

DOWN TO EARTH

Text Mahret Kupka Fotos Andy Rumball

2007 trat Stephan Schneider an der Berliner Universität der Künste in die Fußstapfen Vivienne Westwoods, die hier zuvor zwölf Jahre als Professorin für Bekleidungsgestaltung gelehrt hatte. Seither geht es sehr viel unaufgeregter in der Abteilung Modedesign zu, aber keinesfalls langweiliger. Statt den Studierenden das eigene Designkonzept zu vermitteln, setzt der 1969 in Duisburg geborene Schneider auf Individualität und persönliche Betreuung. Nach Abschluss seines Studiums an der Königlichen Modeschule in Antwerpen 1994 gründete er ein Jahr später unter eigenem Namen sein Label, das heute besonders in Japan erfolgreich ist und Menschen anspricht, die tragbare Kleidung mit Liebe zum Detail suchen.

Als ‚Woolworth Avantgarde‘ bezeichnet Schneider selbst seine Arbeit gern und unterstreicht damit sein besonderes Interesse an der Konfektion, in der er die wahre kreative Herausforderung im zeitgenössischen Modedesign sieht. Heute pendelt Schneider zwischen Antwerpen, wo er sich ganz dem eigenen Label widmet, und seiner Professorentätigkeit in Berlin, wo ihn Valeska Schmidt-Thomsen und Grit Seymour als assoziierte Professorinnen bei der Lehre unterstützen. Warum Berlin aber im Grunde viel zu schön ist, um hier Tag und Nacht zu ackern, und warum es sich als unerlässlich entpuppt, der wachsenden Modemetropole ab und zu den Rücken zu kehren, verrät er J’N’C im Interview.

Du hattest den Wunsch geäußert, in diesem Interview nicht ausschließlich als Designer befragt zu werden, sondern vielmehr zu deiner Tätigkeit an der UdK. Darf ich fragen warum?

Ich habe als Designer kein so großes Interesse daran, Zeit in meinen Namen zu investieren. Ich möchte gute Kleidung machen, die um ihrer selbst willen gekauft wird und nicht wegen des Labels. Gerade hier in Berlin, bei diesem Interview in der UdK, muss ich jetzt nicht groß über mich erzählen. Ich möchte gute Studierende haben, Leute, die besessen sind von der Mode, die eine Passion für Mode haben. Und da nehme ich mir gerne die Zeit für Interviews, um eben solche Leute hierher zu bekommen.

Da legst du als Designer eine Bescheidenheit an den Tag, die nicht viele deiner Designkollegen teilen. Vivienne Westwood z.B., deine Vorgängerin hier an der UdK, stand in dem Ruf, ihr eigenes Designverständnis über alles zu stellen. Welches Selbstverständnis hast du als Dozent?

Ich war geschockt, als ich mir die Sachen angeguckt habe, die die Studierenden bei Vivienne Westwood gemacht haben: Alles kleine Westwood-Klone. Vor allem hat mich überrascht, dass die Studenten das auch so mitgemacht haben. Doch scheinbar war sie eine so diktatorische Dozentin, dass ihr das gelungen ist. Ich sage meinen Studenten nicht, dass sie jetzt mal ‚Stephan Schneider‘ machen sollen. Die sollen ihren eigenen Stil finden. Wichtig ist der eigene kreative Ausdruck.

DOWN TO EARTH

In 2007, at the Berlin University of Arts (UdK) Stephan Schneider began to follow in the footsteps of Vivienne Westwood, who began teaching fashion design as a professor there twelve years before. Ever since then the excitement has died down in the fashion design department, but that certainly doesn’t mean that things have got boring. Instead of teaching the students his own design concept, Schneider, who was born in 1969 in Duisburg, is focusing on individuality and personal supervision. One year after completing his studies at the Royal Academy of Fine Arts in Antwerp 1994, he founded his own eponymous label, which is now particularly successful in Japan and appeals to people who are looking for wearable clothing with a love of detail. Schneider himself likes to refer to his work as ‚Woolworth avant-garde‘, thereby emphasising his particular interest in ready-to-wear garments, where he sees the true creative challenge in contemporary fashion design. Nowadays he commutes between Antwerp, where he devotes his time to his own label, and Berlin for his professorship, where Valeska Schmidt-Thomsen and Grit Seymour as associated professors support him with the teaching. In an interview he revealed to J’N’C why Berlin is basically too much fun to spend every day and every night slogging your guts out, and why it’s essential to turn one’s back on the fashion metropolis now and again.

You asked us to not only talk about your work as a designer in this interview, but also about your role at the UdK. May I ask why?

As a designer I don’t have such a big interest in investing time in my name. I want to make good clothes, which are sold for their own sake and not because of the label. Especially here in Berlin, during this interview in the UdK, there’s no need to say a lot about myself. I would like to have good students, people who are obsessed with fashion, who have a passion for fashion. And that’s why I am happy to take time out for interviews in order to get people like that here.

In doing so, you are displaying a modesty that not many of your designer colleagues share. For example, Vivienne Westwood, your predecessor here at the UdK, had a reputation of always putting her own design understanding above everything else. What self-image do you have as a lecturer?

I was shocked when I saw the stuff that Vivienne Westwood’s students did: they were all little Westwood clones. I was especially surprised by the fact that the students also went along with it. But she must have been such a dictatorial lecturer that she made it work. I don’t tell my students that they should do a ‚Stephan Schneider‘. They should find their own style. It’s important that they have their own creative expression.

And how exactly do you convey that?

I leave my students complete freedom. Each one of them can do what they want. We don’t even define a concrete topic, just examples of strategies. This semester we’re working on the subject of ‚Fashion and



Und wie genau vermittelst du das?

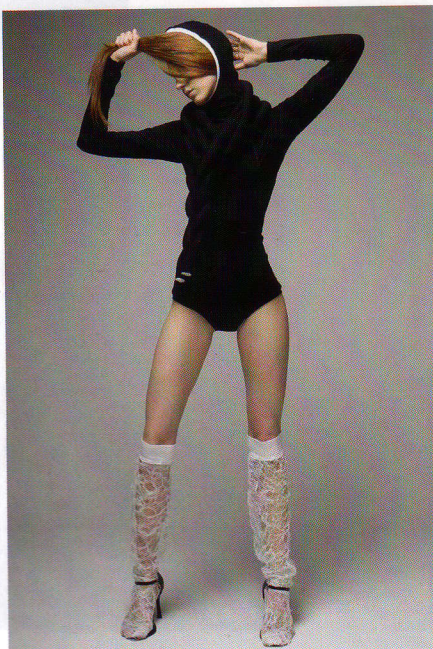
Ich lasse meinen Studenten komplette Freiheit. Jeder kann machen, was er will. Wir geben nicht einmal ein konkretes Thema vor, sondern nur Beispiele für Strategien. In diesem Semester bearbeiten wir das Thema ‚Mode und Kunst‘. Wir untersuchen z.B., was einen Paul McCarthy oder einen Jeff Koons für die Mode interessant macht, oder schauen, wo Parallelen zwischen der Arbeit von Thomas Demand und aktuellen Designkonzepten liegen und wie man so etwas für das eigene Projekt nutzbar machen kann. Wie das dann aussieht, ist jedem selbst überlassen. Ob man eine Frauen- oder eine Männerkollektion entwickelt oder was auch immer.

Wie findest du deine Unterrichtsthemen?

Aus dem Zeitgeist heraus und auch immer in Reaktion auf das, was die Studierenden aktuell interessiert. Wir hatten letztes Jahr z.B. ‚Sex Sells‘, weil ich immer so überrascht war, dass bei den Studierendenprojekten nie etwas richtig sexy war. Die Frau ist bei denen immer nur so eine Wand, ein sexloses Wesen. Das genaue Gegenteil gilt für die Industrie, wo immer alles ganz sexy sein muss. Banken sind sexy, Versicherungsunternehmen sind sexy, und da dachte ich, hey Leute, macht doch bitte auch mal etwas, das sexy ist. Dasselbe mit dem Thema ‚Animal Prints‘. In jeder Kollektion da draußen sind Animal Prints, und die Studenten machen immer nur Kreise und Vierecke. Ich versuche, durch meine Themen an Tabus zu rühren. Bei der Umsetzung lasse ich aber wieder höchste Freiheit. Wichtig ist die Auseinandersetzung mit einem Thema.

Für dich als Designer spielen neben kreativen Entfaltungsmöglichkeiten immer auch praktische Aspekte eine Rolle. Du möchtest in erster Linie, dass deine Sachen getragen werden. Wie kriegen deine Studenten die Kurve vom völlig freien Arbeiten hin zur Erfüllung der Anforderungen, die außerhalb der Hochschule auf sie warten?

Ich finde den Elfenbeinturm des Designs völlig langweilig. Ich habe gerne Kontakt zur Realität draußen und möchte, dass meine Mode angezogen



Art‘. For example, we look at what makes a Paul McCarthy or a Jeff Koons interesting for fashion, and look at where the parallels between the work of Thomas Demand and current design concepts lie and how the students can tap into something like that for their own projects. But what it looks like in the end is left down to the individual. Whether they develop a ladies‘ or a men’s collection, or whatever.

How do you come up with your lesson subjects?

Based on the zeitgeist and always in reaction to what the students are currently interested in. For example, last year we did ‘Sex Sells’, because I was always so surprised that nothing was ever really sexy in the students’ projects. For them the woman is always just like a wall, a sexless being, in marked contrast to the industry where everything always has to be really sexy. Banks are sexy, insurance companies are sexy, and so I thought “Hey people, please do something that’s sexy too.” The same goes for the ‘Animal Prints’ theme. There are animal prints in every collection out there, and the students always just do circles and squares. With my themes I try to touch upon taboos. But when it comes to realising these ideas I leave the students with the utmost freedom. It’s important that they deal with a subject.

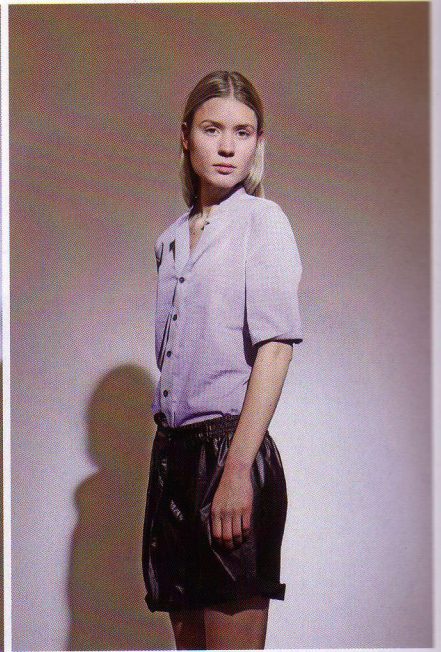
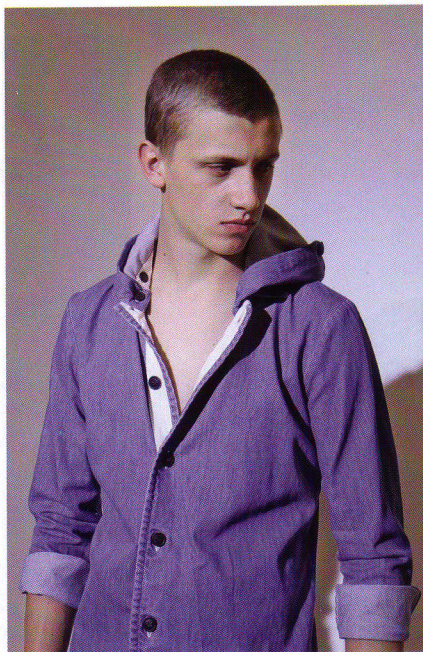
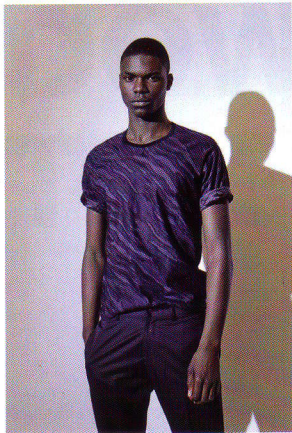
For you as a designer, as well as creative scope, practical aspects also play a role. First and foremost you want your clothes to be worn. How do your students manage to make the jump from working on their own to fulfilling the requirements that await them outside of the university?

I find the ivory tower of design really boring. I enjoy having contact to the reality out there and want my fashion to be worn. This is why it’s important to me that the students also learn how to turn their creativity into reality. In 2007 for example, we had a cooperation with Falke. In the summer semester of 2009 we worked together with Adidas and designed outfits for the 2011 summer collection. They had complete autonomy on the theme; the designs just had to match the image of Adidas. The project was then so successful that one student was poached to work intensively with them on the collection for one month. I’m not at all afraid of ready-to-wear garments, companies, reality. I find that reality is often more exciting than designer dreams.

You graduated from the Academy of Fine Arts in Antwerp in 1994. Wasn’t it easier for young designers to establish themselves back then?

When I graduated I asked Dries van Noten exactly the same question: whether it was better for him in 1980, when he graduated. During my time the Gulf War was going on, which made everything a bit more difficult. And nowadays we have the financial crisis. Plus a general fashion fatigue. Even fashion consumers are losing interest, the shops are empty and most of them prefer to buy themselves a new couch or go on holiday. Of course it’s difficult for young designers to establish themselves. On the other hand, it’s also often the case that difficult situations bring about new motivation.

Let’s move on to Berlin. For twelve years the UdK had a very eccentric lecturer with Vivienne Westwood, with whom they hoped to bring a bit of



wird. Daher ist es mir wichtig, dass die Studenten lernen, ihre Kreativität auch umzusetzen. 2007 hatten wir z.B. eine Kooperation mit Falke. Im Sommersemester 2009 haben wir mit Adidas zusammengearbeitet und Outfits für die Sommerkollektion 2011 entworfen. Das Thema war komplett frei, die Entwürfe mussten nur zum Image von Adidas passen. Das Projekt war dann so erfolgreich, dass gleich eine Studierende abgeworben wurde, um für einen Monat intensiv an der Kollektion mitzuarbeiten. Ich habe überhaupt keine Scheu vor der Konfektion, vor den Firmen, vor der Realität. Ich finde, die Realität ist oft spannender als die Designer-spinnereien.

Du hast 1994 deinen Abschluss an der Königlichen Modeschule in Antwerpen gemacht. War es zu der Zeit für junge Designer nicht noch einfacher, sich zu etablieren?

Ich habe Dries van Noten damals, als ich meinen Abschluss machte, genau die gleiche Frage gestellt: Ob es bei ihm 1980, als er seinen Abschluss machte, nicht viel besser gewesen sei. Damals bei mir gab es den Golfkrieg, der alles ein wenig schwieriger machte. Heute gibt es eben die Wirtschaftskrise. Hinzu kommt eine generelle Modemüdigkeit. Selbst Modekonsumenten haben immer weniger Lust auf Mode, die Läden sind leer und die meisten kaufen sich lieber eine neue Couch oder fahren in den Urlaub. Natürlich ist es da schwierig für junge Designer, sich zu etablieren. Auf der anderen Seite ist es aber auch oft so, dass gerade schwierige Situationen für neue Motivation sorgen.

Kommen wir einmal auf Berlin zu sprechen. Zwölf Jahre lang hatte die UdK mit Vivienne Westwood eine sehr exzentrische Dozentin, mit der man hoffte, ein bisschen große weite Modewelt nach Berlin zu holen. Was fraglos gelang. Seit 2007 ist es mit dir nicht weniger modisch geworden, aber doch sehr viel ruhiger, subtiler, unterschwelliger. Siehst du darin eine Parallele zum neu erwachten Bewusstsein Berlins als Modestadt? Dass man vielleicht nicht mehr ganz so sehr versucht, den Großen nachzueifern, sondern etwas Eigenes aus sich selbst heraus schaffen möchte?

Absolut. Nur denke ich, dass es mit einem allgemein erwachenden Bewusstsein zusammenhängt. Man besinnt sich in Deutschland wieder viel mehr auf das Deutschsein. Das hat man am Auswahlverfahren für die Westwood-Nachfolge auch deutlich sehen können. Es sollte ein Deutscher an die UdK kommen. Da wurden dann neben mir Bernhard Wilhelm, Dirk Schönberger, Lutz Hülle und Frank Leder gebeten, Probe zu unterrichten. Kostas Murkudis leitete einen Workshop, und letztlich entschied sich die Kommission, die aus Studierenden, Professoren und Mitarbeitern bestand, für mich, worauf ich sehr stolz bin. Es war auch ein sehr faires Auswahlverfahren, in dem es eben nicht darum ging, einen großen Namen ins Haus zu holen, sondern jemanden, der tatsächlich unterrichten kann.

Und warum hast du angenommen?

Ich hätte mich nie auf eine ausgeschriebene Stelle beworben. Ich habe niemals daran gedacht, Lehrer zu werden. Ehrlich gesagt habe ich es sehr gehasst, in die Schule zu gehen. Dann kam aber Valeska Schmidt-Thomsen auf mich zu, mit der ich auch in Antwerpen den Abschluss gemacht habe. Sie war danach bei Costume National, Balenciaga und

the big wide fashion world to Berlin. Which was, without a doubt, a success. Since 2007 it hasn't got any less fashionable with you, but a lot calmer, subtler, more subliminal. Do you see a parallel to the new revived appreciation of Berlin as a fashion city? That perhaps they're not trying as hard to emulate the big guys anymore, but that they now want to create something intrinsically on their own?

Absolutely. I think, though, it's to do with a certain reawakening consciousness. In Germany, people are focusing a lot more on being German again. This can be seen clearly in the selection process for the Westwood successor. It was time for a German to come to the UdK. As well as myself, Bernhard Wilhelm, Dirk Schönberger, Lutz Hülle and Frank Leder were asked to come and give a trial lesson. Kostas Murkudis led a workshop, and finally the commission, which was made up of students, professors and employees, chose me, which I'm very proud of. It was also a very fair selection process, which wasn't just about getting a big name on board, but also someone who can actually teach.

And why did you accept the role?

I would have never applied for an advertised position. I'd never thought about being a teacher. To be honest I really hated going to school. But then I was approached by Valeska Schmidt-Thomsen, who I studied with in Antwerp. She went on to work at Costume National, Balenciaga and Gucci and we always kept up to date with each other's careers and stayed in touch. Suddenly she was then at the UdK in Berlin and asked me if I fancied doing something there, too. That's when I started thinking about whether, after ten years of having my own collection, I didn't have something to teach the students too. Only in retrospect, after my trial lesson did I realise that I have plenty of knowledge packed away that I can pass on to others.

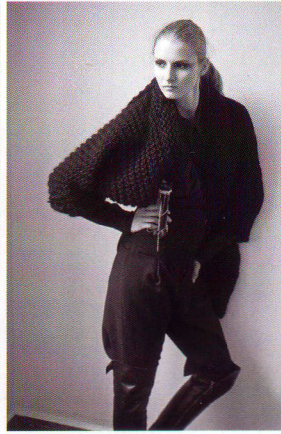
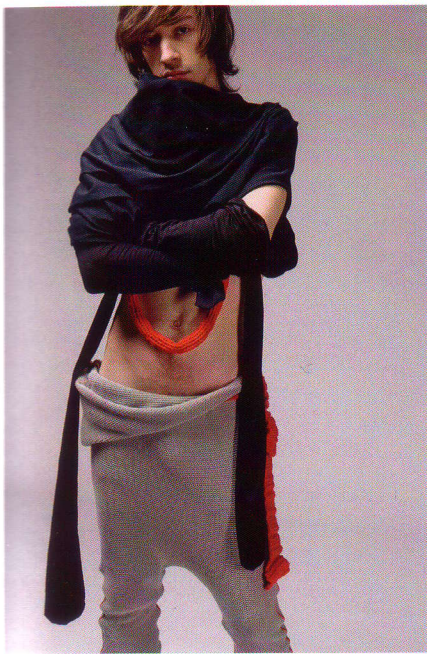
People like to put Berlin out there as the up-and-coming fashion capital. Since 2007 IMG and Mercedes-Benz have been on board. Premium is held there and since 2009 the Bread & Butter is back in Berlin. What do you make of this development?

I lived in Berlin in 1987/88, shortly after my A-Levels. The next time I came back was in 2004 and for the first time I was really speechless, because I sensed that there was so much going on here. Bread & Butter, Premium, and the buyers from Selfridges, Barneys and Bergdorf Goodman were suddenly in Berlin – all people who I'd never set eyes on in Paris. These days the hype faded away a bit. But of course Berlin remains an incredibly attractive city for fashion people, because they like authenticity and are looking for a change, and Berlin is of course perfect for this. Better than Munich, Duesseldorf, Frankfurt ...

And from an international perspective?

Berlin is damned cheap! And the really cool designers don't necessarily earn a lot of money, also internationally speaking. So of course it's nice when a city isn't bourgeois and expensive and you can also afford to go out for a meal every now and again.

But isn't that exactly why you sometimes also get distracted in Berlin?



Gucci und wir haben unsere Karrieren gegenseitig etwas beobachtet, hatten immer Kontakt. Sie war dann plötzlich an der UdK in Berlin und fragte mich, ob ich nicht auch Lust hätte, hier etwas zu machen. Da fing ich an, mir Gedanken zu machen. Aber erst in der Reflexion nach meinem Probeunterricht merkte ich: Nach zehn Jahren eigener Kollektion ist mein Rucksack gefüllt und da ist etwas, das ich weitergeben kann.

Berlin wird gerne als die kommende Modehauptstadt gefeiert. Seit 2007 sind IMG und Mercedes-Benz im Boot. Es gibt die Premium, seit 2009 ist die Bread & Butter wieder in Berlin. Wie siehst du diese Entwicklung?

Ich habe 1987/88 in Berlin gewohnt, kurz nach dem Abitur. Dann bin ich erst 2004 wiedergekommen und da hatte ich zum ersten Mal richtig Schlackern in den Beinen, weil ich gespürt habe, dass sich hier wahnsinnig viel tut. Die Bread & Butter, die Premium, und die Einkäufer von Selfridges, Barneys und Bergdorf Goodman waren auf einmal in Berlin – alles Leute, die ich in Paris nicht zu Gesicht bekommen habe. Heute hat der Hype ein wenig nachgelassen. Aber natürlich bleibt Berlin eine unheimlich attraktive Stadt für Modeleute, weil sie es gerne authentisch mögen und zugleich die Abwechslung suchen, und da ist Berlin natürlich perfekt. Besser als München, Düsseldorf, Frankfurt ...

Und aus internationaler Perspektive?

Berlin ist verdammt günstig! Und die wirklich coolen Designer verdienen ja oft nicht unbedingt viel Geld, auch international betrachtet. Da ist es natürlich angenehm, wenn eine Stadt nicht bourgeoise und teuer ist und man es sich auch mal leisten kann, Essen zu gehen.

Aber ist man in Berlin nicht gerade deshalb manchmal auch abgelenkt?

Ja, klar. Das ist auch für mich das größte Problem an Berlin. Es ist viel zu billig und viel zu schön, um hier Tag und Nacht zu ackern. Daher ist z.B. eine Stadt wie Antwerpen streng genommen für eine Karriere viel förderlicher. Weil es überhaupt nichts zu tun gibt. Man kann nicht ausgehen, es gibt nicht viel zu erleben. Es ist eine unheimlich langweilige Stadt und auch ein bisschen teuer, und da arbeitet man dann eben auch. Berlin macht es einem vielleicht manchmal zu leicht, weil man sich hier gut ein paar Jahre über Wasser halten kann, ohne wirklich etwas zu machen.

Wie bringst du deine Studenten dazu zu arbeiten?

Wir machen ihnen früh klar, dass es wahnsinnig wichtig ist, sich international zu präsentieren. Man kann national arbeiten und produzieren, muss sich aber einem internationalen Publikum vorstellen. Wir helfen auch bei der Vermittlung von Praktika. Von den kommenden Diplomanden arbeitet gerade einer bei Boudicca, ein anderer bei Raf Simons, wieder ein anderer bei Karen Walker, eine bei Victor de Souza, dem Lady Gaga ihre Outfits verdankt. Die müssen in die Welt rausgehen. Einfach nur in Berlin zu bleiben, hat keinen Sinn.

Vielen Dank für das Gespräch.

Yes, of course. And that's the biggest problem about Berlin for me. It's far too cheap and much too enjoyable to work hard day and night. That's why, strictly speaking, a city like Antwerp is a lot better for your career. Because there's absolutely nothing to do there. You can't go out, there's not much to experience. It's an incredibly boring city and also a bit too expensive, and so you get on with your work. Perhaps Berlin sometimes makes it too easy, because you can keep yourself above water here for a good few years without really doing anything.

How do you get your students working?

We make it clear to them early on that it's incredibly important to present themselves internationally. You can work and produce on a national level, but you have to introduce yourself to an international audience. We also help them to organise work experience placements. From our group of students who are about to graduate, one is currently working at Boudicca, another at Raf Simons, and another at Karen Walker, one at Victor de Souza, who Lady Gaga has to thank for her outfits. They have to go out into the big wide world. There's no sense in just staying in Berlin.

Thank you very much for talking to us.

