

Auf Kante genäht

Der Modemacher Frank Ford stieg in Berlin mit Techno auf – und stürzte ab. Er floh nach Hollywood und erfand sich neu: als Lieblingsdesigner der Stars.

VON DANIELA PEMÖLLER

FOTOS: ALEXANDRA KINGA FEKETE

Einige Leute in Berlin werden wohl ziemlich gemischte Gefühle haben, wenn sie in diesem Spätsommer im Kaufhaus KaDeWe die glitzernden Röcke, die volantbesetzten Jersey-Tops und die elegant-modernen Kleider von Loyandford entdecken. Und die Preisschilder dazu, 399 Euro oder 299 Euro. Es kursierte ja immer das Gerücht, dass Frank Ford gemeinsam mit Stefan Loy ein Mode-Label in Los Angeles gegründet habe und Hollywood-Stars einkleide. Aber geglaubt hat das kaum einer, der die beiden kannte, als sie noch in Berlin lebten, damals, in den neunziger Jahren. Und am wenigsten jene, die seit zehn Jahren auf das versprochene Geld warten für Telefonrechnungen oder T-Shirt-Lieferungen.

Frank Ford, 39, hieß früher Frank Schütte, und Ford hat er sich genannt, weil er vor zehn Jahren nur noch fort wollte aus Deutschland. Weg von den 200 000 Mark Schulden, weg von der Piefigkeit des Landes, weg aus der Techno-Szene, die ihn großgemacht hatte als den Star des „Avantgarde-Clubwear-Labels „3000“ („taz“) und die ihren Schwung und ihre Unbeschwertheit verloren hatte.

Und so jemand soll nun Hollywood-Stars einkleiden? „Man wusste bei ihm nie, ob es nun stimmt, was er erzählt“, sagt die Popsängerin Inga Humpe, für deren Musikvideo Ford Anfang der Neunziger eine Uniform schneiderte (die einen „tollen Schnitt“ habe und immer noch super sitze). Doch die Ironie ist: Dieses Mal ist das Märchen tatsächlich die Wahrheit. Ford und Loy entwerfen Kleider für Hollywood-Stars wie Angelina Jolie, für Britney Spears oder den Rocker Lenny Kravitz. Ab dieser Herbstsaison wird ihre Kollektion in rund 40 deutschen Edelgeschäften hängen.

„Es ist schon irrsinnig, was uns passiert ist“, sagt Ford. „Aber unser heutiger Erfolg hat viel mit dem amerikanischen Traum zu tun.“ Das Prinzip „vom

Tellerwäscher zum Millionär“ könne man in Deutschland nicht realisieren, fügt Loy, 40, hinzu. Doch ein paar Jahre lang hatte es ganz so ausgesehen, als gäbe es einen deutschen Traum: Anfang bis Mitte der neunziger Jahre, als vor allem Berlin im Techno-Hype vibrierte. Und so ist Loy und Fords deutsche Lebensgeschichte auch eine Geschichte über Phantasien, Rausch und den Kater danach.

Die Mauer war gerade gefallen. In den angesagten Clubs der frisch vereinten Nation, die sich in stillgelegten Bankgebäuden und Kellergewölben der neuen Hauptstadt befanden, wummerten die tiefen Bässe des Technos. Im Ecstasy-Rausch tanzte sich Deutschlands Jugend bei der Love Parade ins Delirium. Mittendrin: Paradiesvogel Ford, der als Sohn eines Sylter Kneipenbesitzers aufgewachsen ist. „Ich war auf jeder Party“, sagt er, natürlich kannte er auch die Ikonen der Bewegung, die DJs Sven Väth und Marusha.

Zusammen mit seinem Freund Stefan Loy, der in München Modedesign studiert hatte, nähte Ford ziemlich mutige Kleider für ihr Underground-Label 3000. „Aus ausgerangiertem Plunder wie neonfarbenen Polyesterpullis und Spitzenunterwäsche der zwanziger Jahre machten wir Abendroben. Aus Plastiktüten schneiderten wir Miniröcke“, erzählt Ford. Die seltsamen Materialien, die grellen Farben, die provokanten Slogans („Pornostar“, „Rich Bitch“, „Spritzen“), die Namen der Kollektionen wie „Hawaii“ oder „Yocoonoadam“ – diese eigenwillige Recyclingmode kam in der Techno-Szene an. Und nicht nur dort: Die Zeitschrift „Tempo“ ließ sich von Ford ein T-Shirt designen. Es gab Fotoecken in „Face“, „I-D“ und „Vogue“, „Stern“, „taz“ und „Berliner Morgenpost“ berichteten über die Repräsentanten der Techno-Generation. Ford gab dem Berliner Magazin „Frontpage“, das damals als das Sprachrohr der Techno-Generation galt, Inter-





*Vier Wochen lang nähten sie
Tag und Nacht durch, fertigten
600 Einzelstücke*

views, Kulturbeiträge auf Arte feierten das Duo ebenso wie die Erotik-Sendung „Liebe Sünde“.

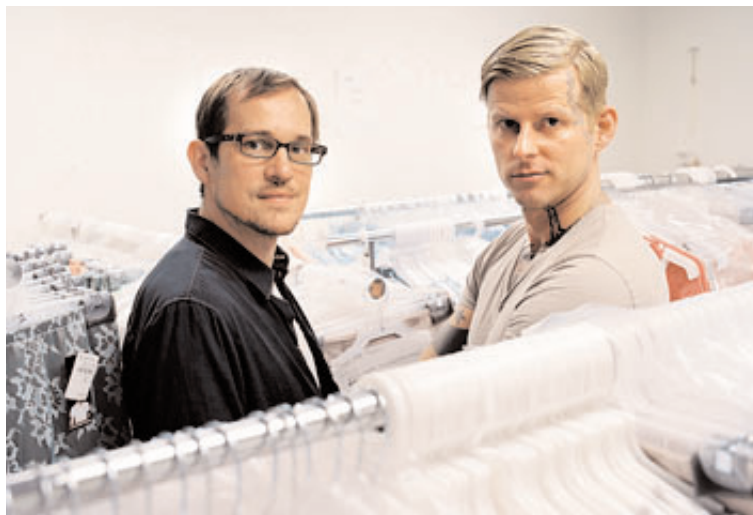
Kurz danach beendeten Ford und Loy nach mehreren Auseinandersetzungen ihre Zusammenarbeit, Ford machte allein weiter. Bei der Inter Jeans in Köln erregte das Label 3000 mit einem Stand Aufsehen, der aus einem riesigen Plexiglasrohr bestand. Die Presse war begeistert von dem exzentrischen Star, der seine Mode auch mal als „Pogo-Bungalow-Agenten-Stil“ bezeichnete – nur in großen Stückzahlen wurden die avantgardistischen Musterstücke nie produziert. Statt Umsatz gab es Events: Beim Camel Transatlantic Move in Las Vegas war Ford dabei und brachte kistenweise Mineralwasser mit. Nächtelang hatten Freunde dafür türkische Flaschen umetikettiert.

Der Schriftsteller Rainald Goetz hat in seinem Buch „Rave“ den Wahnsinn der Techno-Szene beschrieben. Es kommt darin auch ein durchgedrehter und schwer bekokster „Schütte“ vor. Goetz will das heute nicht kommentieren, aber Ford hat sich in der Figur wiedererkannt.

Dauerparty und Promotion gingen auf Kosten von Buchhaltung, Planung und Umsatz. Marusha und Sven Väth halfen mit Finanzspritzen. Es wurde immer Geld gebraucht, auch für Flüge zu einer Fashion-Show in Osaka. Ford habe auch sie um Geld gebeten, erzählt die Sängerin Humpe, „er fuchtelte mit einer Knarre herum und drohte, sich zu erschießen“. Heute findet sie die Erinnerung daran eher lustig – wie auch Fords Mitbewohner Martin Schacht, der eines Tages „zehn polnische Näherinnen“ in seiner Wohnung vorfand und am Ende auf einer Telefonrechnung von 4000 Mark sitzen blieb.

Jahrelang hatten die Ausgaben die Einnahmen überstiegen, und irgendwann hatte Ford von allem die Nase voll. Seinen Freunden und Geschäftspartnern erzählte er, dass er eine Dependence in New York eröffnen wolle. Im Restaurant „Dschungel“ feierte er mit rund 130 Gästen eine rauschende Abschiedsparty, bei der 30 Models seine „Yocoonoadam“-Kollektion vorführten. Im November 1995 setzte er sich nach New York ab. „Ich hatte zu hoch gepokert, der Hype war zu viel für mich. Ich brauchte eine Veränderung“, sagt Ford.

Ohne einen Cent in der Tasche kam er bei Bekannten unter. Eines Tages lud ihn eine Freundin nach Los Angeles ein. Er landete in South Central – einem von Armut und Kriminalität geprägten Schwarzenviertel. Ford fiel dort auf, aber nicht nur wegen seiner weißen Hautfarbe und der vielen Tätowierungen. „Ich hatte einen hellgrünen Irokesenschnitt, mehr als 50 Piercings im Gesicht und trug 40 Zentimeter hohe Plateauschuhe“, sagt er. Fords härteste Zeit begann. Er besaß wenig Geld, kannte kaum Leute und wusste nicht, was er ei-



Designer Loy, Ford: „Verkokste und Ecstasy-irre Zeit“

gentlich machen sollte. In Berlin kursierten derweil seltsame Gerüchte: Ford verdiene sich Geld als Model für Cornflakes.

Es gehört zu Fords Geschichte, dass er immer wieder aus glücklichen Zufällen das Beste machte. Ein Fotograf, dem sein Look auffiel, machte Bilder, diese gelangten in die richtigen Hände, es folgten Aufträge als Statist, als Stylist, für Werbung, Videos, B-Filme und Modezeitschriften. Geld brachte das nicht viel, aber Kontakte. Seinen Freund, einen Filmproduzenten mit Einfluss, begleitete er auf Partys, auf den sich die Wichtigen vergnügten.

Eines Tages erfuhr er, dass Loy inzwischen nach New York gezogen war und unter dem neuen Label „Rosenbaum“ wieder Mode entwarf. Er rief ihn an und lud ihn nach Los Angeles ein. Ford lebte in einem Einzimmer-Apartment, und sie sprachen über alte Zeiten und große Träume. Ford: „Wir sagten uns, eigentlich sind wir doch total gute Modedesigner. Wir waren immer erfolgreich, lass uns wieder Mode machen.“

Sie zogen zusammen und kauften sich eine Nähmaschine. Doch das Geschäft lief schleppend. „Es war eine echt beschissene Zeit“, sagt Loy. Jeden Job habe er machen müssen, zum Beispiel für zehn Dollar die Stunde Kostüme für Videos nähen. Und das als ausgebildeter Modedesigner, der schon Bühnenkostüme für Uschi Glas konzipiert hatte. Ford sagt: „Ich habe der Presse später immer erzählt, wir hätten damals meditiert und Yoga gelernt.“ In Wirklichkeit war er Manager eines Fitness-Studios, und abends ist er in einem Sexclub aufgetreten. Inga Humpe hat Ford und Loy damals mal in Los Angeles besucht: „Sehr simpel“ hätten die beiden in ihrer winzigen Wohnung gelebt, sagt sie.

Irgendwann wurde Ford zur Geburtstagsparty von Hollywoods prominentester Stylistin eingeladen: Maryam Malakpour. Sie macht das Styling für Stars wie Mick Jagger, Aerosmith, Sheryl Crow und Cher. „Alle sollten sich wie der Gangster Scarface verkleiden. Ich habe mir die Haare schwarz gefärbt, mir einen weißen Anzug genäht und hatte eine große Tüte falsches Kokain in der Hand. Die Leute waren begeistert und kürten mich zum bestaussehenden Scarface alias Al Pacino.“ Das beeindruckte die Stylistin, und sie schlug vor, dass Ford und sein Freund Loy für ihre Klienten Bühnenklamotten entwerfen sollten. „Der erste Deal war Courtney Love. Danach kamen Cher, Lenny Kravitz, die Rolling Stones, Alanis Morissette, Gwen Stefani und so weiter. Dadurch wurden wir ziemlich bekannt“, erzählt Ford.

Sie nähten die Einzelstücke im Wohnzimmer ihres Apartments, aber das machte nicht gerade den besten Eindruck bei der Kundschaft. „Wir brauchten einen repräsentativen Laden, in dem wir unsere Sachen zeigen konnten“, sagt Ford. „Ich war illegal im Land. Also bekam ich weder Versicherungs- noch Kreditkarte. Aber zum Glück hatte Stefan eine Arbeitserlaubnis, die er vor Jahren bei der Greencard-Lotterie gewonnen hatte. Und er besaß eine Kreditkarte mit 3500 Dollar drauf.“



Entwurf des Labels 3000, Loyandford-Modelle in

Davon eröffneten sie ihre Boutique in Chinatown. Vier Wochen lang nähten sie Tag und Nacht durch, fertigten 600 Einzelstücke. Ford: „Da wir kein Auto hatten, fuhren wir immer mit dem Fahrrad nach Downtown, um Stoffe zu besorgen.“

Doch bereits wenige Wochen nach der Eröffnung mussten sie ihren Laden wieder dichtmachen. Grund: Die Ware war ausverkauft. Der nächste Hype begann. Das Lifestylemagazin „Wallpaper“ feierte die beiden als „fröhliche Modeanarchisten“. Elegant, modern und eigenwillig waren die Modelle, die nun von In-Läden in Beverly Hills, Santa Monica und Melrose angeboten wurden.

Im Jahr 2000 gründeten sie ihr Mode-Label Loyandford. „Am Anfang war bei uns alles noch schrecklich unprofessionell“, sagt Ford. „Wir hatten nicht einmal Waschetiketten in der Kleidung.“

Kurz darauf meldete sich Dierdre Roffoni, eine der einflussreichsten Modeagentinnen Amerikas, bei Ford. Sie bot an, Loyandford in ganz USA zu verkaufen. Die Designer sagten natürlich zu. „Bereits in den ersten drei Monaten verdienten wir 150 000 Dollar. Da waren wir angefixt“, erzählt Ford.

Angelina Jolie trug 2001 auf einem Promotionfoto für den Film „Lara Croft: Tomb Raider“ ein Loyandford-T-Shirt mit einer Kalaschnikow drauf. Die Agentin von Madonna sei nach Chinatown gekommen, erzählt Ford, und habe den halben Laden leergekauft. Die Deutschen gaben die Einzelanfertigungen auf und suchten nach Firmen, die ihre Ware schnell, gut und günstig produzieren konnten. Nach einem Jahr machten Loy und Ford nach eigenen Angaben bereits eine Million Dollar Umsatz. Nun wollte Ford nicht länger sein illegales Dasein fristen. Seine Anwältin aber hatte schlechte Nachrichten: „Sie wandern in den Knast, schließlich waren Sie sieben Jahre illegal hier. Es sei denn, Sie können beweisen, dass Sie eine Superkarriere haben und wichtige Leute kennen.“ Er brauchte 30 Briefe von Prominenten, die sich für ihn einsetzten. Er telefonierte wie wild – und bekam Unterschriften von Stars wie Keith Richards, Alanis Morissette, Janet Jackson. „Es war unglaublich. Ich hätte das selbst nie gedacht“, sagt Ford und zeigt die vielen Briefe.

Sie nützten ihm nichts. Die zuständige Behörde lehnte ab. Sie verlangte nach einer fachkundigen, seriösen Quelle. Doch dann kam ein Anruf von Do-



Magazinen: „Fröhliche Modeanarchisten“

nald Albrecht vom Smithsonian Institute, dem größten Museumskomplex der Welt. „Er wollte uns als ‚new american designers‘ in einer Ausstellung im Cooper-Hewitt, National Design Museum in New York präsentieren. Ich sagte zu ihm, mache ich, sofern du mir das schriftlich bestätigst für die Behörden. Als ich diesen Brief in den Händen hielt, war das der glücklichste Moment in meinem Leben“, sagt Ford. Die Behörden ließen sich überzeugen und gaben ihm eine Greencard. Im April 2003 hingen die Loyandford-Entwürfe in der New Yorker Show.

Ihr Einzimmer-Apartment haben Ford und Loy inzwischen gegen eine Riesenvilla am noblen Mulholland Drive mit Pool und Blick auf die Stadt eingetauscht. Loy sammelt nicht mehr alte Klamotten, sondern Gemälde von Georg Baselitz, Joseph Beuys und Andy Warhol. Das signierte Foto von Britney Spears hängt über der Toilette. Ford sagt, er würde jedem, der Anspruch auf eine Schuldenerückzahlung aus der „verkoksten und Ecstasy-irren Zeit“ erhebe, antworten, und wem er tatsächlich etwas schuldig sei, dem zahle er das Geld zurück. Knapp 110 Geschäfte in der ganzen Welt verkaufen heute Loyandford-Modelle, darunter namhafte Kaufhäuser wie Harvey Nichols und Barneys. „Ladylike, aber modern, wie Donna Karan zu ihren besten Zeiten“ seien die Entwürfe, sagt ihr Berliner Modeagent Bernd Schürmann. Bald bringen die beiden Designer ein eigenes Jeanslabel raus.

Ford ist ruhiger geworden. „Konservativer“, wie er sagt. Statt grünem Irokesenschnitt trägt er jetzt kurze blonde Haare. Plateauschuhe tauschte er gegen beige Cordhosen und weiße T-Shirts ein. Aus den Lautsprechern im Auto dudelt statt harter Techno-Beats sanfter Jazz oder Hildegard Knef. Einzig die Tätowierungen zeugen von der wilden Vergangenheit. „Ich bleibe jetzt lieber zu Hause oder gehe wandern. Vor kurzem war ich für ein paar Wochen auf Hawaii. Ich hatte nur ein Pferd, mit dem ich reden konnte. Ich habe gefastet, meditiert und sieben Kilo abgenommen“, sagt Ford. Er trinkt seinen Kaffee, zieht an der zweiten geschnorrten Zigarette, und dann erzählt er von der netten Dinnerparty am vergangenen Abend. Seal sei auch da gewesen, zusammen mit diesem deutschen Model, wie hieß das Mädchen bloß noch?

Bezugsquellen: www.loyandford.com