

VOGUE

DEUTSCH

40
JAHRE

07/2019
JULI
€ 7,-
DEUTSCHLAND
€ 7,- ÖSTERREICH
SFR 11,- SCHWEIZ



EIN HEFT FÜR & ÜBER
KARL LAGERFELD



DER BUCHMACHER

Mehr als 25 Jahre hat Gerhard Steidl Karl Lagerfelds Bücher verlegt. Hier erzählt er von seiner ganz besonderen Beziehung zu ihm

Gerhard Steidl (oben) druckte auch alle Chanel-Kataloge und -Einladungen. Rechts: Zeichnung von Lagerfeld für die Herbst/Winter-Show 2019/20.

FOTOS: ELIAS HASSOS

VOGUE JULI 2019



Als ich Karl Lagerfeld 1993 zum ersten Mal begegnete, erschienen in meinem Verlag vor allem Romane und Sachbücher zu politischen Themen. In dem Jahr war Lagerfeld mit dem Lucky Strike Designer Award der Raymond Loewy Foundation ausgezeichnet worden, und zu seiner Siegaprämie gehörte es, dass er mit dem Steidl Verlag ein Buch über sein Schaffen auf die Beine stellen sollte. Zum Kennenlernen flog ich mit Marietta Andreae, die für Chanel die Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland steuerte, nach Paris. Sie gab mir unterwegs einen Crashkurs über das Modemachen und Lagerfeld, denn von alldem hatte ich keine Ahnung. In den Räumen der Rue Cambon praktizierte Karl Lagerfeld zunächst einmal etwas, das ich mir später von ihm abschaute: Er ließ einen warten, endlos warten. Nicht um mich zu ärgern oder zu testen, sondern weil er seine effizienten, eng getakteten Arbeitsabläufe nicht von der Anwesenheit bestimmter Personen abhängig machen wollte. Ich kam dran, als ich dran war.

Dann beschnupperten wir uns, und sehr bald stellte ich fest, dass ihn ein monografisches Buch über ihn selbst nicht im Entferntesten interessierte. Im Verlauf des Gesprächs stellte sich heraus, dass gerade ein ziemlich schlecht gedrucktes Buch mit seinen Fotografien erschienen war. Und Lagerfeld schlug mir vor, wenn schon mal ein Buch seiner fotografischen Arbeiten zu machen wäre, dann ein richtig gutes.

Frustriert und ratlos fuhr ich nach Göttingen zurück. Um den Faden nicht abreißen zu lassen, schrieb ich ihm einen Brief und erbat mir eine Auswahl seiner Fotos, um konzeptionell nachdenken zu können. Er schickte sie umgehend, kommentarlos. Ich reproduzierte die Fotos und bereitete sie für einen Andruck in verschiedenen Techniken und auf unterschiedlichen Papieren vor. Sauber beschriftet – „Tritone auf Arches-Papier“, „Quadratone auf Somerset Book Paper“ – schickte ich sie ihm, ebenso kommentarlos. Er antwortete umgehend, und schon waren wir im Fachgespräch: „Ah, Sie können Quadratone drucken“, sagte er, der seit langem auf der Suche nach jemandem war, der diese schwierige Technik beherrschte. Zu meinem Erstaunen wusste er genau Bescheid über alle möglichen Papiersorten verschiedener Hersteller und erwies sich als Kenner sämtlicher Aspekte der Buchkunst. Im Verlauf unserer langjährigen Zusammenarbeit sollte ich lernen, dass Lagerfeld Bücher genauso betrachtete wie Mode: Sie waren ihm Medien des perfekten Zusammenklangs von Ideen, Materialien und Handwerk.

In Sachen Buchmanie hatte Karl Lagerfeld ein großes Vorbild. Im Jahr 1913 gründete Harry Graf Kessler in Weimar einen bibliophilen Verlag: Die Cranach-Presse ist heute berühmt für ihre exquisit produzierten Bücher, die dort knapp zwanzig Jahre lang erschienen. Graf Kessler, Schriftsteller, Mäzen, Diplomat und kosmopolitischer Freigeist aus reicher Familie, steckte viel Geld und Energie in seine Editionen. Er ließ eigene Schriftschnitte entwerfen, beschäftigte die besten Künstler seiner Zeit als Illustratoren, konnte sich mit Grafikern und Setzern monatelang in typografischer Feinarbeit verausgaben und war erst mit dem perfekten Ergebnis zufrieden.

Lagerfeld und Kessler hatten viel gemeinsam, von der aristokratischen Erscheinung über das politische Interesse bis hin zum handwerklichen Perfektionismus. Lagerfeld hatte ja nicht nur den Anspruch, die beste Kleidung zu kreieren, er wusste auch ganz genau, was man dafür

„ZU VIEL ROTWEIN GESTERN GETRUNKEN? DAS LOGO STEHT DOCH VIEL ZU HOCH, DAS MUSS DREI MILLIMETER RUNTER!“

tun musste, welchen Effekt eine spezielle Naht, ein bestimmter Stoff oder Faltenwurf bewirken. Lagerfeld beherrschte die Mittel zum Zweck wie kein Zweiter, und das nicht nur im Bereich der Mode. Das merkte ich, als ich begann, mit ihm Bücher zu machen.

1994 erschien sein Fotobuch *Off the Record* im Steidl Verlag, ihm folgten sehr viele weitere Bücher, die Lagerfelds Blick auf Mode und Menschen, Natur und Architektur dokumentieren. Der nächste logische Schritt war, dem so ganz in Büchern denkenden Lagerfeld auch als Programmgestalter Raum zu geben. Zunächst gründeten wir gemeinsam die Edition 7L mit international ausgerichtetem Programm. Dort realisierten wir visuelle Bücher, in denen Lagerfelds unerschöpfliche Neugierde auf Mode, Kunst, Fotografie, Literatur, Philosophie und Geschichte ihren Ausdruck fand. Mit der Zeit entstanden 40 bis 50 Bücher, die heute zum Teil bereits bibliophilen Wert haben.

Unter anderem erschienen originalgetreue Nachdrucke sehr seltener und teurer Buchikonen, zum Beispiel das Fotobuch *Paris* von Moï Ver. Lagerfeld besaß ein Originalexemplar von 1931, das durfte ich zum Scannen auseinandernehmen, und dann bauten wir es gewissermaßen in allen seinen Elementen exakt nach, vom Papier über die Anmutung des Drucks bis zum Einbandmaterial. Das waren Erkundungsreisen durch die Buchkunst früherer Zeiten, von denen Lagerfeld und ich immer profitierten. So besorgte ich den „Nachbau“ einer seltenen und sündhaft teuren, von Olaf Gulbransson wunderbar illustrierten Ausgabe von Andersen-Märchen. Es war nicht leicht, den pergamentartig wirkenden Einband zu reproduzieren. Als mir das gelungen war, hatte Lagerfeld sofort die Idee, die gleiche Technik für die nächste Chanel-Pressemappe zu übernehmen. Unsere gesamte gemeinsame Arbeit beruhte auf solchen Wechselwirkungen. Es war ein ständiges Suchen, Ausprobieren und Zusammenführen über alle Grenzen hinweg. Der Vorrat für die Edition 7L ist praktisch aufgebraucht, es gibt noch eine Handvoll Projekte, die Lagerfeld ins Programm genommen hat, wenn die erschienen sind, wird 7L geschlossen.

2010 gründeten wir zusammen einen weiteren Verlag: L.S.D. (Lagerfeld Steidl Druckerei Verlag). Dort erscheinen Sachbücher und literarische Titel in deutscher Sprache, für die Lagerfeld viele Titelvignetten gezeichnet hat. Zur Gründung von L.S.D. kam es, weil Lagerfeld begonnen hatte, mir ständig Lektüre zu empfehlen. Wenn er mit einem großen Schwung Bücher in die Sommerferien gefahren war, traf nach ein paar Tagen ein Fax mit seiner Leseliste bei mir ein. Das konnten antiquarische Werke oder aktuelle deutsche Lite-

RÄUME VOLLER ERINNERUNGEN 1 In jeder Ecke des Verlags in Göttingen finden sich Zeugnisse der Zusammenarbeit von Karl Lagerfeld und Gerhard Steidl. 2 Druckfahnen mit „Karikaturen“. 3 Werke aus dem gemeinsamen L.S.D.-Verlag. 4 Lagerfeld-Porträt. 5 Steidls Schreibtisch. 6 Karikatur des L.S.D.-Lektors. 7 Einladungsschreiben. 8 Lager mit Lagerfeld-Werken.

Protokoll: Ingeborg Harms



DER BUCHMACHER

Fortsetzung von Seite 156

ratur sein, die ihm sein Hausbuchhändler Wilfried Weber von der Hamburger Buchhandlung Felix Jud zusammenstellte. Für englischsprachige Bücher war Amanda Harlech zuständig, die für ihn in London und New York einkaufte.

Wenn er ein Buch gelesen hatte, das er besonders interessant fand, hat er es mir geschickt mit dem Vermerk, ich müsse es ihm auf jeden Fall zurückgeben. Und nur wenige Tage später kam dann ein Anruf: „Haben Sie es schon gelesen?“ Am meisten abgequält habe ich mich mit einem 800-Seiten-Buch über die Schwierigkeit, Rilke ins Englische zu übersetzen. Ich habe es nicht wirklich verstanden, und so richtig hat es mich auch nicht interessiert. Irgendwann war Lagerfeld verstimmt, fast verärgert: „Eines will ich Ihnen mal sagen: Entweder Sie lesen die Bücher zeitnah, und wir können darüber reden, oder wir vergessen das. Dann schicke ich Ihnen eben keine Bücher mehr und behalte mein Wissen für mich.“ Damit ich ihm ein Gesprächspartner sein konnte, habe ich mich schließlich durch alles, was von ihm kam, hindurchgefressen.

Eines der ersten Bücher, das er für das L.S.D.-Programm ausgewählt hat, war *Zerrissene Fäden*, eine Geschichte der deutsch-jüdischen Modeindustrie. Lagerfeld hat sich immer mit der jüdischen Bevölkerung solidarisiert, und der zunehmende Antisemitismus in Deutschland und Frankreich empörte ihn sehr.

Vor ein paar Jahren hat sich Lagerfeld intensiv mit Friedrich Nietzsche beschäftigt. „Ich lese gerade viel Nietzsche“, schrieb er mir, „und das ist sehr interessant. Aber offensichtlich ist es so, dass in die Texte stark eingegriffen wurde. Ich wüsste gern, wie die Originalmanuskripte aussehen.“ Das war wieder einmal der Beginn einer wundersamen Reise: Ich recherchierte in der Nationalbibliothek in Weimar und stieß darauf, dass Nietzsche seine Werke nicht einfach auf lose Blätter schrieb. Er hat sich schöne Schreibhefte gekauft, aber auch Buchmaquetten anfertigen lassen, Blindbände mit ganz verschiedenen Formaten und Papierarten. Und in die hat er seine Texte hineingeschrieben, geradezu kalligrafisch und sehr gut lesbar. Mich hat besonders fasziniert, dass Nietzsche teilweise mit Randausgleich schrieb, also die Wortabstände in jeder Zeile so variierte, dass ein Blocksatz entstand.

Mir ging durch den Kopf, dass man die Manuskripte faksimilieren müsste, in Originalgröße, auf das genau entsprechende Papier und gedruckt mit Farben, die den unterschiedlichen Tinten seiner Schreibgeräte entsprechen. Als ich Lagerfeld von dieser Idee erzählte, war er begeistert. Ich schiebe die Produktion immer wieder auf, weil es eine Jahrhundertarbeit ist. Von Lagerfeld stammt der Titel: *Nietzsches Nietzsche*, ein unverstellter Blick auf Nietzsches Werk. Diese Edition wird das Vermächtnis, die letzte Veröffentlichung bei L.S.D.

Zum Glück habe ich noch allerhand Stoff für die nächsten Jahre, denn Lagerfeld hatte mir an die zwanzig Bücher geschickt, über die wir noch sprechen konnten. Erst letzten Dezember erzählte er mir, dass er gerade ein interessantes Buch von Harry Graf Kessler gekauft habe, *Sotwe-nirs d'un Européen*, Erinnerungen eines Europäers. Er schickte es mir und schrieb dazu, ich solle vorsichtig mit dem Band umgehen, er sei recht teuer gewesen, und „recht teuer“ in Lagerfelds Kategorie wollte sicher etwas heißen. Was er einmal vorschlug und ich sicher auch realisieren werde, betrifft seine gesammelten Bücher der Cranach-Presse von Harry Graf Kessler. Er hat immer die besten erhältlichen Exemplare gekauft.

Ich möchte alle Bücher aus seiner Bibliothek faksimilieren. Das wird eine Box mit dem Titel *Cranach-Presse. Die Sammlung Karl Lagerfeld*.

Unser viertes Feld intensiver Zusammenarbeit waren die Chanel-Kataloge. Auch an ihnen arbeitete er mit Akribie. Wenn Lagerfeld fünf vor zwölf aufblitzte, dass etwas noch nicht so war, wie es sein sollte, dann wurde wieder von vorn angefangen. Es konnte passieren, dass ihm die Platzierung des Chanel-Logos auf einer Einladungskarte nicht richtig gefiel. Dann sagte er: „Haben Sie sich eigentlich schon mal die Rückseite angesehen?“ „Natürlich.“ „Ja, sind Sie denn blind? Zu viel Rotwein gestern getrunken? Das Logo steht doch viel zu hoch, das muss drei Millimeter runter!“ „Jetzt, wo Sie es sagen“, antwortete ich. Umgekehrt war er genauso: Wenn ihm ein Vorschlag von mir einleuchtete, hat er ihn ohne jede Eitelkeit akzeptiert. Besonders samstags war Lagerfeld produktiv, da durfte ich mich kaum von meinem Faxgerät oder Telefon wegbewegen.

Ich war bei fast allen Shootings für die Chanel-Kollektionen dabei. Bei Lagerfeld gab es immer etwas zu lernen, aber es ging mir auch darum, ein Gefühl für die neue Kollektion, die Stoffe, die Stimmung, das Licht zu bekommen. Das entscheidet über die Anmutung der Einladungskarten und Pressemappen für Modenschauen, der Anzeigenkampagne und später der Kataloge. Ich habe mir ein Zitat von ihm gemerkt, das mein ästhetisches Empfinden verändert hat: „Gerhard, wir verkaufen keine Mode, wir verkaufen Atmosphäre.“ Oft hat Lagerfeld erzählt, wie er auf seine Ideen kam: „Für dieses Shooting hat mich eine amerikanische Malerin inspiriert, Florine Stettheimer.“ Er sah sich ihre Bildwelten genau an, ließ sie als Set nachbauen und seine Models darin agieren. Wenn er beiläufig sagte: „Informieren Sie sich mal über Edward Hopper“, wusste ich, dass es für das nächste Shooting wichtig wurde.

„Bei Chanel sind nur Arbeiter beschäftigt“, sagte Karl Lagerfeld einmal scherzhaft. „Ich bin der Heimarbeiter, der die Zeichnungen macht. Eric Pfrunder, der im Haus Chanel bis hin zur Produktion der Werbung alles für mich arrangiert, ist der Vorarbeiter. Und Steidl ist der Ausarbeiter.“ Wir haben mit Chanel jetzt tatsächlich eine große Ausstellung aller Kataloge geplant. Man kann sie ja nicht kaufen, und im Zusammenhang betrachtet sind sie sehr interessant. An ihnen lässt sich genau nachverfolgen, was Lagerfeld inspiriert hat.

Wie Harry Graf Kessler war auch Karl Lagerfeld ein wacher Beobachter des politischen Geschehens mit ausgeprägten Standpunkten. Da er in Paris dazu vielleicht nicht die richtigen Gesprächspartner hatte, stellte er mir am Telefon allerhand Fragen, bevor wir uns über die Arbeit austauschten: „Wie geht es in Deutschland? Was macht Merkel? Was halten Sie von Obama?“ Aus den Karikaturen, die er für die *Frankfurter Allgemeine* gezeichnet hat, kann man das politische Spektrum, das ihn interessierte, und seine Haltung dazu ablesen. Bis zuletzt hielt er sich informiert, wir tauschten uns viel über SMS aus.

Wir wollten noch gemeinsam eine Buchhandlung in New York eröffnen, dort sollte eine Auswahl von Büchern erhältlich sein, die ihm und mir gefallen. Er hat den Namen gegeben für diese Buchhandlung, „Word & Image“, das Logo, in dem das „W“ dezent einen Stehkragen bildet und das „I“ eine Krawatte. Überhaupt befanden wir uns inmitten von Plänen und Projekten, als die Nachricht von seinem Tod kam. Das war an einem Dienstag. Am Sonntag zuvor hatte ich ihn noch angerufen, eine Arbeit drängte, seine Antwort war: „Kommt Zeit, kommt Rat.“

GQ

DIE NEUE GQ

+ 100 SEITEN SONDERHEFT GQ LUXURY

GERMANY

DAS STIL-MAGAZIN GENTLEMEN'S QUARTERLY

BERLIN PARTY-MYTHOS BERGHAIN 15 JAHRE EXZESS

GEORGE CLOONEY

WIE ER MIT HALTUNG UND COOLNESS DIE WELT BEWEGT

JETZT IM HANDEL

LUXURY

Luxus 2020
WATCHES · CARS · TRAVEL · FASHION · DINING

Foto: John Bissau/Frank Archive, Olaf Wapart/utb

GENTLEMEN'S QUARTERLY