



Hab und Gut
Theater-Spektakel-Chefin
Schwaegermann wohnt
preussisch mit einem
Hauch Prättigau SEITE 65



Strandgut
Schmuck, Tücher
oder Schleckereien:
Muscheln verschönern
den Sommer SEITE 66



Weingut
Fruchtig und von der
Sonne verwöhnt: Die
griechischen Tropfen
holen auf SEITE 67



«Es ist unser Job, jemanden sich gut, elegant und sexy fühlen zu lassen»: Dan (l.) und Dean Caten mit ihrer Männer-Sommerkollektion 2005

FOTO: CARLO CERCHIOLI/GRAZIA NERI

VON EDITH ARNOLD

Feigenblätter gehören auf die Haut. Seit Adam und etwas später Eva steht das biblische Laub für Erotik. Bei den Modemachern Dsquared ist es stofflich zu Leder mutiert. Als Kreuzung von Hose und Mini umspielt es die Hüfte äusserst gefährlich und fokussiert den Ort des einstigen Feigenblatts. Diesen Sommer sieht man das Remake aus dem Alten Testament überall dort, wo sich Beautiful People besonders gerne tummeln: auf Capri, in Taormina, an der Costa Amalfi, in den Pärken Roms.

«Dsquared è un fenomeno», sagt Andrea, der die Vergnügungsorte rund um Mailand kennt und in der Edelboutique Antonioli in Mailand mitunter Helmut Lang, Martin Margiela und Dolce & Gabbana verkauft. «Im Moment ist es so, dass es den Käufern egal ist, welches Kleidungsstück zu welchem Preis gerade erstanden wird: Dsquared muss draufstehen und basta!» Der Labelname liest sich in immer wieder anderen Schriftzügen. Überhaupt scheint jedes Kleidungsstück einen persönlichen Swing zu haben, hier ein Spruch, dort eine Applikation, alles immer sehr-ironisch, auch im Schnitt. Aus widerstandsfähigen Materialien gefertigt (Kalbsleder aus Italien, «Japanese Rust Denim») macht die Trägerin und der Träger darin bella figura, ob im Wilden Westen oder im mediterranen Süden. Doch nicht nur Fashion Victims, auch die Fachwelt ist begeistert von den Mode-Newcomern aus Mailand. «Ener-

Zwillingmode für Aufreisser

Dan und Dean Caten von Dsquared sind die Modelieblinge der Stunde. In Mailand entwerfen sie Luxusstreetwear zum Ausziehen

getische, sexy Kollektionen», jubelte etwa Courtney Colavita im amerikanischen Modemagazin «WWD». Und Suzy Menkes, die Grand Old Lady der Modekritik, bemerkte in der «International Herald Tribune»: «Die herzliche Energie dieser beiden Designer überträgt sich bildhaft in ihrem Stil.»

Dan sei «ein wenig seriöser», Dean «etwas kreativer»

Ortstermin an der Porta Ticinese, wo sich im Showroom von Dsquared die Fleisch gewordene Energie präsentiert: Dan und Dean Caten, je 1,70 Meter gross, drapiert auf einer Sofalandschaft in klinisch weissem Ambiente. Wo die TV-Kameras und Fotokameras gerade sind, ist auch ihr La-

chen. Dan und Dean sind Zwillinge, und zwar so sehr, dass sie auch als Klone durchgehen könnten. Mit einem Zeitabstand von 15 Minuten wurden sie vor 41 Jahren in Toronto geboren. Dan sei «un po' più in quadrato», ein wenig seriöser, hat die Pressefrau durchblicken lassen. Dean dafür noch etwas kreativer. Dan raucht nicht, Dean schon. Trotzdem hat Dean eine höhere Stimme, so hoch, dass sie fast piepst. An ihren Fingern funkeln Ringe mit je zwei Diamanten. Zwillinghaftigkeit bis ins letzte Detail: Die Designer tragen dieselben weissen – eigenen – Hemden gleich weit offen. Zwei grosse Babys mit Brusthaar.

«Wir verbringen sehr viel Zeit damit, herauszufinden, welche Kleider die Leute

wirklich brauchen», sagt Dan, mittlerweile auf einem Stuhl mit ordinären vier Beinen sitzend. Dean schliesst sich an: «Die Kleider sollen genau so sein, wie wir sie für uns selber wünschen: ehrliche, reale Sachen, in denen man sich bequem fühlt, bequem und sexy. Es ist unser Job, jemanden sich gut, elegant und erotisch fühlen zu lassen.»

Offenbar teilen immer mehr Leute dieses modische Credo. Von 4,5 Millionen (2002) auf 60 Millionen Franken (2004) ist der Umsatz von Dsquared gewachsen. Italien, Deutschland, Japan und England sind die wichtigsten Absatzmärkte. In der Schweiz ist das Label ausschliesslich bei Fidelio (Zürich), Hot Lemon (Basel) und Ruby Tuesday (Luzern)

zu finden. Auf Dsquared setzt auch Renzo Rosso, der mit seiner Diesel-Gruppe jährlich 1,12 Milliarden Franken umsetzt. Mit Dan und Dean ist er einen Zehnjahresvertrag eingegangen.

Und Madonna? «Madonna liebt uns noch immer – und wir lieben sie», sagt Dean. «Vor zwei Tagen hat sie angerufen und eine Bestellung aufgegeben: mehrere wuchtige Mützen aus kanadischem Coyote-Fell sowie ein paar komplette Outfits aus unserer Winterkollektion.»

«Born in Canada, made in Italy» beschreiben die Caten ihre Karriere

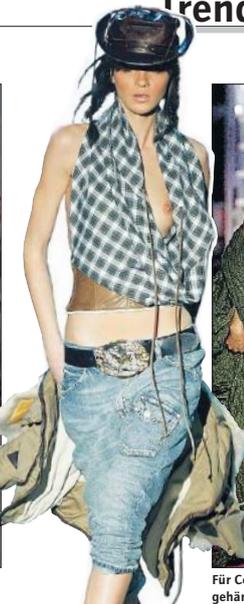
Die beiden Designer sind glaubwürdig wie kaum ein anderes Modehaus, verkörpern selbst jenen Lifestyle, den sie den Kunden mit aufwändigen Imagekampagnen schmackhaft zu machen suchen. «Born in Canada, made in Italy», beschreiben sie ihre junge Karriere. Der Weg dorthin: sieben Wochen Modestudium an der Parson's School of Design in New York City. Das gibt zusammen immerhin dreieinhalb Monate. Zurück in Toronto, sechs Jahre Arbeit als Designer «für ein Label ähnlich Max Mara». Den Namen wollen sie partout nicht verraten.

Das grosse Talent der Caten ist angewandtes Design. 1992 nach Mailand ausgewandert, haben sie sich mit Konzepten für Businessbekleidung über Wasser gehalten, vor allem aber Partys organisiert und sind in einem Club in Riccione als Drag Queens aufgetreten. Wo sie durch

FORTSETZUNG AUF SEITE 63



Für Streetboys: Coyoten-Mütze gegen Winterkälte 04/05



Für Cowgirls: Superhüftrock. Für Diven: Naomi Campbell mit Wollgehänge. Für Draufgänger: Lederhose mit Sichtreissverschluss (v.l.)



FORTSETZUNG VON SEITE 61
Zwillingsmode für Aufreisser

ihre Performances gleich künftige Käufer akquirierten. Vielleicht hat auch der Zufall mitgespielt, dass Jean-Paul Gaultier und Thierry Mugler zur selben Zeit an einem anderen Ort Transvestiten auf die Laufstege schickten. Aber Dsquared als Homolabel zu bezeichnen, wäre völlig danebengegriffen. Sie haben mit ihrem provokativen, sexy Look ganz einfach die perfekte Antwort auf den erotisierten Zeitgeist geliefert.

Es hat in den Männerkollektionen der beiden schon Hosen gegeben mit einer kleinen Öffnung hinten, was als sexuelle Einladung missverstanden werden könnte. Oder solche mit angenähten Stoffbändern, wie sie auf Stichen des 18. Jahrhunderts zu sehen sind und an denen schlecht erzogene Frauen zupfen könnten.

Vielleicht hat gerade das Madonna fasziniert. 2002 jedenfalls, als es noch keine Damenkollektion gab, wurde der US-Popstar auf Dsquared aufmerksam. Sie bestellte 150 Kleidungsstücke für ihre «Drowned World Tour». Ein Jahr später folgt die erste Damenkollektion, vorgeführt von Supermodels wie Eva Herzi-

gova, Karolina Kurkova, Naomi Campbell. Outfits wurden zudem von Starfotograf Steven Klein in einer düsteren Landschaft inszeniert. Leicht geschürzte Supermodels mit einer Art Peitsche über nackten Jünglingen.

Sadomaso? «Come on!», singt Dean und macht ein Engels Gesicht. «Die haben doch einfach Spass. Zudem sind bei uns die Frauen immer in einer starken Position.» Gut, Dan und Dean, oder 50 und 46 Kilo Körpergewicht, sehen alles andere als gewalttätig aus. Hiebe? Wenn schon mit einer Peitsche aus Federn.

Ein Fotoromanza fürs Fachpublikum, in der Hauptrolle Kollegin Naomi

Subtile Inszenierungen sind das Markenzeichen des Bruder-Duos. Zur Männermodenschau Ende Juni zeigten sie nicht nur Kleider, sondern gaben dem Fachpublikum eine ganz und gar unromantische Fotoromanza in Prospektform ab. In der Hauptrolle Kollegin Naomi. Wie eine Wildkatze fällt sie über die Männer im sexy Western-Look her. Viel Gewehr und viel rote Sauce sind im Spiel. Die selbstironische Pointe folgt auf der letzten Seite aus dem Munde eines süßen Rehs: «Fashion people are so stupid!»

Aber dieses Lachen auf jedem Archivbild, nach jeder Show, auch hier und jetzt: Warum ist es so konstant? Woher

kommt dieses Lachen? Etwas Marihuanana? Nein, nein, sagen Dan und Dean unisono, sie würden nur den relaxten Lifestyle, den dieses Kraut verkörpert, mögen. Glückspillen? «Hey, das ist eine ganz andere Generation!», dafür seien sie zu alt. Was macht euch so happy? «Die Welt ist kein Paradies» (Dan), «but we don't worry about that» (Dean).

Zu sorgen brauchen sie sich in der Tat nicht mehr, seit Renzo Rosso zum Dsquared-Mentor avancierte: «Ihr Stil ist originell», schwärmt er, zeuge von «einer wirklich eigenständigen Kreativität. Sie sind manische Perfektionisten, wenn es ums Detail geht». Das sehe man an den «luxuriösen Besätzen», den kleinen Details, die an den Kleidern angebracht sind: aufgestickte Nixen, Palmen, Blumen in Papageienfarben – Symbole des Sommers, die jedes Kind versteht. Kleine Männchen mit grossen Schwänzen oder Riesenjoints. Ironische Sprüche wie «Betty Bitch» und «Ice Tea, Coffee or me».

Nur eine Aufschrift bleibt mysteriös: «Mr. Catenacci» steht auf einem Shirt. Ein biografischer Verweis. Als der italienische Vater der Zwillinge nach Toronto ausgewandert, kürzte er seinen Nachnamen um «acci», um ihn zu kanadisieren. «Die Kollektion Sommer 2005 haben wir unserem Vater gewidmet», der Mitte Juni gestorben war.

Zurück in Italien, könnten Dean und Dan Caten ja wieder Catenacci heissen.

TAKE AWAY

Die textile Katastrophe: Links, rechts, sitzt

«Die einzige Art, mit einer Frau umzugehen, ist die, dass man ihr den Hof macht, wenn sie hübsch ist, und einer anderen, wenn sie hässlich ist.»

Ausserungen wie diese von Oscar Wilde führen dazu, dass wir Frauen auf Biegen, Brechen, Quetschen und Fluchen hübsch sein müssen. Zum Beispiel wenn Sommer ist, man mit dem Mann seiner Träume am Ufer sitzt und die Badetracht nicht nur ein Frust-, sondern vor allem ein Fehlkauf war und man infolgedessen (denn Bikinis sind ja IMMER zu klein) daran herumzerrt in steter Hoffnung, dass die Brüste doch noch ein wenig halten mögen, zumindest bis die Sonne sinkt.

Man denkt nur an den Satz von Wilde und ahnt, dass man daran scheitern wird. Um das Scheitern lustiger zu gestalten, hat man zuvor noch schnell – denn es ist ja Sommer – in einer Bodega eine Flasche Wein an Land gezogen und umgehend verinnerlicht, damit man sich passend zum Bikini verhalten kann: albern.

Der Mann aller Träume muss dann die zweite Flasche trinken, weil der Bikini samt Inhalt ganz im Gegensatz zur Sonne immer tiefer rutscht. Das Beruhigende ist ja: wenn man sein Augenmerk auf die Konkurrenz richtet, merkt man, dass es bei ihr ähnlich steht – oder eben nicht mehr steht. Als Weibchen hat man in Gegenwart eines möglicherweise paarungswilligen Männchens und in knapper Bekleidung offenbar nichts



Gabriele Busse über immer tiefer rutschende Hoffnungen

anderes zu tun, als unablässig an eben jener herumzupfen, weil sie das, was sie verhüllen soll, grosszügig freigibt und den Rest dafür verbirgt.

Sobald sich die Begleitung einen Moment abwendet, um das Freigegebene anderer Frauen zu besehen, wird die Fülle im Bikini schnell wieder in Form gebracht, links, rechts, sitzt. Der Mann dreht sich selbstredend genau in diesem Moment um, und tatsächlich fällt ihm nichts Unsensibleres ein, als zu sagen: «Hey, du siehst doch Klasse aus», oder «Hast du abgenommen?», weil ihm seine beste Freundin gesagt hat, dass er das immer sagen muss, wenn er eine Frau sieht. Daher sagt man gereizt: «Das hat dir deine beste Freundin gesagt.»

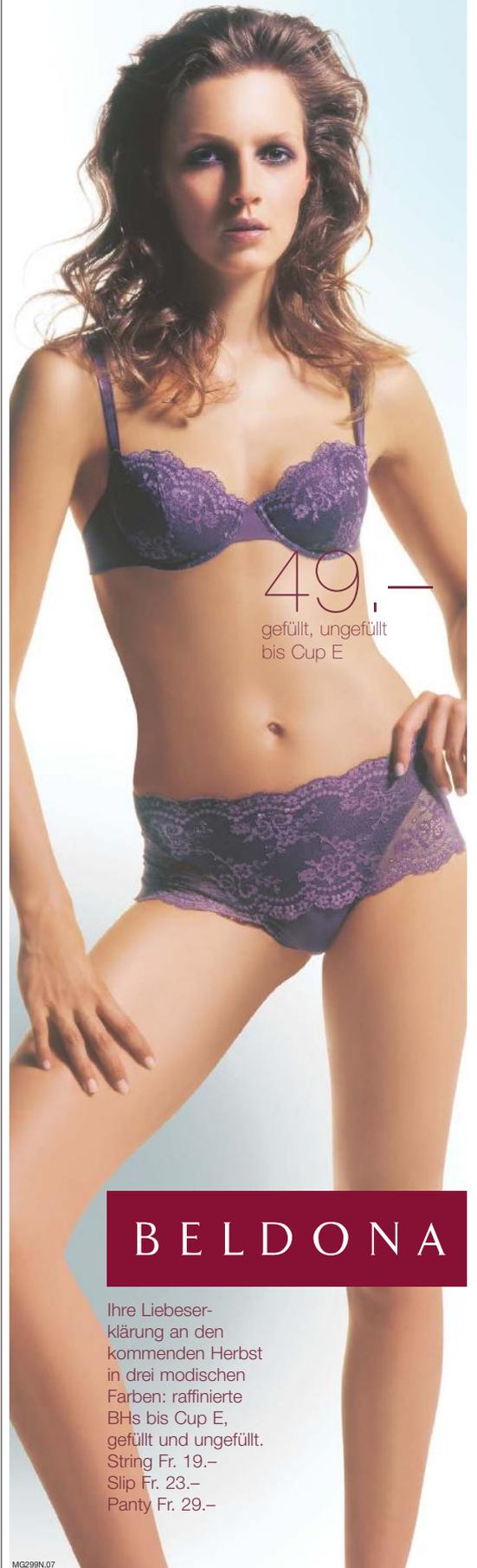
«Ich trage die Klamotten, die ich will und blase jedem einen, der mir gefällt, und das, solange ich noch atmen und knien kann», sagt hingegen Samantha in «Sex and the City». Das ist natürlich ein schöner Satz, aber TUN kann man das nur in «Sex and the City».

Ich bin mir sicher, dass Samantha sich in einer textilen Katastrophe wie meiner anders äussern würde, vielleicht so: «Das ist eine textile Katastrophe», oder «Ich sollte wirklich nicht mehr die Klamotten tragen, die ich will», oder «Kannst du dich kurz umdrehen, damit ich meine Brüste wieder hochziehen kann», oder «Noch Wein?».

Das sage ich zumindest. Um den Karren vollends in den Dreck zu fahren, zitiere ich noch obigen Satz von Oscar Wilde in der Hoffnung, dass das Gegenüber nicht nur die Intellektualität, sondern auch die Selbstironie bemerken möge.

Auch das funktioniert natürlich nicht, denn der zu Beeindruckende weigert sich strikt, das lustig zu finden, und beginnt erneut allen Ernstes zu lügen: «Das hast du doch gar nicht nötig.» Wollte man an dieser Stelle konsequent sein, müsste man dem dreisten Lügner wortlos den Rücken kehren und sich mit der restlichen Flasche Wein nach Hause begeben, um dort «Sex and the City» zu gucken. Aber glücklicherweise bin ich nicht konsequent. Ich grins und sage: «Ach, das weiss ich doch. Noch Wein?»

Den Herbst im Sturm erobern



49,-
gefüllt, ungefüllt
bis Cup E

BELDONA

Ihre Liebeserklärung an den kommenden Herbst in drei modischen Farben: raffinierte BHs bis Cup E, gefüllt und ungefüllt. String Fr. 19.- Slip Fr. 23.- Panty Fr. 29.-