

FASZINIERENDER FASHION ZAUBER

GUIDO MARIA KRETSCHMER
BERÜHRT DIE SINNE



Alle Frauen, gleich welchen Alters, lieben ihn und seine wundervollen Kleider. Top-Models wie Karolina Kurkova möchten sie nach einer Show gar nicht mehr ausziehen. Big-Brands wie Mercedes Benz oder Samsung zählen zu seinen Fans und treuen Kunden. Und natürlich kommt keine Model-Show im TV ohne ihn als kompetenten Berater aus. Ganz klar, die Rede ist von Guido Maria Kretschmer.

GUIDO MARIA KRETSCHMER ist ein wahres Phänomen. Er ist ein Magier der Mode, denn er verzaubert erwachsene Menschen auf eine Art, als wären sie wieder kleine Kinder auf dem Jahrmarkt, staunend, neugierig und glücklich ob der wundervollen Kunststücke des Illusionisten. Nur das Kretschmers Shows keine Illusionen sind, obwohl sie nicht selten einen geheimnisvollen, mystischen Hauch versprühen. Sie sind eine perfekte Inszenierung des wohl anspruchsvollsten Modedesigns unseres Landes. Das Sympathische dabei ist, dass bei den Shows, um sie herum und in jeder anderen Weise stets die Mode, weniger aber die Person Kretschmer in Szene gesetzt wird. Der Designer ist nach vielen erfolgreichen Jahren im Business, immer auf dem Boden geblieben. Er tritt entspannt, freundlich und nahbar auf. Er ist interessiert an den Reaktionen des Publikums auf seine Mode und er strahlt selbst im schlimmsten Chaos hinter der Bühne eine stoische Ruhe aus. Auch das ist es, was Menschen, die ihn kennen, an ihm schätzen und warum wir sehr gern mit ihm ein ausführliches Interview führten.

Guido Maria Kretschmer

for



Seine Mode-Designkarriere begann Guido Maria Kretschmer bereits im zarten Alter von nur 9 Jahren, als er von seiner Mutter eine Nähmaschine geschenkt bekam. Dieses knatternde Etwas verzauberte ihn von der ersten Minute an und den geheimnisvollen Zauber übertrug er nun, nach und nach, in seine eigenen Mode-Kreationen. Natürlich durfte die Maschine nicht zu Hause bleiben, als er sein Modestudium in Barcelona antrat. Bereits während dieser Zeit gewann er bereits im Alter von 21 Jahren die erste Corporate-Fashion-Ausschreibung. Immer noch sehr jung, voller Energie und Glauben an sein Talent und Kompetenz, gründete er 1989 das Modelabel „Guido Maria Kretschmer Corporate Fashion“ sowie das Unternehmen „GMK by pepper“. Seit dem kreiert er, was viele nicht wissen, nicht nur visionäre High-Fashion, sondern auch adrette Uniformen für diverse Airlines

und andere Unternehmen. Zu seinen treuen Kunden zählen unter anderem die Deutsche Telekom, Kempinski Hotels, Stage Entertainment, Montblanc, Emirate Airlines und viele mehr. Allein für den Touristikkonzern TUI produziert das Unternehmen im In- und Ausland etwa zweieinhalb Millionen Teile. Guido Maria Kretschmer ist zudem auch als Kostümbildner für viele internationale Oper-, Theater- und Filmproduktionen, zu denen unter anderem die Komödie: „RUBBELDIEKATZ“ mit Matthias Schweighöfer gehörte, erfolgreich tätig. Das Label „Guido Maria Kretschmer Couture“ erblickte schließlich 2004 das Licht der Welt. Durch fulminante Shows in Shanghai, Tokio und schließlich auf der Mercedes-Benz Fashion Week in Berlin avancierte Kretschmer endgültig zu einem der bekanntesten Designer unseres Landes.



DAS INTERVIEW



Du strahlst trotz vollem Terminkalender immer eine gewisse Ruhe und Entspannung aus. Kommt dies durch Deine Erfahrung oder ist dies ein beständiger Charakterzug von Dir?

Ich glaube, Unruhe und Wahnsinn sind keine guten Begleiter für ein komplexes Leben. Wenn man viel arbeitet, gibt es nur zwei Möglichkeiten: entweder man dreht mit durch oder man zieht sich etwas zurück und probiert, sich zu behüten. Letzteres ist das, was ich mache.

Die Menschen verehren Dich nicht nur ob Deiner Designs, sondern wohl auch aus dem Grund, weil Du bodenständig, stets freundlich und authentisch bist. Wie konntest und wie kannst Du Dir diese Echtheit und Entspannung in diesem harten Business bewahren?

Ich bin so groß geworden und ich bin bis heute immer noch der, der ich bin. Ich bin ein empathischer Mensch und ich glaube, dass es wichtig ist, Menschen zu respektieren, egal was sie tun. Wie meine Großmutter so schön gesagt hat „das Einzige was im Leben gerecht verteilt ist, ist Dummheit“ – und das gilt im Modebusiness, wie vermutlich in jeder anderen Branche auch. Ich kenne wahnsinnig viele warmherzige und gescheite Modeleute.

Neben Deinem Talent und Deiner Kreativität, öffnete Dir die Nähmaschine Deiner Mutter schließlich das Tor zur Modewelt. Hast Du die Pfaff 260 noch immer? Ist sie zu so etwas wie einer Reliquie für Dich geworden?

Natürlich gibt es sie noch, auf ihr wird noch meine Bettwäsche genäht und Kleinigkeiten repariert. Meine Mutter hat mir bei meinem Auszug ein Fläschchen Nähmaschinen-Öl mitgegeben; sie wusste, dass ich mich mit meiner PFAFF 260 ernähren kann.

Viele Menschen schauen nicht nur im Bereich Mode verstärkt meist nur nach vorn. Wie wichtig sind Dir Tradition?

Was sind für Dich wichtige Werte?

Anstand ist ein Grundwert, den jeder beherzigen sollte. Und man sollte wissen, dass man, wenn man irgendwas im Leben gut kann und es mit Leidenschaft und Fleiß kombiniert, alles werden kann.

Du arbeitest seit Jahren mit dem Model Zoe Helali zusammen. Gehören Treue, Vertrauen und Freundschaft auch zu diesen wichtigen Werten? Ist besonders in diesem Business ein fester Halt essentiell?

Zoe ist natürlich eine Freundin geworden über die Jahre. Ich versuche den Menschen, mit denen ich arbeite, nah zu sein, damit ich nicht nur die Zeit gut nutze sondern mich auch gut fühle. Die Mode war mir manchmal Familienersatz. Deswegen arbeite ich gerne immer wieder mit den gleichen Leuten und halte ich mir das Große klein.

Eine Art Freundschaft, können auch wichtige Kooperationen darstellen. So arbeitest Du mit Mercedes, Puma und nun auch mit dem BVB zusammen. Wie kam es besonders zu den letzten Kooperationen?

Ich schätze den BVB sehr. Auch bei meinen Kooperationspartnern ist es mir wichtig, den Marken und Menschen nah zu sein, sie gehören schließlich auch zur Familie. Ich stelle mich sehr auf meine Partner ein. Sie bekommen meine ganze Leidenschaft, Zuneigung und Respekt. Ich könnte nie mit jemandem so eng zusammenarbeiten, den ich nicht schätze.

Ergänzen Sie Deine Kreativität, brauchst Du auch etwas Neues, oder helfen sie vor allem, Deine Arbeit kommerziell am Leben zu halten?

Ich bin jemand, der sehr gern neue Herausforderungen und Aufgaben annimmt. Ich bin textil erwachsen geworden und ich weiß, dass ich die Kraft und das Talent habe, erfolgreich mit Marken zusammen zu arbeiten. Umso mehr Freude habe ich daran, Kooperationen einzugehe

Junge Designer träumen davon, nur von ihren puren Modekreationen zu leben. Sie denken nicht an Sponsoring und ähnliches. Glaubst Du, dass es jungen Kreativen oft an Geschäftssinn mangelt bzw. sie zu verträumt an die Sache herangehen? Sollten Design-Schulen und -Universitäten mehr über das Thema Marketing und Sponsoring aufklären?

In den Studiengängen sollte Betriebswirtschaftslehre unbedingt ein Thema sein. Aber es hat vor allem zu tun mit Talent. Ich bin einer der wenigen Designer, der selbstfinanziert ist, ich greife nicht auf Investoren zurück, bin also autonom. Ich bin immer nur so weit gesprungen, wie ich es mir selbst leisten konnte. Dadurch habe ich heute die Chance, das Krönchen aufzubehalten und selbst zu entscheiden. Obwohl ich mit anderen Krönchenträgern an einem Tisch sitze, bin ich trotzdem der Chef im Ring. In letzter Konsequenz zählt für einen Designer nur, dass seine Kreationen Begehrlichkeiten wecken und sich verkaufen. Und das schafft man nur, wenn man Talent und „Gottes Wille“ hat.

Was bedeutet der Begriff Design für Dich ganz persönlich?

Design ist der Ausdruck von einem Blick auf das Leben. Die Möglichkeit, dem Leben neue visuelle Momente zu schenken. Es soll das Leben lebenswerter machen. **Du stammst aus Münster und hast dort auch heute noch Deinen unternehmerischen Stammsitz. Ist dies ein guter Gegenpol zum Treiben in den geschäftigen Mode-Metropolen? Findest Du hier oder auf Mallorca die Ruhe, um kreativ zu sein?**

Münster ist ein Standort, an dem viele meiner Mitarbeiter seit Jahren arbeiten. Aus sozialverträglichen Gründen ist die Dependence bis heute geblieben. Meine Kreativität lebt ja in mir. Der Ort ist eigentlich egal, ich bin überall gleich kre-

ativ. Ruhe und Erholung sind nicht ortsabhängig, das hat eher damit zu tun, wo man mir die Ruhe lässt.

Der Modemarkt in Deutschland ist recht schwierig. Viele träumen von tollen Kleidern, nur wenige gönnen sie sich wirklich. Woran liegt das Deiner Meinung nach?

Ich glaube, dass das ein Vorurteil ist. In Deutschland gibt es viele Frauen, die sich textile Träume kaufen. Es ist nur so, dass die Deutschen qualitativ sehr hochwertig kaufen. Das kann ich nur unterstützen, wer viel Geld ausgibt, sollte auch Qualität in der Tüte haben.

Du bist Juror bei der VOX-Serie: „Shopping Queen“, bei der es um den perfekten Komplett-Style geht. Was macht ihn aus und was sind stilistische No-Gos?

Den perfekten Style macht aus, dass man seinen Typ unterstützt. Das, was man anhat, sollte etwas für einen tun. Ein No-Go ist alles, was die Harmonie stört und Trägerin nicht unterstützt. Das muss natürlich jeder für sich selbst entscheiden - nennen wir es mal die „textile Freiheit“ – da kann man manchmal auch daneben liegen.

Die Mode lebt von Individualismus. Wie kommt man als Top-Designer zur Gestaltung von Uniformen wie Du sie für Fluggesellschaften, Hotels und andere Unternehmen kreierst? Bekommst Du von der Belegschaft manchmal ein Feedback?

Alles, was Menschen anziehen, ist textil. Und alles was Menschen tragen, kann so auch Mode sein. Einem von mir entworfenen Rock ist es egal, ob er von einer Stewardess oder von einer Unternehmergattin in Wanne-Eickel getragen wird. Er muss passen, sich gut anfühlen und Sinn machen. Wenn ich den Rock dann an der Stewardess sehe, freue ich mich und hoffe, dass der Rock das auch tut.



Ein unverwechselbarer Look und eine mystische Ausstrahlung:

Zoe Helali gehört seit langer Zeit zu den Lieblingsmodels und persönlichen Freunden von Guido Maria Kretschmer.



Betrachtet man sich den Kommunikationsmarkt, herrscht wenig Individualismus. Fast jeder nutzt iPhone oder iPad. Du folgst wie immer nicht der Masse, sondern gehst Deinen eigenen Weg und hast für Samsung eine Special-Edition des Galaxy Tab 2 designed. Nur ein Ausflug in das Produkt-Design, oder eine logische Ergänzung zu Deinen kreativen Aktivitäten?

Ich glaube, dass Mainstream ein globales Problem oder eben eine Gnade sein kann. Natürlich setzt sich ein gutes Produkt weltweit durch. Wenn es die Kommunikation erleichtert, dann finde ich in Ordnung, dass es viele Menschen in der Welt haben möchten. Meine Entwürfe für Samsung haben genau den Zweck gehabt, ein Mainstream Produkt, das seine Berechtigung auf dem Weltmarkt hat, zu individualisieren. Ich habe ihm einen Look gegeben, der aus solchen Produkten etwas Persönliches macht. Das ist nicht nur ein großes Vergnügen, sondern auch eine tolle Aufgabe. Dafür bin ich immer wieder gern zu haben.

Was hältst Du vom aktuellen Hype im Bereich Mobilfunktechnik? Nützt sie uns mehr, als das sie uns schadet?

Bereichern sie unsere Kreativität oder bedingen sie eher das Gegenteil? Fluch und Segen sind immer eng miteinander verbunden. Die Frage sollte eher lauten: Nutzen wir die gewonnene Zeit für eine sinnvolle Freizeitgestaltung? Das muss sich jeder selbst beantworten.

Als Designer musst Du sicherlich auch hin und wieder damit leben, dass andere Deine Ideen kopieren. Samsung musste sich in diesem Sommer vorerst Apple geschlagen geben. Was hältst Du persönlich von diesem Zickenkrieg des US-Giganten? Wäre es nicht besser nach dem Motto „leben und leben lassen“ zu agieren, da am Ende der Verbraucher entscheidet?

Designschutz und Markenschutz sind

wichtige Themen in unserer globalen und produktionswütigen Welt. Ich glaube, dass der Urnehmerschutz respektiert werden muss. Wobei ich aber auch nicht so naiv bin zu glauben, dass nicht auch meine Entwürfe von anderen Unternehmen kommerzialisiert werden. Ich nehme das dann als Hommage an meine Kreativität und wünsche allen Produkten eine gute Markteinführung. Gleiches würde ich auch Apple empfehlen, wenn Samsung, eine tolle Marke, seinen Platz eingenommen hat. Zwei Große sollten sich nicht streiten, sie sollten die Energie lieber in Produktinnovationen stecken.

Du hast für viele Theater, Bühnen und nicht zuletzt für den deutschen Film bereits gearbeitet. Ein großer Erfolg war zum Beispiel „RUBBELDIEKATZ“. Ist dies unter dem Gesichtspunkt, dass ein Film auch in zehn Jahren noch sehenswert sein, also keinem vergänglichen, modischen Diktat folgen sollte, eine besondere Herausforderung für Dich gewesen?

Jeder Look ist immer Ausdruck eines momentanen Zeitgeistes. Das gilt für Mode wie für Film. Eine Erinnerung zu schaffen, die eben auch textil sein kann, ist ein großes Vergnügen. Das gilt für Cineasten, wie für Modefreaks gleichermaßen. Ich liebe Film, Oper und das Theater und deswegen arbeite ich auch gerne in diesem Metier.

Wie war es einen Mann wie Mathias Schweighöfer in einem Deiner exklusiven Damenkostüme zu sehen?

Matthias ist nicht nur ein begnadeter Schauspieler, sondern auch eine wunderbare Frau (lacht). Meine Kleider haben mir verraten, dass sie es sehr genossen haben, mit seinen wunderschönen Beinen unterwegs gewesen zu sein. Aber im Ernst: er ist ein feiner Kerl und es ist doch ein großes Glück für einen feinen Kerl ein feines Kleid tragen zu können.

Auch Du bist ein gern gesehener Gast im TV, so wie beispielsweise bei Model-Shows wie „GNTM“. Was muss ein Model mitbringen, um für Dich und Deine Shows interessant zu sein? Wann ist eine Frau wirklich schön?

Eine Frau ist immer dann schön, wenn sie weiß, wer sie ist, ihre Schwächen mit Selbstverständnis vertuscht und ihre Stärken unterstreicht. Ein Model sollte diese Themen nicht kennen, denn sie muss eine perfekte Fassade sein, auf der wir Designer und Kreative unsere Kreationen lebendig werden lassen. Ein perfektes Model unterscheidet sich von einer perfekten Frau nur insofern, dass ein Model dafür bezahlt wird, dass sie schön ist und leider auch „in shape“ bleiben muss. Was Beiden schwer fällt.

Wirklich schön waren auch Deine Shows, sei es auf der Fashion Week oder zu anderen Anlässen. Es scheint so, als würdest Du eine modische Weltreise machen. Wie wichtig sind Reisen und andere Kulturen für Dich und Deine Kollektionen?

Reisen ist für mich ein wichtiger Teil meines Lebens. Ich reise natürlich, weil ich arbeiten muss, aber auch weil ich Lust auf fremde Länder und Kulturen habe. Sowie die Sehnsucht nach neuen Orten und all den wunderbaren Eindrücken, die dann eben zu Kollektionen werden. Ich bin ein Zeitreisender und bringe sozusagen meine Erinnerungen als textiles Mitbringsel mit zurück. **Deine Show-Musik passt stets zu Deinen Kreationen. Wie wichtig sind Musik und vor allem ihr Zusammenspiel mit der Mode für Dich?**

Musik und Mode gehören eng zusammen, denn wer berühren will, muss sich jeglicher Möglichkeiten der Aufnahme durch die Sinne bedienen. Das ist nicht nur Musik und Licht, sondern das ist eben auch der Zauber von Klängen, Bewegung und Menschen.





In USA normal, in Deutschland seltener: Live-Support für Fashion-Shows durch namhafte Musiker und Bands. Was hältst Du von der Kombination aus Live-Music und Fashion-Show?

Ich finde, es ist eine gute Kombination. Ich persönlich mache das nicht, weil ich mich ganz auf den Look konzentrieren will.

Natürlich wollen wir nicht das Wesentliche, Deine Kollektionen, außer Acht lassen. Was erwartest Deine begeistertsten Fans im modischen Winter?

Mein Winter wird sehr ruhig und ist eine kleine Hommage an eines meiner Lieblingstiere, das wunderbare Okapi. Das scheue, gescheite, zauberhafte Okapi.

Deine Sommerkollektion 2013 trägt den klangvollen Namen ALAIYHA. Hat er eine bestimmte Bedeutung? Wie kam er zustande?

Alaiyha heißt „das Geschenk Gottes“ und war eine Hommage an meinen geliebten russischen Windhund Alaiyha.

Du hast Ägypten besucht. Hat Dich die dortige Revolution und Freiheitsbewegung kreativ beeinflusst? Findest Du es wichtig, dass Menschen für ihre Überzeugung eintreten, eintreten und für sie kämpfen?

Ich finde es elementar wichtig für das zwischenmenschliche Zusammenleben, dass man sich einsetzt für Freiheit und Gerechtigkeit. Ohne diese Grundwerte kann eine Gesellschaft nicht existieren und schon gar nicht textil erleben. Wer einmal eine Burka anhatte, der weiß, wie weit entfernt dieses Textil von Freiheit ist.

Wie kann man diese bedeutenden Einflüsse in Mode transformieren?

Indem man darauf hinweist, dass es Missstände gibt und indem man anständig produzieren lässt: in Ländern, die Menschenrechte achten und schützen. Ich weiß, dass weder ein Teil aus meiner corporate fashion noch eines aus der

Mode, jemals von einem Kind zusammengebastelt wird. Das ist mein politisches Statement.

Ganze Mode-Agenturen sind damit beschäftigt, gesellschaftliche Strömungen und Stimmungen zu erforschen, um sie dann in Farben und Formen zu dekodieren und Trendempfehlungen zu geben. Kann Deiner Meinung nach Mode heute noch eine politische oder kulturelle Aussage treffen, d.h. ist sie mehr als bloßer Chic?

Mode ist immer Ausdruck von Zeitgeist und auch von Haltung. Eine Gesellschaft, die tolerant und dem Leben zugewandt ist, wird auch immer textile Freiheit erleben. Textil ist also auch immer ein Ausdruck von Liberalität und Freiheit. Dort, wo die „Wilden“ leben, ist häufig auch Freiheit die Grundbasis einer Gesellschaft.

Wann fühlst Du Dich persönlich wohl, d.h. welche Sachen trägst Du am liebsten?

Ich trage gern Sachen, die mich an zu Hause erinnern und ich bin meinen Sachen sehr treu. Ich mag gerne Sachen, die ich gute kenne. Irgendwie habe ich eine enge Beziehung zu Lieblingsteilen. Das kann eine alte Cashmir-Strickjacke sein, aber eben auch eine nagelneue Lederjacke.

Du bist sehr vielseitig, wie wir festgestellt haben. Welches Projekt erwartest uns als nächstes?

Ich entwerfe gerade eine Kollektion für das wunderbare Unternehmen HÖGL und ich bereite mich natürlich schon wieder auf die nächste Fashion Week im Januar vor.

Interview: Marco Kokkot

Photos: Guido Maria Kretschmer



GUIDO MARIA KRETSCHMERS
PREMIUM-LINIE
ÜBERZEUGT MIT TRAUMHAFTEN,
HANDGEARBEITETEN
COCKTAIL- UND
ABENDKLEIDERN^{AUS}_{DEN}
EDELSTEN STOFFEN.

DIE
HINREISSENDEN
KREATIONEN ^{SCHMEICHELN} _{JEDER}
WEIBLICHEN
SILHOUETTE ^{UND UNTER-} _{STREICHEN DIE}
ANMUT DER TRÄGERIN.



MIT SEINER
**SINNLICHEN
 ABENDMODE**
 BEWEIST DER DESIGNER, DASS ER NICHT
 NUR ALS MODE-MAGIER, SONDERN ALS EIN
**MEISTER DER
 ELEGANZ** BEZEICHNET
 WERDEN KANN.

GUIDO MARIA KRETSCHMER ENTWIRFT AUCH
**READY-TO-WEAR
 KOLLEKTIONEN,** DIE SICH
 DURCH
**KLARE FORMEN,
 HOCHWERTIGE STOFFE** UND
ELEGANTE DESIGNS
 AUSZEICHNEN.



ZAHLREICHE STARS WIE
CHARLIZE THERON,
JANE SEYMOUR, ALEXANDRA
MARIA LARA,
VERONA POOTH, BARBARA SCHÖNEBERGER, HEIDI KLUM UND
KAROLINA KURKOVA SIND VON
SEINEN
KLEIDERN BEGEISTERT UND ZEIGEN SICH GERNE IN GUIDO
MARIA KRETSCHMER AUF DEM ROTEN TEPPICH.



**GUIDO MARIA
KRETSCHMER** IST ZUDEM
EXKLUSIVER
**KOOPERATIONS-
PARTNER** VON MARKEN WIE
MERCEDES BENZ,
VERTU, RIMOWA, PFAFF, DER KÖNIGLICHEN
PORZELLAN-MANUFAKTUR BERLIN, UM
NUR EINIGE ZU NENNEN.

WWW.GUIDOMARIAKRETSCHMER.DE



