderland" die Inspiration.

Die Produktion? Bis zu dieser Saison habe ich alles in Israel produziert. Die Schuhindustrie in Israel ist sehr klein. Die Fabrik, die für mich arbeitet, ist im Süden von Tel Aviv. Seit ich in Europa verkaufe habe ich angefangen, in Spanien zu produzieren. Es ist zu schwierig die Schuhe von Israel nach Europa zu schiffen.

Mainstream oder Avantgarde? Ich versuche, ausgefallen zu sein, ohne unkommerziell zu werden. Ich habe den Anspruch, dass jeder Schuh, den ich entwerfe etwas hat, was so noch nicht da war. (Sie holt einen Schuh aus dem Regal.) Die Knöpfe auf diesem Paar sind aus den 70'ern, handgemacht. Ich habe sie in einem alten, staubigen Knopfladen gefunden. Daraus entsteht eine „Limited Edition". Ich habe hundert von diesen alten Knöpfen. Das ergibt fünfzig Paar Schuhe, die einzigartig bleiben und nie wieder so hergestellt werden können.

Der Einstieg? Es war viel leichter, als ich dachte. Als ich nach meinem Abschluss meine erste Kollektion entworfen habe – damals waren es nur Pumps – habe ich alles allein gemacht. Den Entwurf, den Schnitt, die Näharbeiten, genau so, wie wir es in der Akademie gelernt habe. Es war eine kleine Kollektion mit fünfzig Paaren. Ich bin mit den Schuhen zu den besten Boutiquen von Tel Aviv gegangen und hatte unglaublichen Erfolg. Von da an hab ich beschlossen, es ernsthaft zu betreiben und hab mir eine Fabrik gesucht. Das Design ist immer noch von mir, auch die Taschen, aber ich lasse inzwischen alles anfertigen.

Der Anspruch? Wenn ich einen Store eröffne arbeite ich mit einem Grafikdesigner und einem Architekten zusammen und wir entwickeln nicht nur das Design für den Shop, sondern auch die Schuhboxen, die ich Hutschachteln nachempfunden habe und das Logo für die Quittungen, den Aufdruck auf dem Fußboden, die Bank und so weiter. Ich möchte alles bestimmen, was in irgendeiner Form mit meinen Schuhen zu tun hat.

Die Vision? Nach Deutschland möchte ich auch Holland, Schweiz, Skandinavien beliefern.

.....

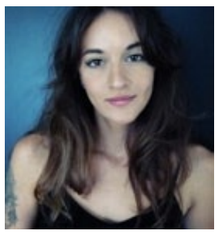
BU: Schuhe brauchen nicht nur ein gutes Design, sondern auch sehr gute Qualität. Deshalb beziehe ich das Leder aus Italien.

BU: Für die Verpackung hat Shani sich Hutschachteln ausgedacht. Die Bank ist ein Pferd. Das durch Abbildungen von Schuhgilden aus dem Mittelalter inspirierte Logo ist nicht nur auf dem Fußboden, sondern auch auf dem Quittungsblock.

BU: Shanis Schuhe sind für Frauen zwischen 18 und 68 und kosten zwischen 100 und 200 Euro.

BU: Eine zweite Boutique hat sie in South Tel Aviv.

.....

Fotos: Roni Cnaani

SHANI BAR