



*Zeitlos modern?  
"Der Begriff 'Mode' hat mit  
Modernität zu tun und  
deren Positionierung  
gegenüber der Tradition",  
so die Modedesignerin  
Nora Schlessler im  
woxx-Interview.*

*Foto: Dominique Piccinato*

## MODEDESIGN

# "Der Reiz des Kunden muss unterhalten werden"

**In Wintringen entwirft eine junge Modedesignerin unter dem Label 'Minka' Brautkleider in Naturstoffen und reflektiert über Sinn und Unsinn der Mode.**

**woxx: Wie kam es, dass Sie in dieser Branche tätig wurden?**

**Nora Schlessler:** Zuerst war ich in der Kunst aktiv. Ich habe das "Arts et Métiers" besucht mit dem Schwerpunkt Skulptur. Während meines Kunststudiums in Brüssel kam ich dann auf die Idee, mich mit Mode zu befassen, nachdem ich begonnen hatte, Kleider für Kunstinstallationen zu verändern. Zum Beispiel habe ich Perücken auseinander genommen und die Haare dann auf die Kleider genäht. Um der Kunst willen habe ich mich anfangs mit der Schneiderei beschäftigt. Erst danach habe ich mich für Mode an sich interessiert und angefangen am "Institut St-Luc" Mode und Stilkunde zu studieren. Dort musste man pro Jahr jeweils eine Kollektion anfertigen. Im ersten Jahr habe ich eine Kinderkollektion und im zweiten eine recht poppige Männerkollektion in den Materialien Leder und Wolle entworfen. Im letzten Jahr habe ich dann Frauenkleider gemacht.

**Was ist das Spannende an der Mode und was bedeutet sie Ihnen?**

Zur Mode an sich habe ich eher eine gesplante Einstellung. Teilweise werfe ich der Modebranche ihren schnellen Konsum vor. Es gefällt mir nicht, dass immer etwas Neues auf den Markt muss, dass man Kleider nur ein

paar Monate trägt, um sich dann wieder etwas Anderes zuzulegen. Das finde ich auch problematisch wegen der Vergeudung von Ressourcen. Außerdem müssen viele Menschen unter schlechten Bedingungen arbeiten, um diese dauernde Nachfrage befriedigen zu können. Aber es ist wie mit allem - man kann sich andererseits auch an der Mode erfreuen. Ich kann sie nicht absolut verwerfen, denn die immer wieder wechselnden Trends sind unmittelbar an die Gesellschaft gekoppelt, was ich reizvoll finde. Während zwei Praktika

in Pariser Trendagenturen, habe ich erlebt wie dieser Zusammenhang genutzt wird: In solchen Agenturen spielt die Gegenwart kaum eine Rolle, wesentlich ist einzig die Vorausschau. Etwa wenn demnächst das Jubiläum des Teddybären ansteht, wird davon ausgegangen, dass in der Öffentlichkeit viel darüber gesprochen und dementsprechend wieder mehr Plüsch getragen wird. Wenn es in der Mode über einen längeren Zeitraum hinweg eine romantische Phase mit Rüschen gab, geht der zukünftige Trend eher zu einem maßvol-

lerem Stil hin. Irgendwie ist dieser Modewechsel interessant, andererseits geht es rein pragmatisch darum, die Ware an den Kunden zu bringen. Der Reiz der Kunden muss unterhalten werden.

**Mode und Modells vermitteln auch ein recht aggressives Idealbild, das nicht der Realität entspricht.**

Die Modells entsprechen dem aktuellen Idealbild. Das Kennzeichen eines Ideals ist halt, dass es nicht der Realität entspricht, sondern die Vollkommenheit ausdrücken

soll: In unserer Gesellschaft des Überflusses ist es nicht schwer zuzunehmen, viel schwieriger ist es dagegen schlank und athletisch zu sein. In Gesellschaften, in denen aus Armut das tägliche Essen nicht selbstverständlich ist, bedeutet Beileibtheit eher Gesundheit und Wohlstand - womit wir wieder bei den gesellschaftlichen Werten wären! Es besteht auch ein Zusammenhang zwischen den Modells und der Standardisierung der Kleidergrößen: Waren die Kleider bis zur Industrialisierung noch Maßanfertigungen, so werden sie jetzt alle maschinell hergestellt. Insgesamt gibt es "Mode" erst seit Mitte des 19. Jahrhunderts. Der Begriff hat mit Modernität zu tun und deren Positionierung gegenüber der Tradition. Neu sind die Werte der Modernität gegenüber dem, was als traditionell definiert wird. Zurzeit leben wir in einer Gesellschaft des Wandels, deren Werte das immer Neue, das immer Andere sind.

**Was ist Ihnen persönlich wichtig bei der Modeproduktion?**

Vieles. Wenn ich ein Kleid mache, freut es mich, dass die Frau durch das neue Outfit wirklich schöner geworden ist. Wenn ich mich um alles kümmere, etwa auch ums Schminken, ist mir wichtig, dass die Kundin sich wohl fühlt und freut.

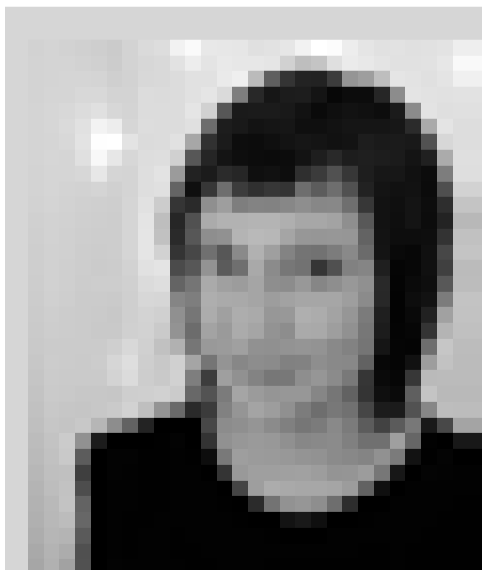
**In Ihrer Arbeit konzentrieren Sie sich also vor allem auf Frauen?**

Im Moment schon, bei den Frauen habe ich mehr Spielraum. Zwar ist es eine Herausforderung Männermode zu machen, da man mit mehr Details arbeiten muss - jedoch können viele modische Elemente bei Männern gleich lächerlich aussehen.

**Sind bei den Männern die gesellschaftlichen Klischees noch präsenter?**

### Zur Person:

Nora Schlessler wurde 1974 geboren. Nach einem Kunststudium am Arts et Métiers hat sie Modedesign in Brüssel studiert und Erfahrungen bei diversen Trendagenturen in Paris wie Trend Union oder Nelly Rodi gesammelt. Sie hat Kleider entworfen für Tänzerinnen von der Anne Teresa de Keersmaecker Schule oder für Annick Pütz und hat an diversen Ausstellungen teilgenommen. Ihr Taschenentwurf für die Maroquinerie Delvaux wurde prämiert. Nach einer Zusatzausbildung in Farb- und Stilberatung in Brüssel, ist Nora Schlessler mit ihrem Label Minka als Modedesignerin und Stilberaterin nach Wintringen gezogen. Sie hat sich vor allem auf Naturstoffe und Naturkosmetik spezialisiert. Ihre Arbeiten kann man auf der Oekofoire bewundern, und am 23. und 24. September findet von 10-18 Uhr in ihrem Showroom ein Tag der offenen Tür statt.



Nora Schlessler  
MINKA  
style+colour  
Route du Vin 25  
L-5495 Wintrange  
Tel:+352 26 66 57 34  
Gsm:+352 91 83 54 55  
nora@minka.lu  
www.minka.lu