

SNEAK AROUND (30): ADIDAS FORUM 84 HIGH

Adidas feiert in dieser Saison das Revival der Forum-84-Silhouette – eines Klassikers aus dem Adidas-Archiv. Ursprünglich wurde der Schuh 1984 von dem Designer Jacques Chassaing als zukunftsweisender Basketball-Sneaker kreiert. Vorab unterhielt sich Chassaing damals mit vielen Spielern und Trainern, um auf deren spezielle Bedürfnisse eingehen zu können. Dabei machte er den Fußknöchel als Problemstelle für Basketballspieler aus. Das prominente Gurtband auf dem Schuh dient der Unterstützung und der Stabilisierung des Knöchels. Der Schuh wurde schnell populär bei Basketballspielern und überzeugte nicht nur durch sein Design, sondern vor allem durch die technischen Innovationen. Selbst die Basketball-Legende Michael Jordan stand schon mit dem Forum von Adidas auf dem Feld – bevor Jordan 1985 seinen eigenen Schuh von Nike bekam.

Auch abseits des Spielfelds war der Forum in den achtziger und neunziger Jahren populär. Der – für die damalige Zeit – hohe Preis von 100 Dollar machte ihn schnell zu einem Statusobjekt, das vor allem in der Hip-Hop-Szene Anklang fand. Heute steht der Forum für die authentische Verbindung von Sport, Kultur und Streetwear. Die Rückkehr des Achtziger-Jahre-Stils wird von einer Kampagne mit Künstlern aus der ganzen Welt begleitet: Der Fotograf Tyrell Hampton aus New York, die Musik- und Kunstgruppe Nine8 Collective aus London, der Designer Darryl Brown aus Toledo und die Fotografin Shiori Ikeno aus Tokio zeigen in einem Kurzfilm, was den Sneaker so besonders macht, und teilen ihre Ideen für seine Zukunft.

Der Forum 84 High Sneaker wurde von Adidas in Portland im amerikanischen Bundesstaat Oregon mit viel Liebe zum Detail generalüberholt und in toller Qualität Ende 2020 wieder aufgelegt. Er bietet alle wichtigen Details des Originals, etwa das Dillinger-Gurtband und einen roten Drehpunkt an der Sohleneinheit. Durch sein Obermaterial aus diversen Weiß- und Cremetönen passt mein Lieblings-Forum-Sneaker zum aktuellen Trend. Der Schuh bietet nicht nur verschiedene helle Farböne, sondern auch unterschiedliche Materialien: Neben dem Glattleder sind auch Akzente in Wildleder gesetzt, was den Retro-Look des Turnschuhs verstärkt. Für einige



streng limitierte Ausführungen des Modells hat sich Adidas mit bekannten Sneaker-Händlern zusammengetan. So sind in den vergangenen Monaten schon exklusive Ausführungen von Footpatrol, Sivasdescalzo und END erschienen. Zur Überraschung vieler haben sich die Schuhe auf der ganzen Welt sehr gut verkauft. Auch eine niedrig geschnittene Variante kam inzwischen auf den Markt. Der Forum 84 Low lässt sich dank der schmalen Silhouette gut kombinieren und findet sicher Gefallen bei Fans des Adidas Superstar oder des Stan Smith.

Von den Basketballspielern über die Hip-Hop-Fans ist der Adidas Forum 84 inzwischen auch bei den sogenannten Skandi-Girls angekommen – trendbewussten Influencerinnen aus Skandinavien. Ellen Claesson, Emili Sindlev und Jeannette Friis Madsen posieren auf ihren Instagram-Kanälen in modebewussten Outfits. Am Fuß blitzt dabei immer wieder der Adidas Forum auf. Denn der Sneaker passt mit seiner Silhouette in die Idee des skandinavischen Minimalismus und ergänzt jedes Outfit mit lässigem Feinschliff. Für mich persönlich ein sehr guter Alltagschuh mit Potential für den Top-Sneaker der kommenden Saison. *Aylin Güler*



Vierzig Jahre mit Michael Kors

„Wenn's wieder losgeht, geht's richtig los“, sagt Michael Kors im Videogespräch. Aus dieser Erwartung spricht natürlich der Modemacher, der auch Geschäftsmann ist und auf wachsendes Business hofft. Aber man erkennt in seinem ersten Satz auch den Optimisten, wie ihn seine Heimatstadt New York erschaffen hat. Als ob er diese Aussage farblich unterstreichen wollte, setzt seine Kollektion für Herbst und Winter 2021 mit kräftigen Akzenten auf knallig symbolisches Rot. In seiner Kollektion zum 40. Jahrestag der Gründung seiner Marke steht das Rot für „Opulenz und Glamour“, die er nach eigenen Worten unter „Einfachheit und Leichtigkeit“ mischt.

Soll ein Signal sein: Michael Kors hilft mit den Erlösen seiner neuen Kollektion notleidenden Broadway-Theatern.

40 Jahre! Michael Kors wirkt nicht so, als hätte er schon im fernen Jahr 1981 mit seiner Marke begonnen. Aber er hat eben auch sehr früh angefangen, mit nur 21 Jahren. Wenn man es genau nimmt, sogar noch früher. Denn als seine Mutter Joan Hamburger, ein Model, ein zweites Mal heiratete, so geht die Legende, entwarf ihr Sohn im zarten Alter von fünf Jahren ihr Hochzeitskleid. Weil sich auch der Nachname des Jungen mit der Hochzeit änderte, entwarf er sich mit Hilfe seiner Mutter gleich ganz neu und suchte sich auch einen neuen Vornamen aus: Aus dem kleinen Karl Anderson, dem Sohn eines schwedischstämmigen Vaters gleichen Namens, wurde der große Michael Kors.

Wenn er sich heute an die Gründungszeit erinnert, dann sieht Kors einen jungen Mann vor sich, der nach nur neun Monaten am Fashion Institute of Technology in der Boutique Lothar's an der 57. Straße als Verkäufer arbeitete. Bald verantwortete er auch Schaufenster, Ladengestaltung, Design. „Viele Kundinnen reagierten positiv auf das, was ich machte“, erzählt er. Vor allem auch Dawn Mello, die Modedesignerin von Bergdorf Goodman, dem Kaufhaus gegenüber. Und wer dort seine ersten Kollektionen verkaufen darf, der wird in New York Erfolg haben. Nur Ende der Achtziger und Anfang der Neunziger geriet er in eine Krise, die er als Chefdesigner für Céline in Paris (1997 bis 2004) überwand. Seitdem geht es bergauf, so dass zu seiner Capri Holdings nun auch die Marken Versace und Jimmy Choo gehören.

„Vor 40 Jahren war ich sehr ungeduldig“, sagt er. Daher hat er viele alte Entwürfe gar nicht mehr. „Ich habe viele Sachen einfach weggegeben. Mein Archiv sieht schlimm aus.“ Immerhin: 16 alte Kleidungsstücke lässt er neu aufleben, versehen mit einem QR-Code, der zum ursprünglichen Laufsteg-Look führt und zu Kommentaren des Designers – sei es ein roter Mantel oder ein schillerndes Pailletten-Minikleid von 1991.

Seine Kollektion lässt er im Theaterviertel spielen. Naomi Campbell, Helena Christensen, Carolyn Murphy, Shalom Harlow und all die anderen Models gehen durch die 45. Straße ins Shubert Theatre, um sich mit Covid-19-Abstand von Rufus Wainwright unterhalten zu lassen. Es gehe ums „stepping out“, hatte Kors vor der Ausstrahlung des Videos gesagt, und so sieht es aus: Die teils festlichen Looks, für Weihnachten und Silvester erdacht, sparen nicht an Kristallen, Farben und bauschigen Formen. Kors kommt es auf den großen Auftritt an: „to make an entrance“, ruft er, als er eines der Kleider vorstellt. Nach einem langem Lockdown werden viele diesen Ruf gerne hören. *(kai.)*

PRÊT-À-PARLER

Eine Dose ist eine Rose ist eine Dose

Tafelwasserlilien, Heckendosen, Odolien, Haltbarbiskusse und Orchideos: Juli Gudehus bringt Wertstoff zum Blühen, indem sie für ihr neues Projekt „Die Natur der Sache II“ Blumen aus Abfall zusammensteckt. Dafür sammelt die Berliner Designerin, die 1968 in Hamburg geboren wurde, alles, was ihr in die Hände fällt, und sei es bei ihren Spaziergängen. Was sie da am Wegesrand aufsammelt, reinigt sie zunächst gründlich und desinfiziert es. „Alle Bestandteile meiner Collagen gehören offiziell in die gelbe Tonne.“

Flaschen, Dosen, Becher, Tuben, Verschlüsse und dergleichen – manches davon sei auch selbst gekauft und selbst verbraucht. Ergebnis ihres „Wegwerfkulturschaffens“ sind zwei Serien von Tonnenblumen. Es gibt die kräftig-silberstieligen, die aus Teilen der klassischen Draht-Kleiderbügel gemacht sind, wie man sie von der Reinigung stets mitgeliefert bekommt, wie Gudehus sagt. Und die andere, zart-schwarz-

stielige Serie bestehe „aus Teilen eines Deko-Dings, das ich im Sperrmüll fand“.

Juli Gudehus, bekannt für ihre humorvollen Arbeiten („Meine Spezialität ist das Besondere“), will mit ihren Müllblüten auf ein ernstes Problem aufmerksam machen: „Einerseits fasziniert mich die Innovations- und Gestaltungsvielfalt immer neuer Produkte. Andererseits ist mir schmerzlich bewusst, dass wir im Müll ertrinken. Täglich werfen wir weltweit 3,5 Millionen Tonnen weg.“ Für sie als Designerin sei das ein schmaler Grat. Darum auch sollen ihre bunten Müllblüten uns nicht nur erfreuen, sondern auch den Spiegel vorhalten. Denn jeder wird in ihnen manches aus seinem Alltag wiedererkennen. Ein Strauß kostet zwischen 95 und 170 Euro und ist über juligudehus.net/shop erhältlich. *(pps.)*



Statt gelber Tonne: Ein Strauß silberstieliger Müllblumen von der Designerin Juli Gudehus.

FOTOS: AVUN GÜLER, HERSTELLER, JULI GUDEHUS

Frankfurter Allgemeine Magazin

MAI 2021



Macht alles neu

Verbindender Schmuck, klassische Uhren, familiäre Geheimnisse, historische Fragwürdigkeiten