

Magazin

Schon sehr fesch: die Kochjacke Modell „Kauboje“, zu haben für 119 Euro.

Das perfekte Dinner

Harriet Deris entwirft „Kaubojen“-Jacken und „Hauptquartier“-Hosen – für alle, die von Berufs wegen am Herd stehen

VON INGE AHRENS



Ich bin mein eigenes Model: Harriet Deris in einem ihrer Entwürfe.



Gehen die Menschen aus zu einem feinen Essen, steigen sie vorher noch in einen flotten Zweireiher. Oder sie schlüpfen ins kleine Schwarze, beziehungsweise: öffnen zumindest die oberen Knöpfe ihres Hosenanzugs, um dem Büroalltag zu entrinnen. Hinter den Kulissen der feinen Esstempel aber, wo die eigentlichen Schlachten geschlagen werden, in der Küche also tupfen sich Koch und Köchin den Schweiß von der Stirn und hoffen ansonsten, dass sie nicht raus müssen an einen Tisch im Restaurant mit all den entspannten Menschen.

Auch als Köchin oder Koch möchte man schließlich attraktiv aussehen, findet die Köchin Harriet Deris. „Es kann schon mal vorkommen, dass man sich verliebt kreuz und quer durchs Restaurant, und draußen serviert vielleicht der Kellner unseres Herzens.“ Und wer möchte da nicht besonders hübsch aussehen? Der Ton in der Küche kann auch mal rau sein, da muss man sowieso schon viel Frau ablegen. Da sollen wenigstens die Arbeitskleider feminin sein.

Harriet Deris aus Bruchsal entwirft flotte Berufskleidung für Frauen und Männer in der Restaurantküche und Uniformen für die Stewardessen und Stewards auf stilbetonten Pri-

vatyachten. Und das kam so: Die inzwischen 29-Jährige studierte Informatik in Hamburg und verdiente sich ihr Studium, indem sie dort im Restaurant Rexroth kellnerte. Es gefiel ihr, und sie machte gleich noch eine Kochlehre. Als Kochgesellin zog es sie bald darauf nach Heidelberg, wo sie sich mit einem Mietkochservice selbstständig machte. Nebenher absolvierte Harriet Deris gleich noch ein Praktikum in Eventmanagement und bewarb sich schon mal per Anzeige in einem Yacht-Magazin: „Hand gegen Kojee“ (Arbeit gegen Reise).

Das gefiel einem mexikanischen Yachteigner, der sich von einem schwäbischen Kapitän durch alle Wasser fahren ließ. Harriet Deris sorgte alsbald für dessen leibliches Wohl und hinterließ nach zwei Jahren Schiffsküche einen Mexikaner, der fortan sehnsüchtig nach Käse-spätzle verlangte. Harriet Deris aber hatte sich allmählich wieder nach einem Privatleben gesehnt, und das führt sie jetzt (frisch verlobt) in ihrer alten süddeutschen Heimat in der Nähe ihrer Familie.

Harriet Deris

Nach eigenen Küchenjahren kreiert sie nun selbst Bekleidung für den professionellen „Tanz am Herd“.

Zu beziehen über:

H. Deris, Jahnstraße 23b, 76689 Karlsdorf-Neuthard, Tel.: 0178-427 74 38

Alle Modelle online: www.dancing-chef.de

Da ihre Lust nach Ferne erstmal gestillt ist, die nach schicker Koch- und Köchinnenmode keinesfalls, entwirft sie seit letztem Jahr sehr flotte Küchenkleider: Wickeljacken für Frauen am Herd, die auch mal Hals zeigen und figurbetonte „Lotus“-Kleider, die klar machen: „Hey, hier arbeitet eine Frau.“ Aber auch die Männer, die bei der klassischen Kochkleidung oft ziemlich unglücklich in karottenförmigen Hosen stecken, sehen bei ihr schnieke aus in anthrazitfarbenen Pantalons, die vorne einen Taubenschlag haben, in den sie sich kleine Frechheiten stecken lassen.

Gerade hat Harriet Deris die Crew einer ganzen Yacht in Panama ausgestattet mitsamt flotter Uniformen für die Stewardessen, die dort gemeinhin fürs Mahagonipolieren und Tischeindecken zuständig sind. Aber hübsch bitte. Auf den glänzenden Planken kennt die süddeutsche Köchin sich aus, denn in Mexiko musste sie schon mal eine ganze Besatzung in neue Kleider stecken, und „alles, was ich fand, war scheußlich, altmodisch und aus Polyester“.

DESSOUS

In die Kurve gelegt

Ihr Studium an der Akademie von Breda schloss sie 1991 „cum laude“ ab – und das, obwohl ihr Schaustück ein hinterrückiges Kleid war und zu dieser Zeit in den Niederlanden die Stringtangas noch unter dem Ladentisch verkauft wurden, wie sie sich erinnert. Schon damals wollte Marlies Dekkers machtvoll verführerische, nur nicht albern kokette Dessous-Mode entwerfen; 1993 begründete sie zu diesem Behufe in Rotterdam ihr Label „undressed“.

Heute ist sie mit extravagant-durchdachter Unterwäsche (ihre aktuellen Inspirationen sind Stanley Kubrick und tropische Vögel), Accessoires wie Sonnenbrillen sowie Nacht- und Badekleidung in über 20 Ländern, an rund 1 000 Verkaufsstellen präsent und muss sich um prominente Außenwerbung keine Sorgen machen: Ob Juliette Binoche oder Nelly Furtado, Courtney Love oder Rihanna – alle haben schon zu Marlies' Modellen gegriffen, wie an den BH-Trägern unschwer zu erkennen ist. Deren besondere Gestaltung ist Dekkers' Markenzei-

chen: Sie verlaufen in parallelem Schwung zum Körbchenrand über die nackte Haut, bilden multipliziert Spinnennetze oder verweben sich zum Gittermuster. Das akzentuiert nicht nur das Dekolleté ganz ungemein, sondern kommt auch dem Tragekomfort zugute. Die Passform wird stets in der Praxis getestet – zuerst an Marlies Dekkers' Mitarbeiterinnen, wie die bei der Shop-Eröffnung in Berlin genüsslich erzählen.

„Ich finde, mein Stil ist sehr niederländisch und nüchtern“, hat sie selbst konstatiert: „Im Sinne der Tradition, die die niederländischen Möbel und die Mode prägt. Die Neigung, Spießiges und Barockes wegzulassen. Alles ist immer grafisch, auf die Komposition orientiert.“ Die vordergründig sexy Spitze, Lieblingsmaterial internationaler Konkurrenten wie Chantal Thomass oder Agent Provocateur, findet sich deshalb kaum in Marlies Dekkers' Kollektionen: auch, weil sie sich kaum so gut in die Kurve legen kann wie modernere Materialien. Und darum geht es doch. *Carmen Böker*

Marlies Dekkers

Die Dessous-Designerin aus den Niederlanden hat ihren ersten deutschen Store an der Oranienburger Straße 1 in Berlin eröffnet. BHs gibt es ab 70, Slips ab 35 Euro.

Das Label im Internet: www.marliesdekkers.nl



MARLIES DEKKERS

Hallo Nachbar!

Bei H & M wurde für eine Sonderkollektion in den Marimekko-Archiven gestöbert

VON CARMEN BÖKER

Auf den ersten Blick kommt zusammen, was überhaupt nicht zusammengehört: Ausgerechnet der schwedische Fast-Fashion-Konzern Hennes & Mauritz widmet der finnischen Textilfirma Marimekko eine Sommer-Sonderkollektion – das Prinzip der sehr kurzlebigen Mode (vulgo: „Saisonknecht“) trifft auf das Credo des nachhaltigen Designs, das sich mit Bedacht und Beharren auf hoher Verarbeitungsqualität abgekoppelt hat vom Zirkeltraining der Kollektionen. Die anhaltende Renaissance des Sixties-Stils in den Nullerjahren macht's möglich – und damit massenkompatibel. Marimekko, das 1951 in Helsinki durch Viljo und Armi Ratia als kleine Stoffdruckerei begründete Unternehmen, konnte nach anhaltenden finanziellen Turbulenzen und minimalismusbedingter Flaute längst wieder an alte Erfolge anknüpfen.

In den Sechzigern galt die Marke als „Uniform der Intellektuellen“. Das klingt heute – da man darunter schwarze Rollkragenpull-over zu schwarzgeränderten Brillen zu schmallippigen Mienen versteht – erstaunlich. Doch damals verstand man just die Schlichtheit der Arbeitskleidung orientierten Schnitte, die Farbgebung der einfachen Baumwollstoffe und besonders die optimistische Ausstrahlung dieser Kleidung als verlockend avantgardistisch. Jackie Kennedy erwarb 1960 gleich acht Marimekko-Kleider während des Präsidentschaftswahlkampfes ihres Mannes und vernachlässigte dafür sogar die Pariser Couture: um ein bisschen non-konforme Lässigkeit, Aufgeschlossenheit, Unkompliziertheit, kurz: Modernität zu signalisieren.



H & M (2)

Wassertropfen werden zu Ellipsen abstrahiert, Blüten und Zweige zu strengen Schattenrissen reduziert, Buntstift-Striche wiegen sich wie Gräser im Wind: Alle Entwürfe von Marimekko sind geprägt vom tiefen Erlebnis der Natur – doch das oftmals ruppige finnische Klima inspiriert eben weniger zu romantischen Dessins denn zu einer kargen, klar strukturierten, pragmatischen Formgebung. Aus diesem intelligenten Fundus schöpfte man nun bei H & M, um „ausgewählte peppige Muster in einen modernen Kontext“ zu überführen. „Unikko“, das berühmteste, in jeder Saison neu aufgelegte Klatschmohn-Motiv, ist zwar nicht dabei. Dafür aber kirschröte Blubberblasen auf gewitterschwarzem Grund oder ornamental verknäppte Wasserwirbel in der heftig psychedelischen Farbkombination Cyclam-Orange. Zu haben in den Filialen sind ab Ende kommender Woche rund 70 Teile für Damen, Herren und Kinder – Schürzenkleider (39,90 Euro), Shorts, Bademode, Sonnenhüte sowie gestreifte Männer-Shirts (19,90 Euro). Wildgemusterte Teddybären gibt es auch. Das ist nicht nur praktisch, da fleckenunempfindlich, also eine weitere Innovation der Tradition, sondern auch ungemein fröhlich. „Finnischkeit“ nennt Marimekko selbst seine besondere Verbindungen dieser Prinzipien.

Ab 10. April in allen 28 H&M-Ländern.

Schlichte Schnitte, sparsame Details, unverwechselbare Stoffmuster: So sieht die „Tribute to Marimekko“-Kollektion von H&M aus, die ziemlich Sixties-selig von Liselotte Watkins illustriert wurde.

