

# «Das Gewicht spielt keine Rolle»

Yannick Aellen sondiert die Kandidatinnen für «Germany's Next Topmodel» – von Modetrends hält er nicht viel.

VON KATRIN ROTH

## Herr Aellen, haben Sie am Donnerstagabend schon etwas vor?

**Yannick Aellen:** Sie meinen, weil dann das Finale von «Germany's Next Topmodel» läuft?

## Genau. Schliesslich haben Sie auch in diesem Jahr als Casting Director für die Show von Heidi Klum hundert Mädchen ausgesucht. Wie haben es die Teilnehmerinnen geschafft, Sie von ihren Qualitäten zu überzeugen?

Ganz grundsätzlich geht es mir um die richtigen Proportionen, um die Harmonie des Körpers, um die Präsenz auf der Bühne und vor der Kamera sowie ein sehr hübsches oder spannendes Gesicht. Ich gebe allerdings nur Empfehlungen ab und kristallisiere die Models mit Potenzial heraus. Das letzte Wort haben Heidi Klum und die Produktion.

## Es gibt keine festen Vorgaben?

Nicht wirklich, es reicht ein Blick auf die Silhouette und das Gesicht. Keine Rolle hingegen spielen das Gewicht oder der BMI. Auch wird auf den Unterhaltungswert einer Kandidatin geachtet.

## Da stellt sich natürlich die Frage, ob die Gewinnerin von «Germany's Next Topmodel» echte Chancen auf eine Karriere im Modelbusiness hat.

Vielleicht nicht alle, aber es kommt vor. Luisa Hartema, die Gewinnerin der siebten Staffel, war beim Casting total nervös und hatte überall rote Flecken. Heute ist sie relativ erfolgreich unterwegs, was für mich eine schöne Bestätigung ist, da ich mich für Luisa eingesetzt habe – auch wenn sie keine Rampensau war.

## Sie arbeiten nicht nur als Casting Director, sondern sind auch Initiant und Direktor der Mode Suisse, der Plattform für Schweizer Modedesign.

Letzteres ist meine grösste Aufgabe. Dort kommen alle Jobs zusammen – vom Entwickeln eines Konzepts über die Budgetierung und Finanzierung, die Modeexpertise bis hin zur Auswahl der Teilnehmer und der Realisierung. Alles natürlich mit der Unterstützung durch ein tolles Team. Bei der Mode Suisse bin ich also überall involviert, bei anderen Projekten beschränkt es sich manchmal auf Teilbereiche, wie etwa an der Energy Fashion Night gestern. Da hatte ich den «Fashion & Casting Lead».

## Was raten Sie jemandem, der in die Modebranche einsteigen will?

Ganz grundsätzlich sollte die Leidenschaft für die Sache der zentrale Antrieb sein. Denn hinter der scheinbar glamourösen Fassade steckt ein hartes Geschäft. Es braucht viel Ausdauer in diesem Business.

**Wie meinen Sie das?**  
Nur ganz selten verdient man von Anfang an Geld, der finanzielle Erfolg kommt – wenn überhaupt – erst nach jahrelanger Büez.

**Sie sprechen ja aus Erfahrung.**  
Absolut! Es ist noch gar nicht so lange her, als ich am Ende eines Monats immer wieder mal die Euronoten von den Geschäftsreisen im Ausland umtauschen musste, um mir im Migros Essen kaufen zu können. Ausserdem darf man nicht zu empfindlich sein; in dieser Branche gibt es relativ viel Missgunst und Neid.

**Was ist die grösste Herausforderung in Ihrem Beruf?**  
Zurzeit braucht es bezüglich Finanzierung der Mode Suisse viel Geduld und Engagement. Das aktuelle Welt- und Wirtschaftsgeschehen ist nicht sehr förderlich für das Sponsoring.

**«Es wird auf den Unterhaltungswert einer Kandidatin geachtet.»**  
Umso mehr schätzen wir uns glücklich mit unseren Hauptpartnern, der Migros und der Zürcherischen Seidenindustriegesellschaft.

**Sie können im September dieses Jahres bereits die zehnte Edition der Mode Suisse feiern. Was sind Ihre Ziele für weitere Ausgaben?**  
Oh, da gibt es viele. Mehr internationale Gäste zu haben und vor allem mehr gutes Schweizer Modedesign in den Läden zu finden, das wäre eine tolle Sache.

**Schauen Sie als Fashion-Experte bei Menschen zuerst auf die Kleidung?**  
Nein. Die Ausstrahlung, die Haltung, die Stimme, die Gestik, die Mimik – all das spielt genau so eine Rolle wie das Outfit. Mit einem inneren Strahlen holt man mich viel eher ab als mit perfekt abgestimmter Garderobe oder dem neusten Trend-Teil, wobei das an sich schon ein schwieriger Begriff ist.

**Wieso?**  
Weil es für mich viel zu sehr nach einer Vorschrift klingt.

**Also gibt es heute von Ihnen keine Trend-Prognose?**  
Nicht im Sinn von «zurzeit sind Blümchen schwer angesagt». Dafür bin ich nicht der Richtige. Mir fällt



**Hat seinen Stil gefunden: Yannick Aellen trägt hier ein Hemd des international erfolgreichen Schweizer Designers Julian Zigerli.**

Andrea Monica Hug

## Die Mode ist seine Welt

Yannick Aellen (39) aus Steffisburg BE machte seine Ausbildung im kaufmännischen Bereich und studierte in Liverpool darstellende Künste und Musik. Mit 20 ging er nach Paris. Er arbeitete bei einer Modelagentur, bevor er vom Gwand Fashion Festival in Luzern engagiert wurde. 2003 machte er sich als Casting &

Creative Director und Showproduzent selbstständig und arbeitete unter anderem für Louis Vuitton, Akris, den Swiss Textiles Award und «Germany's Next Topmodel». 2010 gründete er «Mode Suisse», eine Plattform junger sowie etablierter Schweizer Modedesigner für die Show und den Verkauf. Aellen wohnt in Zürich.

indes auf, dass eine Bewegung entstanden ist, fernab der kommerziellen Mode – eine Art Rückkehr zum Handwerk, zur Nachhaltigkeit und zur Wertigkeit.

**Worauf führen Sie das zurück?**  
Das hat mit der Sättigung des Marktes zu tun. Das Tempo ist verrückt – heute spannend, morgen vergessen. Die Folge ist einerseits eine Demokratisierung der Mode. Gleichzeitig bewirken im Überfluss produzierte Billig-Produkte ihre Entwertung. Das ist keine gute Entwicklung. Nachwuchsdesigner und unabhängige Geschäfte leiden darunter.

**Die Schweiz gilt nicht unbedingt als Mode-Mekka. Warum?**  
Wir leben im Luxus, das kann sich ungünstig auswirken auf den kreativen Prozess. Bei den Produzenten genauso wie bei den Konsumenten. Viele Ideen entstehen dort, wo das Geld knapp ist. In solchen Situationen sind

## «Billig-Produkte, die im Überfluss produziert werden, entwerten die Mode.»

Innovationen gefragt, mutige Konzepte, die man mit einfachen Mitteln umsetzen kann. Bei uns ist das eher nicht der Fall. Trotzdem hat auch die Schweiz zum Teil Trends gesetzt, denken Sie an die Freitag-Taschen.

**Umgekehrt dauert es meist ziemlich lange, bis sich ein Trend in der Schweiz etabliert. Wieso?**  
Der These kann ich nicht pauschal zustimmen. Gerade bei der jüngeren Generation stelle ich eine hohe Affinität zur Mode fest und auch eine gewisse Unbekümmertheit. Ab 35 haben dann die meisten ihren Stil gefunden, dem sie treu bleiben.

**Dazu muss man aber wissen, was einem steht. Haben Sie Tipps?**  
Das eigene Gefühl ist immer gut. Und Freude an der Sache zu haben. Auch regelmässiges Ausmisten lohnt sich. Und sonst? Bleiben Sie authentisch, setzen Sie auf Qualität – und nehmen Sie das alles nicht zu ernst. Mode soll Spass machen!

**Also lieber mal eine Mode-Panne riskieren?**  
Unbedingt, das passiert doch allen.

**Was war Ihre schlimmste Mode-Sünde?**  
Als Teenager habe ich in einer Boutique mal sehr viel Geld ausgegeben für einen Anzug aus silbergrauem Velours, den ich mit einem braunen Pullover mit Dolce-&Gabbana-Logo kombinierte. Für einen Jugendlichen in Thun war das sehr extravagant.

## Mamma mia

Es gab eine Zeit, da färbte ich mir die Haare violett und schminkte die Lippen schwarz. Grunge-Style war das, und Kurt Cobain mein Vorbild. Meine Mutter konnte darob nur die Nase rümpfen. Als ich auch noch zu rauchen begann und an Partys gerne ein Malibu Orange zu viel trank, hatte ich den Engel-Status bei ihr verloren. Mamma mia, war die uncool drauf. Sie konnte damals echt nerven. Das ist 20 Jahre her. Heute weiss ich, was ich an meiner Mutter habe. Längst hat sie Kurt als Vorbild abgelöst. Wie sie die Tiefschläge in ihrem Leben wegsteckte, wie sie an den Herausforderungen wuchs, das bewundere ich an ihr. Das muss anlässlich des heutigen Muttertags mal gesagt sein. Auch Bea Petri ist Mutter, und auch sie hatte es nicht immer leicht. Bekannt als «Schminkerin der Nation» – von Sting über Adolf Ogi bis hin zu Harald Juhnke



Bitte schön!

Rahel Koerfgen



Sommergewand für den Kinderwagen: das neue Style Kit von Stokke.

HO

war jegliche Prominenz bei ihr in der Maske – und als Inhaberin der kultigen Schminkbars hätte ich nicht gedacht, dass es angesichts dieses glamourösen, licht-erfüllten Lebens auch Schatten gab. Doch das offenbart **Bea Petri in ihrem Buch «Un-geschminkt»** (ab sofort erhältlich, zirka 32 Franken) schonungslos ehrlich und wohl-tuend direkt. Auch Petri ist ein Vorbild, weil sie stets ihren Weg gegangen ist und sich nicht beirren liess; wenn Intuition, Fleiss und Leidenschaft zusammenkommen, so sagt sie, ist einem der Erfolg beschert. Selbstredend habe ich mir das Buch besorgt. Es liest sich nicht wie eine «Gschpürsch mi, fühl'sch mi»-Lebensanleitung, vielmehr ist es schön, sich von einer Powerfrau inspirieren zu lassen. Und zum Ende gibt Petri in einem Beauty-Abc ihre besten Schminktricks preis – Pflicht-Lese-stoff für mich.

Mit ganz anderer Lektüre beschäftigt ist derweil die Büronachbarin. Im sechsten Monat schwanger, liest sie alles, was als werdende Mutter für sie hilfreich sein könnte. Auf die Frage, für welchen Kinderwagen sie sich entschieden habe, wird sie bleich: Das habe sie vor lauter Ernährungstipps und Babyturnen-Kurs-Büchen vergessen. Ich empfehle ihr ein Modell von **Stokke** (ab 1300 Franken). Die sehen zwar alle futuristisch aus, sind aber sehr praktisch und wendig. Für den Sommer hat Stokke ein **bunt gestreiftes Style Kit für den Kinderwagen** (zirka 169 Franken, erhältlich bei Pro Baby) herausgegeben. Abgesehen davon, dass das ein echter Hingucker ist, sorgen die Abdeckungen mit luft-durchlässigen Einsätzen und Stoffen mit Lichtschutzfaktor 50+ dafür, dass das Baby bei steigenden Temperaturen cool bleibt. Und die Mutter auch. Vorerst.