

Frankfurter Allgemeine

Magazin

OKTOBER 2016
MÄNNER SPEZIAL

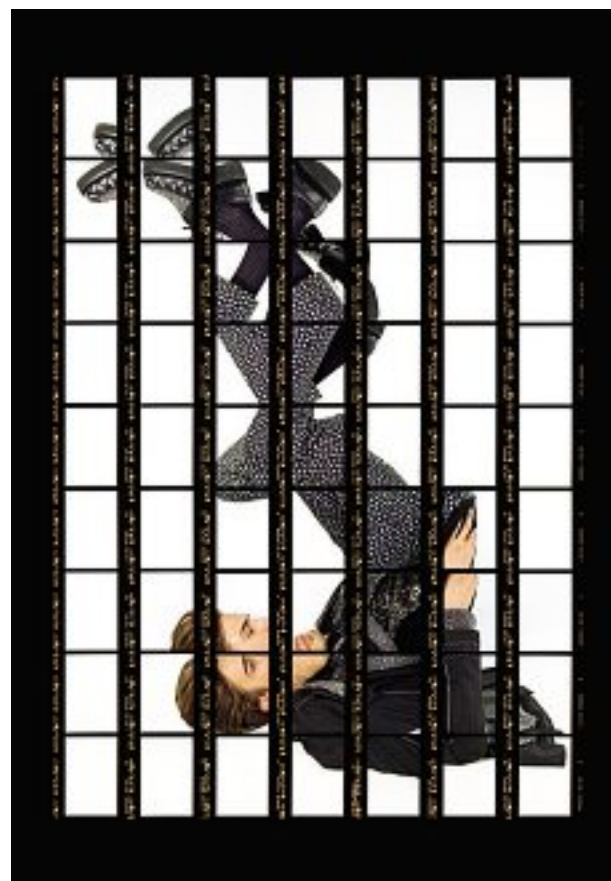
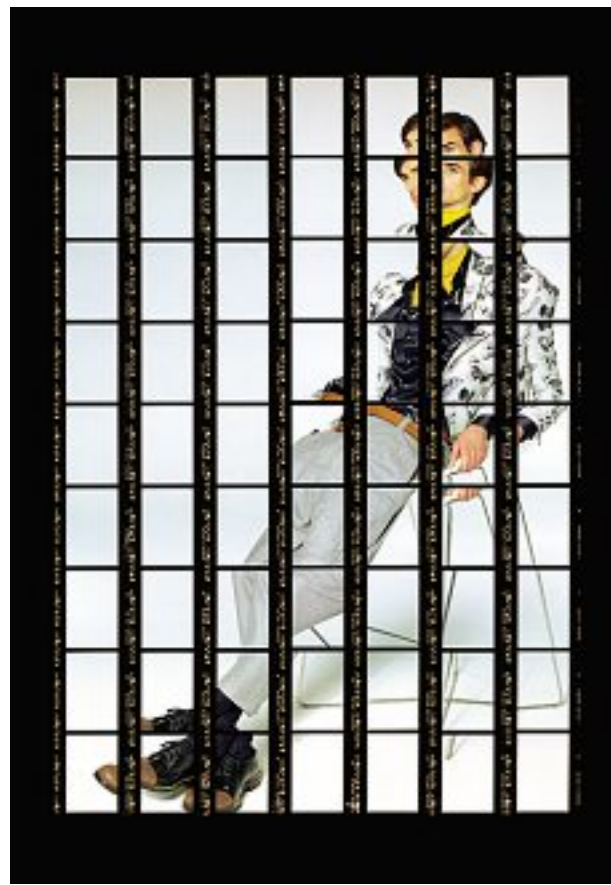


**OBAMAS
FOTOGRAPH
ERZÄHLT**

**SCHÖNSTE
DEUTSCHE
BÜCHER**

**MARTINA
GEDECK IM
INTERVIEW**

**AUF DEN
DÄCHERN
NEW YORKS**



DER BEWEGTE MANN

Der Künstler Thomas Kellner nutzt eine einzigartige Technik für seine kubistischen Fotos. Für uns hat er so erstmals Mode fotografiert.

Von Matthias Gafke

Dieses Fotoshooting ist für alle eine Herausforderung, besonders für Philip Milojevic. Denn das Model, 24 Jahre alt, muss stundenlang in derselben Pose ausharren. Thomas Kellner, der Fotograf, will es so. Normalerweise nimmt er berühmte Bauwerke auf oder Industriearchitektur, die sich nicht so schwer damit tun stillzuhalten. „Es muss schneller gehen“, ruft Philip. „Mein Nacken macht Faxen!“ Dann wird die Aufnahmeserie mal wieder unterbrochen, für ein paar Dehnübungen. Aber wenn es weitergeht, muss Philip wieder die gleiche Pose einnehmen – damit die Bilder am Ende auch stimmen.

Auch Thomas Kellner sind die Strapazen ins Gesicht geschrieben. Während sich Philip dehnt, wagt der Fotograf ein kleines Tänzchen zu den Beats von Kendrick Lamar, die aus den Lautsprecherboxen dröhnen.

Unter dem Stativ des Fotografen liegt ein Notizblock. Darin hat Kellner ein Gitter gezeichnet. Es hilft ihm, sein Motiv in einzelne Bilder zu zerlegen. Anhand dieses Schemas fährt seine Spiegelreflexkamera – eine Pentax MZS mit einem 80mm-320mm-Zoomobjektiv – wie ein Scanner über das Model. Im Zeitalter von Digitalkameras mit Speicherkarten arbeitet Thomas Kellner mit Kodak-Kleinbildfilmen, pro Filmrolle 36 Aufnahmen. Was die Betrachter seiner Werke am Ende zu sehen bekommen, sind durchkomponierte Kontaktabzüge. Da die Jüngeren mit so etwas nichts mehr anfangen können, ist Thomas Kellner stets um Aufklärung bemüht.

Als Kontaktabzug bezeichnet man den 1:1-Abzug des entwickelten Films auf einem Bogen Fotopapier. Er diene einst der Kontrolle und Auswahl. Für Thomas Kellner sind die Negative und Positive das Endprodukt. Jedes Einzelbild misst 24 mal 36 Millimeter. Da Kellner mit der Originalgröße des Materials arbeitet, benutzt er mehrere Filme, um ein Motiv größer darzustellen. Die Negative oder Positive zu vergrößern kommt für ihn nicht in Frage. Entschließt er sich dazu, sein Motiv mit einer Filmrolle abzulichten, ist das fertige Kunstwerk 20 mal 24 Zentimeter groß. Den Grand Canyon zerlegte Kellner beispielsweise in 2160 Einzelbilder, wofür er 60 Filmrollen und rund vier Stunden Zeit benötigte. Das Zusammenfügen von Ausschnitten, so sagt er, soll deutlich machen, dass ein Bild nicht mit einem Blick zu erfassen sei, sondern Wahrnehmung immer aus vielen visuellen und anderen Eindrücken entsteht und besteht.

Zum ersten Mal zerlegte Kellner vor fast zwei Jahrzehnten das Objekt seiner Begierde in Einzelbilder, im Sommer 1997 in Paris. An der Universität Siegen hatte er zuvor Kunst und Sozialwissenschaften für das Lehramt an Gymnasien studiert. 1996 gewann er den Kodak-Nachwuchsförderpreis mit einer fotografischen Serie über Deutschlands Grenzen. Während des Studiums imponierten ihm die Werke der Maler Robert Delaunay und Pablo Picasso. Delaunay, dessen frühes Schaffen dem Neo-

impressionismus zugeordnet wird, entwickelte zu Beginn des 20. Jahrhunderts eine Stilrichtung, für die der Begriff orphischer Kubismus gebräuchlich wurde. Delaunays Bild vom Eiffelturm besticht durch eine Farbkombi, die den Turm ins Schwanken bringt. Diese Dynamik war das Gegenteil von dem, wofür die Fotografie stand, deren Erfindung im 19. Jahrhundert Begeisterung hervorrief, weil sie die Wirklichkeit exakt abzubilden schien.

Fotografen, sagt Kellner denn auch, seien zu 99 Prozent austauschbar. Um sich abzusetzen und zu dem einen Prozent zu gehören, musste er die fotografischen Techniken künstlerisch überhöhen. Also suchte er nach einer Möglichkeit, den Eiffelturm zu verwandeln, um ihn schließlich zu besitzen. Kellner fertigte eine Bleistiftskizze des Turms an, auf die er ein Gitter mit 36 Feldern legte. Nach dem vorgegebenen Raster fotografierte er das Pariser Wahrzeichen von links nach rechts und von unten nach oben ab. Mittels Stativ behielt er seine Position bei. Nur die Kamera variierte ihre Blickrichtung. Vom Ergebnis war Kellner schlichtweg überwältigt: „Ich war fast schockiert von der Schönheit meines Eiffelturms.“

Männermode zu fotografieren ist für Thomas Kellner neu, aber wegen der ungewohnten Perspektiven ungemein spannend. Zwei Tage dauert das Fotoshooting in Siegen, seiner Heimatstadt, in einem Studio im Stadtteil Weidenau, das einem Freund gehört. Es entstehen neun Aufnahmen, die dem Fotografen 28 Stunden Arbeit allein fürs Fotografieren abverlangen, zu schweigen von der Nachbearbeitung. Philip Milojevic, der 1,92 Meter groß ist, wird von Kellner in 63 Einzelbilder zerlegt, um möglichst in die Nähe des Formats dieses Magazins zu kommen.

Thomas Kellners Stil lässt sich nur schwer einer bestimmten Richtung zuordnen. Die Fotohistorikerin Irina Chmyreva beschreibt ihn als Schöpfer einer „visuellen analytischen Synthese“. Wie Paul Cézanne zerlege er den Gegenstand in Atome, um ihn dann wieder zusammenzufügen. Andere sprechen von „kubischer Orchestrierung“, „radikalem Konstruktivismus“, „Dekonstruktivismus“ oder „Rekonstruktivismus“. Vermutlich ist alles ein bisschen richtig, denn in der Tat dekonstruiert und rekonstruiert er die hergebrachte Fotografie, um am Ende das kubistische Gesamtkunstwerk eines bewegten Mannes zu schaffen.

Seine Kunst kommt jedenfalls gut an, obwohl er weil ihre Technik so schwer zu verstehen ist. Thomas Kellner, der international arbeitet, vor allem für Werbung und Industriefotografie, hatte schon Ausstellungen auf allen Kontinenten. Nächstes Jahr werden seine Kunstwerke in Deutschland, England, Frankreich und Island zu sehen sein. Kann er sich vorstellen, noch einmal ein Modeshooting zu machen? Figuren, so antwortet er gurgelaunt und sibyllinisch, spielten im Kubismus eine wichtige Rolle.

Making-of-Video unter www.faz.net/stil

MOOD →



Sonnenbrillen und einfallreiches *finish*, das ist ein schwieriges Thema. Jörg Broska baut seine Rahmen nicht aus Holz, sondern überzieht sie stieleich mit bedruckter Seide. Das Bild zeigt übrigens nicht den Designer selbst. Jörg Broska haben wir stattdessen in Florenz fotografiert (siehe Seite 73). Männer und einfallreiches *finish* – das ist für ihn kein schwieriges Thema.



Mineralogen spricht Regina Dabdad mit ihrem Schmuck aus der Seele. So wie Frauen, die allzu filigrane Teile nicht mehr sehen können.



Wunderhaus hat gerade in Berlin eröffnet und soll eine Art Soho House für Kinder sein. Zumindest die werden wohl kaum widersprechen.

THE WING

Klingt nach einer neuen Netflix-Serie, ist aber eher Netflix im echten Leben. Zumindest für diejenigen, die Teil des erlesenen Zirkels sind, des Wings, eines neuen New Yorker *social club*. Das ist also kein Ort für Kinder, siehe Wunderhaus rechts oben, sondern eine Art Soho House für junge Frauen.



Die Kleidung als stoffliche Hülle. Das T-Shirt als Hülle für das iPhone. Passt auch. Jedenfalls bei dem jungen Düsseldorf Label JBriels.

OFO

Bedeutende Dinge, Menschen, Ideen, Orte und weitere Kuriositäten, zusammengestellt von Jennifer Wiebking



Hosenanzug für tagsüber? Pyjama für nachts? Eigentlich egal. Im Jahr 2016 ist zumindest die britische Marke Desmond & Dempsey über solche Vorgaben hinaus.



Helmut Büchner ist langjähriger F.A.Z.-Leser. Mögen wir! Und er entwirft diese psychedelischen Flaschen. Noch schöner! Käuflich zu erwerben unter pustebloom@gmail.com.



Nike und Adidas bekommen längst von allen Seiten Konkurrenz. Auch dieser Laufschuh (On) kann es mit den Klassikern aufnehmen.



Das Bild von Ellie Bamber ist nicht aus einem Film, sondern zeigt die Jungschauspielerin beim Filmfestival in Venedig. Einfach so. Ihr besonderer Stil ist auch schon Tom Ford aufgefallen.



Klingen eigentlich so gut, dass sie verboten gehören. Trotzdem sind die Boost Balls natürlich Teil des Superfood-Wahnsinns.

ALL THE SINGLE LADIES...

...sollen laut einer amerikanischen Psychologin wirklich glücklicher sein als verheiratete Menschen. Sie warten nicht darauf, ihr Leben zu leben, sondern seien längst dabei, behauptet zumindest Bella dePaulo, eine Wissenschaftlerin, die zuletzt an der University of Virginia forschte. Singles haben nach ihren Erkenntnissen größere Entfaltungsmöglichkeiten und mehr sozialen Spielraum. Darauf jetzt alle, *all the single ladies...*



Chia-Samen sind, klar, für die Lebensmittelbranche heute ein schönes Stilmittel. Aber bei den Säften von Wow geht es auch um die längst vergessenen Ballaststoffe.

MUT →

**ALBERTO SCACCIONI**

Dieser Mann tritt in Berufskleidung auf. Alberto Scaccioni ist CEO von „Ente Moda Italia“ und Geschäftsführer der Holding „Centro di Firenze per la Moda Italiana“, zu der auch die Herrenmodemesse Pitti Uomo gehört. In diesem Fall macht Scaccioni jedoch nicht einmal Werbung für italienische Produkte, für die er eigentlich zuständig ist. Anzug und Krawatte sind von der japanischen Marke Camoshita, das Hemd ist von Kenneth Field. Aber er wechselt ohnehin dauernd. Und er liebt eben „American Trad“, wie man den traditionellen Stil der Ivy-League-Universitäten aus den fünfziger und sechziger Jahren nennt. Da wird kein Italiener etwas dagegen haben.

**JULIAN EXPOSITO-BADER**

Was es alles für Berufe gibt! Julian Exposito-Bader ist Chefeinkäufer für Amazon Europa – und zwar für Schmuck. Der Neununddreißigjährige, der in Ecuador Kommunikation studiert und in London seinen MBA gemacht hat, hat deutsche, arabische und spanische Wurzeln. Man trifft Julian, der in London arbeitet, vielleicht nicht ganz aus Zufall im schattigen Innenhof eines Gebäudes der Pitti-Messe. Denn die Dries-van-Noten-Hose und die Jacke von Omar Kashoura wirken nicht so, als hielte man es darin auch bei 37 Grad gut aus. Julian, der außerdem Eyrys-Schuhe trägt, eine Loup-Noir-Tasche und eine Armani-Uhr, widerspricht aber: „Ist alles ganz leicht.“ Das entspricht auch seinem grundsätzlichen Motto: „Meine Mode muss einfach sein.“

MANN IM ANZUG GOTT

Wo ziehen sich die Männer am besten an? Bei den Modemessen in Florenz und Mailand.

Fotos Helmut Fricke
Text Alfons Kaiser

**HECO DAI**

Aus den Tausenden Messebesuchern, die am Morgen durch den Giardino di Valfonda zur Modemesse von Florenz gehen, sticht er durch seinen konservativ fortschrittlichen Stil heraus. Heco Dai, erst 26 Jahre alt, ist Gründer des Herrenmodegeschäfts Noos

(„Never out of stock“) in Shanghai. Er führt dort rund 40 Marken, hauptsächlich aus Italien und Großbritannien. Die Jacke von Boglioli, die Krawatte von Luigi Borrelli, die Wildlederschuhe von Carmina aus Mallorca, die Tasche von Marinella aus Neapel, der Hut von James Lock & Co., dem britischen

Hutmacher, die Brille von der amerikanischen Marke Dita – das alles ist wunderbar abgestimmt und sinnvoll aufeinander bezogen. Der Designer, der in Central Saint Martins in London studierte, zählt sich zu einer neuen Generation in China. Fast zehn Jahre lang hat er in England gelebt. It shows!

**JONATHAN LEE**

Er wirkt unangestrengt wie ein Schüler. Aber Jonathan Lee, Einkäufer für den Modeladen „Shine“ in Hongkong, ist so markenbewusst wie seine Kunden. Hemd und Schuhe sind von Prada, der Pullover ist von Gucci, die Tasche von Loewe, die Shorts von der japanischen Marke John Lawrence Sullivan – das Multibrand-Konzept von „Shine“ wendet der „Senior Buyer“ also auch auf sich selbst an. Jonathan, der schon auf die 40 zugeht, hat in Vancouver Wirtschaft studiert und in Tokio, Nottingham und an der University of Arts in London Modedesign. Was man nicht lernen kann, sondern können muss: Shorts zu lieben. Zu Florenz passt im Sommer kein Kleidungsstück besser.

JÖRG BROSKA

Das soll bunt sein? Jörg Broska könnte noch ganz anders. Denn der Designer aus Frankfurt, der auch in Florenz seine Herrenaccessoires an den Mann bringen möchte, entwirft Tücher, Krawatten und nun auch Brillen in den wildesten Mustern, die aber, und das ist der Witz, trotzdem passen. Seine Krawatte und sein Hemd, beide selbst entworfen und in Italien hergestellt, geben einen Begriff von den Mustermöglichkeiten. Die Hochwasserhose und die Sandalen schreiben wir mal der Hitze im Süden zu. Mit den kraftvollen Farben zieht er die Blicke auf sich, mit Krempel- und Knitterdetails zeigt er entschiedene Nonchalance. Man muss aber schon sagen: Wenn er im Alnatura an der Eschersheimer Landstraße einkauft, ist er meist einfacher gekleidet.

