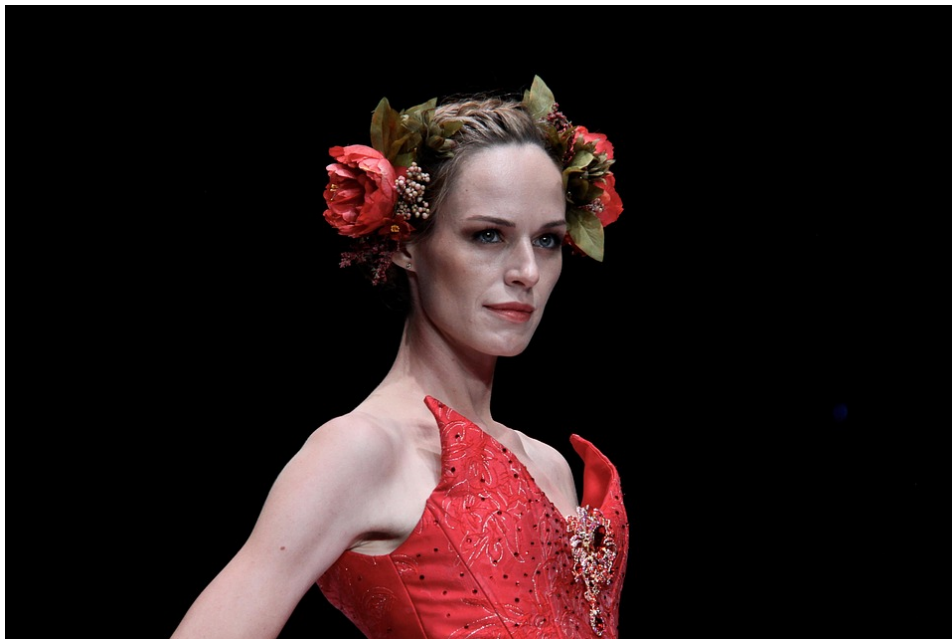


Mode und Politik vereinen sich auf der Pariser Herrenmodewoche

Während der Pariser Männer-Fashion-Week verschmelzen Mode und Politik: Designer setzen auf Inklusivität und soziale Botschaften. Ein inspirierender Blick auf den Kontext von Stil und Gesellschaft.



Die Paris Fashion Week für Herrenmode begann einen Tag nach der zweiten Amtseinführung des US-Präsidenten Donald Trump und im Zuge des wachsenden Einflusses der populistischen Rechten in Frankreich. Unter diesen Umständen könnte der Fokus auf Kleidung zunächst trivial erscheinen.

Gesellschaftliche Themen im Fokus

Dennoch zeigten die Designer während der gesamten Woche ihr Engagement für größere gesellschaftliche Fragestellungen. Sie thematisierten Inklusivität, Schutz und Freiheit und boten für die

Herbst-Winter 2025 Saison eine Plattform, um sowohl zu entspannen als auch Ideen zu präsentieren, um mit dem aktuellen gesellschaftlichen Klima umzugehen.

Von Willy Chavarria über EgonLab bis hin zu Comme des Garçons Homme Plus wurden Botschaften von Einheit und Akzeptanz über die Laufstege gesendet. Carole Boinet, Direktorin der französischen Kulturzeitschrift Les Inrockuptibles, erklärte gegenüber CNN: „Wenn die französische Bevölkerung sich angesichts der Regierung immer machtloser fühlt, liegt die Soft Power der Mode, als Industrie und Kunst, in ihrer Fähigkeit, neue Diskurse und Bilder zu produzieren und andere Industrien zu beeinflussen.“

Moderne Arbeitsbekleidung neu interpretiert

Auf den Laufstegen feierte die Arbeitskleidung ein Comeback, neu interpretiert und mit zeitgenössischen Garderoben verschmolzen. Behaarte Models in karierten Hemden und rohen Denim-Stoffen liefen über den Laufsteg von Junya Watanabe und erinnerten an die Hipster-Ästhetik von 2010, die in Jugendsubkulturen Einzug hielt und zu einem globalen Phänomen wurde.

Doch es war die „gute alte Arbeitskleidung, die ursprünglich für Forstarbeiter hergestellt wurde“, wie in den Show-Notizen angemerkt, die der japanische Designer im Blick hatte. Die Kollektion spiegelte die Themen der Saison wider: die Natur und Funktionalität der Outerwear.

Bei Louis Vuitton arbeitete der kreative Direktor für Herrenmode, Pharrell Williams, mit Nigo, dem Designer von Kenzo und Gründer der japanischen Marke A Bathing Ape, zusammen. Sie entwarfen eine Kollektion, die Arbeitskleidung und Sportbekleidung vereinte. Inspiriert von den praktischen Garderoben von Ingenieuren, Köchen und Gärtnern, beinhaltete die Kleidung unter anderem eine indigo-blaue, doppelt

geknöpfte Denimjacke, ein gestreiftes Box-Cut-Ensemble und eine babypinkfarbene ärmellose Blousonjacke, die zugleich elegant und praktisch war.

Eine Bühne für Protest

Während der Woche nutzten Designer ihre Plattformen, um politische und soziale Aussagen zu treffen. Der in New York ansässige Designer Willy Chavarria, Gewinner des CFDA Menswear Designer of the Year Award, präsentierte seine Kollektion erstmals in Paris, um das zehnjährige Bestehen seines gleichnamigen Labels zu feiern. In der barocken Kulisse der amerikanischen Kathedrale zeigte er skulpturale, umgearbeitete Tailoring-Stücke, die erneut von seinem mexikanisch-amerikanischen Hintergrund inspiriert waren und in einer Palette aus Gold, Pflaume und Burgunder erschienen.

Wie Chavarria gegenüber CNN erklärte, stand Resilienz und Widerstand im Mittelpunkt seiner Kollektion. Er wollte eine „Botschaft für Menschenwürde und Gleichheit“ formulieren und betonte: „Es ist wichtig, dass wir zusammenkommen, um unsere Rechte als Bürger, als Einwanderer, als LGBTQ-Personen und als Frauen zu bewahren, denn wir alle sind derzeit sehr angegriffen.“

Das kreative Duo Florentin Glémarec und Kevin Nompeix hinter dem geschlechtsneutralen Label EgonLab präsentierte verspielte viktorianische Akzente und stellte Kleidungsstücke vor, die traditionelle Männlichkeit herausforderten. Hinter den Kulissen erklärten die Designer ihren Fokus auf marginalisierte Gemeinschaften. „Minderheiten werden weltweit systematisch angegriffen“, sagten sie und riefen dazu auf, „Minderheiten zu vereinen und gegen Ungleichheit zu kämpfen.“

Mode und Kriegsprotest

Bei Comme des Garçons Homme Plus beschäftigte sich die japanische Designerin Rei Kawakubo mit dem Thema Krieg. Ihre

Kollektion mit dem Titel „To Hell With War“ präsentierte dekonstruierte militärische Basics, zerschlissene Khaki-Uniformen und Militärstiefel. Models trugen neu interpretierte Helme, die mit Blumen geschmückt waren und an die Flower-Power-Bewegung der 1960er und 70er Jahre erinnerten, in der Protestierende positive Werte wie Frieden und Liebe in ihrem Kampf um Freiheit in den Vordergrund stellten.

Charles Jeffrey, der Gründer des Londoner Modehauses Charles Jeffrey Loverboy, ließ sich von den Weimarer Kabaretts Berlins inspirieren. Mit übertriebenem Bühnen-Make-up, homoerotischen, bananenförmigen Accessoires und einem schalenartigen Effekt auf den Kleidungsstücken verkörperte der Designer – der die Show in High-Heels eröffnete und mit einem Mikrofon zu den Zuschauern sprach – die Wurzeln seiner Marke in der Nachtleben-Kultur. Für Jeffrey war es „eine Gelegenheit, Menschen zusammenzubringen... wenn rechte Regierungen sagen: ‘Es gibt nur zwei Geschlechter’... wir sind eine Vielzahl von Dingen.“

Ein Blick hinter die Kulissen der Mode

Einige Designer wählten einen introspektiven Ansatz und konzentrierten sich auf die Erzählungen, die in Kleidungsstücken und Schneiderdetails eingebettet sind, die bei Kameras oft übersehen werden. Die Kollektion von Dior verwies auf die H-Linie, die ihr Gründer Christian Dior für den Herbst-Winter 1954-1955 entworfen hatte – eine damals umstrittene Silhouette, da ihre flach gehaltene Form von einigen als unweiblich empfunden wurde. In einem filmischen Setting traten Models mit dramatisch bedeckten Augen auf, ganz im Stil von Stanley Kubricks erotischem Psychodrama „Eyes Wide Shut“ von 1999. Die Kollektion experimentierte zudem mit kontrastierenden Volumina von weiten männlichen Röcken bis zu Opernmänteln und mit zart rosa Schleifen.

Bianca Saunders, die erste schwarze britische Designerin, die den renommierten ANDAM Modepreis gewonnen hat,

betrachtete die Spannung zwischen Einschränkung und Bewegung sowie zwischen Geschmeidigkeit und Strenge. Hemden waren zerknittert, die Nähte der Hosen verdreht und ihre Knöchel verknotet.

Inspiziert von Robert Longos Fotografie, die Männer und Frauen in übertriebenen, verwundenen Bewegungen festhält, merkte sie an, dass sie von „der sehr strukturellen Männermode, die geschoben und gezogen wird, inspiriert wurde, und all diesem subtilen Drehen von Dingen... das Festhalten von Bewegung und Langsamkeit im Kleidungsstück.“

Handwerkskunst und Experimentierfreude standen auch im Mittelpunkt von Rick Owens' Show im Palais de Tokyo. Treu seinem Stil verzerrte und übertrieb Owens Körperformen und spielte radikal mit Techniken und Texturen. Die „Dracucollar“-Jacken aus gewachstem Leder, „Megacrust“-Jeans mit einer Kruste, die durch Pressen von Bronze-Folie und Wachs auf Denim erreicht wird, und sogar Kempel, einem umweltfreundlichen und subversiven Material, das auch als „totes Haar“ bekannt ist. Wie oft bei Owens, kennt die Mode keine Grenzen.

Details	
Quellen	• edition.cnn.com

Besuchen Sie uns auf: [die-nachrichten.at](https://www.die-nachrichten.at)