

MODE NEWS



NACHGEFRAGT —

«Frisch und modern»

Grace Coddington (75), ehemalige Creative Director der US-«Vogue», über die Werbekampagne, die sie für Tiffany & Co. gestylt hat.

Grace Coddington, Ihre Modestrecken glichen meist opulenten Traumwelten, die Kampagne für Tiffany & Co. aber haben Sie modern und clean gehalten.

Ich liebe romantische Bilder, wie sie Tiffany selber schon oft verwendet hat. Aber für diese Kampagne wollte ich einen frischen, modernen Zugang. Solche Entscheide muss man instinktiv fällen.

Für die Kampagne haben Sie mit Stars gearbeitet. Ein Novum für Tiffany, und auch Sie selber kennt man seit dem Dokfilm «September Issue» als jemanden, der kritisch gegenüber Celebritys ist. Warum haben Sie jetzt doch auf Berühmtheiten gesetzt?

Ich habe nach Frauen gesucht, die nicht nur schön, sondern talentiert sind. Mit Christy Turlington habe

ich schon oft gearbeitet, Elle Fanning (Foto) und Natalie Westling sind grossartig, und Lupita Nyong'o bewundere ich schon lang.

Was ist das Wichtigste, was Sie in Ihrer Karriere über Mode und Menschen gelernt haben?

Sich für ein Modeshooting zu kleiden, ist nicht dasselbe, wie sich für das Leben zu kleiden.



Neue Masche

Vor über hundert Jahren wurde das Stricklabel Molli in Zofingen gegründet. Seit die Französin Charlotte de Fayet das Label vor einem Jahr übernommen hat, gibts bei Molli neben Kinderkleidung nun auch eine feminine, flauschige Frauenkollektion.

Ab 315 Fr., molli.com

“Mode hilft dir, deine verschiedenen Ichs auszudrücken. Das ist das Interessante an der Mode, sie sollte deinem Leben eine Hilfe sein”

Miuccia Prada, italienische Modedesignerin

Milchproteinfasern in Tops und Slips der Alpine-Chic-Kollektion von Calida regulieren Hautfeuchtigkeit und Körpertemperatur, bekämpfen Geruch und Bakterien.

Ab 29.90 Fr., calida.ch