

Hamburgs Modemacher

Eva-Maria Dulkies - das Dornröschen von St. Pauli

Kann ein Kleid bieder und doch zugleich sexy sein? Der Verstand sagt nein. Das Auge aber kümmert sich nicht darum und genießt die widersprüchliche Mischung in den Kleidern von Eva-Maria Dulkies, die ihr Label »Ave evA« nennt. Mit den hohen Tailen und hochgeschlossenen Kragen erinnern ihre Modelle an eine Zeit, in der Familien zum Picknick auszogen, in der Aenne Burda Schnittmusterbögen anbot und junge Mädchen »Fräulein« genannt wurden. »Ein bisschen nostalgisch«, nennt Dulkies ihre Stücke und gesteht, dass sie sich gerne von alten Filmen inspirieren lässt. Dabei übernimmt die 28-Jährige zwar die Modeideen einer romantisierten Vergangenheit, emanzipiert sich aber von der eingezwängten Rolle, die die Frau damals einnahm. Und indem sie mit dem Stil der Vierziger- und Fünfzigerjahre kokettiert, verleiht sie dem Biedereren einen erotischen Unterton. So verträumt und verspielt, wie ihre Kleider sind, so bodenständig ist die Frau, die sie entwirft. Eva-Maria Dulkies wächst im südniedersächsischen Steinbergen auf. Als sie dann ihre Liebe zum Nähen entdeckt, ist es eine Oma, die dem neugierigen Teenager die ersten handwerklichen Tricks beibringt. Nach dem Abitur beginnt sie in Hannover eine duale Lehre als Schneiderin und Assistentin für Mode und Design. Sie will »von der Pike auf lernen und dann Modedesign studieren«, um hinterher zum Film zu gehen. Das führt zunächst zu einer Hospitantz als Kostümbildassistentin am Staatstheater in Hannover. Dort aber macht die pragmatische junge Frau desillusionierende Erfahrungen. Nur die Regisseure verwirklichen ihre Ideen, alle anderen müssen ihnen zuarbeiten. »Einmal musste ich zwei Wochen lang in allen Läden nach braun karierten Boxershorts suchen.« Sie entwickelt eine Abneigung gegen »diese ganze künstlerische Attitüde am Theater«. Vielleicht ist es die anspruchslose Arbeit, die sie dazu bringt, immer wieder an eigenen Entwürfen zu arbeiten. Zunächst nur für den persönlichen Kleiderschrank und für Bekannte, doch ohne, dass es ihr bewusst ist, entsteht auf diese Weise die Grundlage für das, was fortan ihr Leben bestimmen soll. Um das zu er-

kennen, bedarf es eines Anstoßes. Und den bekommt Dulkies auf einem Kurztrip in London. Dreimal wird sie von Fremden angesprochen und gefragt, wo sie ihren Mantel her hat. Dreimal sagt sie, dass sie ihn selber genäht hat, und mit jedem Mal wird ihr klarer, dass das, was sie bisher in ihrem Kämmerchen fabriziert hat, einem Publikum gefallen könnte. So entscheidet sie sich gegen das Modedesign-Studium, denn: »Jeder ist irgendwie Designer«, und beschließt, eigene Mode zu produzieren. Schon als sie noch plante, zum Film zu gehen, hatte sie sich die Hansestadt angeschaut. »Ich hatte mich schließlich gegen den Film entschieden, aber Hamburg war immer noch da.« Sie findet einen Platz in einer Ateliergemeinschaft in der Clemens-Schultz-Straße und startet im Juli 2010 nach sorgfältiger Planung ihr eigenes Modelabel. Die Kleider, die »Herbstzeitlose«, »Mein Täubchen« oder einfach »Sonntagskleid« heißen, bezeichnet sie durchweg als alltagstauglich. Das gilt sogar für das Model »Dornröschen«, obwohl ihr beim Entwurf zu diesem rosafarbenen Sommerkleid im klassischen Hängerschne schnitt mit Satinband und Rüschen auf der Schulter ein Hochzeitsgastkleid vorschwebte. Ob man denn in diesem Kleid in St. Pauli ausgehen könnte? »Natürlich«, antwortet Dulkies, ohne zu zögern. Es ist gerade die Vielfalt der Lebensstile im Viertel, die sie fasziniert. »Alles ist ein wenig wilder hier, rustikaler, bodenständiger.« Immer wieder entdeckt sie bei ihren Spaziergängen auch Details, die sie für ihre Arbeit verwenden kann, kleine Ideen, die sie in ihr Notizbuch skizziert. Vielleicht für die Sommerkollektion, die sie ebenso wie ihre bisherigen Arbeiten (Kleider und Röcke zwischen 70 und 145 Euro, Accessoires ab 7 Euro) im Internet bei DaWanda anbieten wird. Oder im »99 Cubes« in der Marktstraße. Auf die Frage nach ihren weiteren Plänen antwortet sie ohne zu zögern: »Mehr über Stoffe erfahren.« Dafür muss sie zu den Messen in München oder Berlin fahren. Denn die Modestadt Hamburg hat keine Tradition in der Produktion von Stoffen. Und wenn Hamburg eine Frau wäre, welches Kleid sollte sie tragen? »Es müsste schlicht und elegant sein, klassisch und stilvoll. Und natürlich blau. Das Sonntagskleid.« Es wäre ein Sonntag im Frühling.





Das Hamburger Branchenbuch, Teil 5

Ein anziehendes Thema

Jil Sander ging zu Prada, Karl Lagerfeld nach Paris und Wolfgang Joop nach Potsdam – doch für junge Modemacher ist und bleibt die Hansestadt die absolute Nummer 1. Derzeit erschaffen hier mehr als 1.500 Designer, Schneider und Ausstatter die deutschlandweit vielfältigste lokale Modeszene – es gibt nichts, was es nicht gibt: von der Streetwear bis zur Haute Couture, vom Tweedanzug bis zur

Burlesqueunterwäsche. Hamburgs Kreative verleihen jedem Stadtteil seinen eigenen Stil, schließen sich zu Netzwerken zusammen, verkaufen in Gemeinschafts-Boutiquen oder stattdessen vom Barkeeper bis zum VIP jeden nach seinen individuellen Wünschen aus. Und – sie beweisen, wie folgende fünf Beispiele zeigen: Die Dame Hamburg kann weit mehr als Nadelstreifen, Perlenkette und Slipper tragen!

Hamburgs Modemacher

Zwei Körper – Unverwechselbare Kurzgeschichten zum Anziehen

Schadenfreude verkauft sich gut. Zwei Frauen im gleichen Kleid auf dem roten Teppich, da jubelt die Donnerstagspresse, und inszeniert das schuldlose Malheur mit Wonne als spöttisches »Style-Duell«: Wer kann's besser tragen, wer ist Top, wer ist Flop? Mit einem Modell von »Zwei Körper« hätten die hämischen Hofberichterstatte Pech (wir gönnen's ihnen): Denn die Damen- und Herren-Kollektionen des Modedesignteams Michael Kauper (45, im Foto links) und Achim Sauber (41) sind in jeder Saison streng limitiert. Im Prinzip gibt es von jedem Modell nur ein Exemplar, das bei Kauf individuell angepasst wird; ob Shirt, Kleid, Brautrobe, Anzug oder Mantel. Die garantierte Einzigartigkeit ohne Doppeltes-Lottchen-Effekt wissen nicht nur Kundinnen wie Katja Flint, Eva Habermann, Alexandra Kamp, Annika Bruhns oder Armin Morbach (Juror von Germanys Next Top Model) zu schätzen, sondern auch Käufer jenseits des Tele-Business, wenn sie den doppelschrankgroßen Showroom in der Hinrichssenstraße besuchen. »Unsere Kundinnen sind zwischen 16 und 86 und haben nur eines gemeinsam: Gefühl für ihren eigenen Stil, und Mut, sich über Kleidung auszudrücken«, stellt Achim Sauber fest – und Michael Kauper ergänzt: »Und sie gönnen es sich, Kleidung zu kaufen, mit der sie ganz bei sich sind, und die nicht jedem Massentrend nachläuft.« Kleidung muss den Charakter ergänzen, nicht verstecken; und bitte keine Angst vor Expressivität – darin haben die beiden Designer seit ihrer Jugend Übung: Sauber wächst in einer nach Apfelkuchen duftenden Kindheit in der Südeifel auf, reitet mit pinkfarbenem Haar durch die Wälder, lernt mit neun Jahren Nähen von der Oma, schneidert sich Kleidung – inspiriert von Jean-Paul Gaultier. Auch Kauper verehrt seine »coole Oma«, sie lässt ihn ihre Kleider ausprobieren, er näht für Theaterstücke Kostüme oder trägt Anzüge aus Dirndlstoff, inspiriert von den Outfits der 80er-Jahre-Musiker in der Bravo. Die Lust am Stoff spült beide nach Hamburg – und auf dem Modecampus der Hochschule für angewandte Wissenschaften in der Armgartstraße begegnen sich die Designer 1996 zum ersten Mal. Sie passen zusammen als hätten sie direkt aufeinander hingelebt – Kauper ist der Haptiker, dessen Ideen sich beim Machen und Drapieren, beim

Schneiden zu Klängen entfalten (»Aggressive Musik aufgelegt und dann geht das Reißen los!«), Sauber ist der implosive Denker, dessen Kreationen im Kopf beginnen. Der eine näht und schneidet besser, der andere zeichnet und drapiert besser, dem einen fällt ein Ärmel ein und dem anderen der Farbeffekt – zusammen erschaffen sie ihre »Luxus Prêt-à-porter«: Mode, die außergewöhnlich wie für den Laufsteg ist, aber im Gegensatz zur überkünstelten Haute Couture immer tragbar. Beide lassen sich »von allem!« inspirieren – der Farbe der Wolken bei einem Abendgewitter, von Musen wie Grace Jones (Kollektion Libertango), Hitchcockfilmen (Kollektion Rebecca), Literatur, einem windgebeugten Baum, Comicfiguren oder Träumen – und von den Kunden selbst. Je eigensinniger, desto lieber! Eingewebt in ihre Modelle – die durch kontraststarke Schnitte, raffinierte Details und sinnliche Stoffmixturen betören – sind zahllose Musenmomente, die sich zu einer textilen Kurzgeschichte bündeln. Wie eine Short Story zum Anziehen. Und der Träger ist die Hauptfigur im eigenen Leben – unverwechselbar. Damit diese Einzigartigkeit bleibt, bleibt Zwei Körper in vier Händen: auch nach zehn Jahren erfolgreichem Wirken wollen die Designer Sauber und Kauper nicht auf Großproduktion umstellen oder sich von großen Modeimperien einkaufen lassen. »Es kommt nicht darauf an, viele Kleider zu verkaufen. Sondern darauf, den Einzelnen zufrieden zu machen. Da muss man auch mal sagen: Trag das nicht, das bist nicht du«, erklärt Sauber, der zu gern mal Nicole Kidmann von Kopf bis zu den Zehen ausstatten würde. Und Kauper ergänzt: »In der Mode sollte alles möglich bleiben – außer Angepasstheit.« Wie sieht es aber mit der Kundin »Dame Hamburg« aus, was würden sie ihr auf den nordischen Leib designen, wenn sie mit »Ich hab nichts anzuziehen!« hineinschneien würde? Langes Schweigen. Dann: »Jedenfalls nicht so laut und schrill wie München«, lacht der eine, und der andere: »Und nicht so wurschtig wie Berlin!« Seufzen. Dann: »Dame Hamburg ist immer stilvoll, qualitätsbewusst, gern feminin. Aber auch so vielfältig – ob Punk, Karoiviertel oder Neuer Wall, Hamburg hat so viele Modepersönlichkeiten! Viel mehr als nur Nadelstreifen oder Perlenkette. Am besten wäre, sie kommt mal vorbei und sagt: Macht mir mal zehn Outfits.« Sie alle wären einzig. Nicht artig.





Hamburgs Modemacher

Nina Frederiksen – auf das Innenleben kommt es an

Vermutlich gehören ihre Modelle zu den am häufigsten getragenen Kleidungsstücken in der Hansestadt. Und doch kennen nur Eingeweihte den Namen der Designerin Nina F. – eine unbekannte Berühmtheit, die ein ganzes Mode-Subgenre diskret revolutionierte: Nina Frederiksen-Tanger (50) war die erste Uniformschneiderin Deutschlands, die Berufskleidung für Hotellerie nach Maß erfand, abgestimmt auf den Geist des Hauses und auf die ganz individuellen Bedürfnisse der Träger. Und das 1987, weit vor Erfindung von »Corporate Identity«, der Harmonie von Farben, Schriften und Outfits eines Unternehmens. Schuld an all dem sind ein väterlicher Empfangschef und zwei sehr hanseatische Damen. Doch hübsch dem roten Faden nach: Mit zehn Jahren will die gebürtige Dänin unbedingt eine eigene Nähmaschine – »ich konnte nirgends sitzen, ohne etwas mit den Händen zu machen!« Omi Marie, selbst Autodidaktin, bringt der fingerhungrigen Nina Nähen und Häkeln bei; es ist eine Lindgren-Kindheit zwischen Förde, Gänseblümchen, Geborgenheit und Freiheit, zwischen tobender Bewegungslust und mühevoller Hingabe an Nadel und Fäden. Nach der Schule geht's mit einem Umweg über ein Sportstudium in Aarhus (»Ich wollte meinen Körper kennen lernen.«) nach Herning, Dänemarks Textilhauptstadt. Das Studium ist stark praxisorientiert, die Professoren leiten eigene Betriebe – und bereiten ihre schöpferischen Studenten so auch auf einen Markt vor, der nicht nur Kunst will. Wie gründlich diese duale Ausbildung ist, ahnt Frederiksen, als sie ihr Praktikumsjahr einlegt – beim Ottoversand in Hamburg! »Ich durfte alles machen, ich wurde nicht als Anfängerin behandelt, sondern bekam einen eigenen Tisch, fertigte Musterschnitte – und erhielt sogar ein Gehalt!« 475 Mark, das reicht für die Wohnung in der Soltauallee und mehrere Pumps – Frederiksen trug dasselbe Paar oft in unterschiedlichen Farben. Sie verliebt sich, mehrfach – in Hamburg, in die Menschen hier und später in einen Mann, und nach den letzten Praktikumsmonaten in Dänemark (»Brautkleider im Akkord säumen!«) eilt sie zurück in die Stadt, in der sie so herzlich empfangen worden war, die ihrer Seele Kontur verlieh. »Hamburg ist eine so weltoffene Metropole. Ehrlich. Bodenständig. Das sind Eigenschaften,

die jeder braucht, um Glück zu finden. Und sie riecht gut.« Im Oktober 1985 eröffnet sie in der Passage Hamburger Hof ihre Boutique Nina F. – nachts schneidert sie ihre Designs, tagsüber steht sie im Laden. Ab und an geht die Bewunderin Karl Lagerfelds ins Hotel »Vier Jahreszeiten« und die »Condi«, auf eine Zigarette, einen Schwatz mit Franz-Josef Brühl, dem Empfangsdirektor – der drängt sie immer wieder, ob sie nicht mal Uniformen...? Sie wiegelt ab. Eines Tages fragt Direktor Prantner »die junge Dame, die in Mode macht«, wie sie die neue Kleidung der »Condis« findet. Sie sagt die Wahrheit. Nach einer Schrecksekunde bekommt Frederiksen das Angebot, doch mal Entwürfe für die Pagen vorzulegen. Drei Monate später präsentiert die 25-jährige herzklopfend vor den Haerlin-Töchtern. Aber nicht nur die Pagenkleidung. Sondern Uniformen für alle, von der Küche bis zum Wagenmeister! »Wochenlang habe ich mich durchs Haus gefragt: Was brauchen sie wo für Taschen? Wie muss sich wer den Tag über bewegen? Welcher edle Stoff macht das mit? Wie sollte er aussehen?« Haerlins Töchter entscheiden hanseatisch – sprich: Schnell und verbindlich. »Sie haben grünes Licht«, beschied Thekla der Dänin. Die hat den Ausdruck vorher nie gehört, verabschiedet sich verunsichert. Thekla holt die junge Frau auf dem Weg zu den Waschräumen ein und bringt ihr ein Stück Hamburgisch bei: »Grünes Licht heißt: Sie haben den Auftrag.« Das Leben als unbekannteste Berühmtheit beginnt. Immer mehr Hotels, Hostess-Firmen und Unternehmen fragen an – denn bis zu diesem Moment wurde Berufsmode nur im Baukastenprinzip gefertigt, mehr als eine andere Knopf- oder Nahtfarbe war selten drin. Ob die Doormen der Spielbank, der Service der Waterkant Bar im Empire Riverside, wo wir sie fürs Foto trafen; das Personal des Louis C. Jacob, des Berliner Adlon, des Brenner's Park oder vieler anderer namhafter Hotels – sie alle tragen oder trugen inzwischen Nina F-Modelle. Erkennen wird der Laie sie an den »inneren Werten«, denn die praktische Seite ist über die modische stets erhaben. Doch die wahre Herausforderung wartet noch. »Ich würde gern ein Königshaus einkleiden«, ihr rauchiges Lachen ist so warm wie Julihitze, »besonders die Garde!« Dame Hamburg übrigens bekäme keine Uniform – Nina F. würde der geliebten Stadt aber jederzeit alles aus ihren drei Kleiderzimmern leihen.







Hamburgs Modemacher

Heinrich Franck – der Hüter des hanseatischen Dresscodes

Seine Hände verraten den Handwerker und sein Tonfall den Sehnsüchtigen. Wenn Heinrich Franck (58) über Materialien redet, wird seine weisungsgewohnte Stimme kaschmirweich. »Ich greife mit geschlossenen Augen rein und weiß: das will ich kaufen oder nicht.« Seine Finger: unbestechliche Seismographen, ganz gleich, ob es sich um Stoffe handelt, um Hölzer, aus denen er Spielzeug baut, oder um Teig für Panettone – auch von dem italienischen Gebäck hat der Geschäftsführer von Ladage & Oelke ganz bestimmte Qualitätsvorstellungen. Die er am liebsten längst ausleben würde: Mit einem eigenen »Wohnzimmer-Café«, exquisitem Kuchen, bestem Brot – »ich könnte versinken in einer Bäckerei, alles mit Stoffen vergessen.« Alles? Nicht ganz. Schuhe liebt er fast so innig wie Panettone und Brioche, eröffnete deshalb vor zwei Jahren das »Crossfords« in den Colonnaden, für Liebhaber handgenähter Lederwaren. Nein, die Lebensträume gehen dem Mann mit dem levantinischen Cäsarengesicht nicht aus – aber sie müssen warten. Warten, bis Franck der Verantwortung nachgekommen ist, die das Haus Ladage & Oelke verlangt: die Hanseaten anzuziehen. Denn hier, zwischen Tweed, Cord, Dufflecoats, Spazierstöcken, Anzügen, meterweise Hemden, da werden sie geprägt – die geheimen Chiffren des hanseatischen Dresscodes. Das Quäntchen strapazierfähigere, sattere Qualität. Der um eine Nuance smartere Schnitt. Die Stilsicherheit von Absatz bis Hutkrempe. Bei Ladage & Oelke wird der Kunde nicht bedient, er wird betreut. Jeder der Verkäufer ist geschult, jedem genau das Kleidungsstück anzuempfehlen, das ihm gemäß der Philosophie des Hauses am meisten entspricht. Da kann es schon passieren, dass jemand, der nur eine Hose kaufen wollte, mit Gehstock, Schuhen und Mantel wieder hinausgeht. Doch auf genau diese Art Betreuung vertraut der Kunde seit 166 Jahren: 1845 eröffneten die Tuchhändler Georg Wilhelm Carl Ladage (übrigens mit weichem „g“) und Johann Diedrich Wilhelm Oelke ihr englisches Kleidermagazin mit Blick aufs Rathaus, 1890 nahmen 110 Maßschneider ihre Arbeit auf. 1912 verkaufte die Witwe Oelke den Betrieb an ihren Bruder Julius Franck, der übergab 1937 an Sohn Rolf – und der wiederum bittet, nach 45

Jahren, das jüngste von fünf Kindern, den einzigen Sohn Heinrich, sich auf die Leitung des Traditionshauses vorzubereiten. Gerade als der eigentlich nach Italien will. Doch Heinrich Franck ist keiner, der sich entzieht, auch wenn er in seiner Moisburger Kindheit durchaus als Vorlage für Ludwig Thomas Lausbubengeschichte gedient hätte – Wildfischen, Kuchen stibitzen, und ständig was am Basteln mit seinen »zwei rechten Händen.« Mit 16 nimmt der Vater ihn dann erstmals in die Pflicht, Franck verkauft nun jeden Samstag Schals und Dufflecoats. Nach der vierjährigen Schneiderlehre in Harburg bekommt er zur Belohnung eine Drechselbank, will am liebsten noch eine Schreinerlehre machen. Steht stattdessen wieder im väterlichen Betrieb, flüchtet schließlich nach Düsseldorf, lässt sich mit 22 zum Modelleur ausbilden. Als Schnittmeister mit goldenen Händen geht er in die Industrie, tüfelt, sucht und findet das, was er »die Balance im Schnitt« nennt. Er verliebt sich, lebt sein Leben, dann: Italien. Die Hucke-Gruppe will Franck in der Toskana etablieren, dicht an der italienischen Modemagie. Doch just jetzt erreicht ihn der Brief des Vaters, halb warnt der ihn vor der Nervenmühle, halb umgarnt er ihn. Heinrich Franck ist 28, als er 1982 nach Norden statt nach Süden geht, um zunächst gemeinsam mit dem Vater den Familienbetrieb zu leiten. Dann wird seine Entscheidung auf die Probe gestellt. In der Silvesternacht 1989 zerstört ein Feuer Ware und Geschäftsräume. Jetzt wäre es leicht, sich der Verantwortung zu widersetzen. Schließen. Schluss. Heinrich Franck aber – unterstützt von seiner Frau Elke und seinen vier Schwestern – baut das Geschäft wieder auf. Im gleichen Stil. So, wie es die Kunden kennen. So, wie es Hamburg braucht. Die Tradition bleibt in der Familie. Aber was ist nun mit dem Café? Er sucht noch den perfekten Raum. Die Kuchensorten sind schon gefunden, Panettone ist dabei. Vielleicht wegen Italien. Und vielleicht, weil er seine Träume immer nur aufschiebt, niemals aufgibt. Egal wie schnell die Zeit eilt. Aha – Zeit für die Abschlussfrage: Was trüge Hamburg, wenn sie eine Frau wäre? »Anlassgebunden. Hosenanzug bis Kostüm. Ein weiter, weicher Rollkragenpullover mit figurbetonter Jeans. Hohe Schuhe nur, wenn sie richtig gehen kann!« Richtig gehen? »Es muss schwingen«, jetzt verraten seine Hände den Sehnsüchtigen.





Hamburgs Modemacher

**Anna Fuchs – die Europäerin,
die mit den Stoffen zaubert**

Die Frau weiß, was sie will. Und sie weiß, was ihre Kundinnen wollen. Wer Kleider von Anna Fuchs erwirbt, trifft damit eine modische Aussage. Ohne Zweifel eine erotische Aussage, doch: »Ein Kleid ist auch eine Rüstung, ein Schutz, den die Frau braucht, wenn sie sich im Leben zeigt.« Die Modelle mit dem Label einer feminin wirkenden Fuchssilhouette zeichnen sich durch klare Linien und Schnörkellosigkeit aus. Sehr viel Wert legt die Designerin dabei auf die Qualität der Stoffe. Nur so kann sie ihren Kleidern jene leichte, fließende Lebendigkeit verleihen, die eine sinnliche Verbindung mit dem Körper eingeht, denn: »Wie man sich in einem Kleid fühlt, ist eigentlich das wichtigste Accessoire. Viel wichtiger als die Figur.« Um diese Kleider zu tragen, bedarf es »eines inneren Formats, um es auszufüllen.« Dies zu erkennen und dazu der Suchenden das passende Kleid zu empfehlen, ist die psychologische Seite ihrer Arbeit. »Es gibt Frauen«, sagt die schlanke 37-jährige, »die wissen gar nicht, dass sie das in sich haben.« Was Anna Fuchs in sich hat, weiß sie sehr wohl. Die Tochter des Schriftstellers Gerd Fuchs (Gruppe 47) wächst in Eppendorf auf. »Damals noch Hippy-Town.« Als Kind hasst sie Röcke, weigert sich, zum Ballett zu gehen und klettert lieber auf Bäume, anstatt mit Puppen zu spielen. Durch ihre Mutter, die Anfang der 80er-Jahre viel mit der Werbeszene zu tun hat, lernt sie die »weite Welt« von Peter Stuyvesant samt Disco-Musik kennen. Auch die Omas sind emanzipierte Frauen. »Ich entstamme einer Frauenlinie, die auf ihre Art Avantgarde war.« Nach dem Abitur gerät sie in die turbulente Welt der 90er-Jahre. Berlin, Aufbruch, wilder Osten und der harte Sound des Techno. Fuchs macht eine Schneiderlehre und beginnt eine Assistenz bei dem Designer Norbert Buquet, der jedoch plötzlich verstirbt. Der Schock sitzt tief, sie macht eine Ausbildung zur Fremdsprachenkorrespondentin und geht für ein Jahr nach Südamerika. Dort will sie schneidern, muss aber feststellen, wie eingeschränkt das Leben als Frau dort ist. »Ich hatte an Tango und an den Stil Evita Peróns gedacht.« Was sie fand, war ein vergewaltigter Kontinent:

»Nichts für die Mode. Null.« Sich erstmalig als Europäerin zu empfinden, wird zur Befreiung. »Dass es eine kulturelle Heimat gibt mit einem auch ästhetischen Code, der einem vertraut ist.« Im Jahr 2000 kehrt sie zurück und macht sich selbstständig. Anna Fuchs erkennt sowohl die Möglichkeiten als auch die Schwierigkeiten im Modemarkt. »Der Wettbewerb der internationalen Marken wird in Deutschland ausgefochten, weil hier viele Leute mit hoher Kaufkraft leben.« Sie begreift, dass sie eine eigene Linie entwickeln muss. Und sie ist davon überzeugt, dass die Qualität der Stoffe der Schlüssel zum Erfolg ist. Sie arbeitet mit Georgettes, Satins, Schurwolle und Jerseys (»Neben der Materialzusammensetzung ist die Schwere entscheidend«). Sie entdeckt die italienischen und die französischen Stoffe für sich und muss hart kämpfen, um beste Qualität auch in kleinen Mengen zu bekommen. Aber: »Ich brenne so sehr dafür, dass meine Sinne komplett darauf gerichtet sind.« Sie gewinnt Lieferanten, die auch für die Pradas und Chanel's dieser Welt arbeiten. In die Modelle, die sie entwirft, fließt die Erfahrung nicht nur ihres Frauenlebens ein, sondern auch das der Generationen vor ihr. Sie liebt die Eleganz der dreißiger Jahre, bevor die Frau zum Muttertier wurde. Und sie transportiert diese Eleganz in unsere Zeit. Verbindet sie mal mit Polka-Dots (»ein Klassiker«) oder kreiert einen eigenen Stoffprint, wie z.B. dem Matrix-Code auf Seidensatin. Anna Fuchs verkauft in ihrem Laden in der Karolinenstraße und über ihren Onlineshop Kleider zu Preisen zwischen 180 und 700 Euro. Als ich sie auf den Rising Star Award anspreche, den Oscar der Modebranche, für den sie zweimal nominiert wurde, winkt sie ab. Die Amerikaner seien halt begeisterungsfähiger. Dennoch bleibt sie Europa, Deutschland und Hamburg treu. Sie schätzt die Weltgewandtheit der Stadt. »Außerdem sind hier gute Frauen am Start.« Von denen kaufen einige bei ihr ein: Marie Bäumer, Nina Hoss, Heike Makatsch, Bettina Tietjen, Inka Schneider, Eva Hassmann und Katja Flint zum Beispiel. Und was würde sie Hamburg anziehen, wenn es eine Frau wäre? »Ein schwarzes Chanelkostüm«, sagt sie, »und einen Hut, wie ihn Madame getragen hat.«