

# Die Kollektionen

Am 26. Februar 1988 verkündete ein kurzer Artikel in dem Modefachblatt *Women's Wear Daily*, dass Prada eine 70 Modelle umfassende Prêt-à-porter-Linie für die Herbst/Winter-Saison 1988-1989 plane, die im März in Mailand gezeigt werden sollte. »Die Linie wird von Miuccia Prada entworfen, der Designerin der Accessoires von Prada.« Zu diesem Zeitpunkt waren die unaufdringlichen funktionalen Schuhe und Handtaschen der Firma wohl bekannt, zumindest unter Insidern. Die neue Kollektion sollte »hochpreisig und klassisch sein, nur aus besten Stoffen gefertigt sein und auch Strickwaren enthalten«.

Bestimmte Stilelemente wurden von Anfang an von Prada eingesetzt. Es war Klassisches im Spiel, es gab Luxus und – nicht zu vergessen – die simple Prada-Strickjacke. Ebenso stark ins Gewicht aber fielen Anklänge an schlichte zugeknöpfte Schuluniformen sowie an den neorealistischen italienischen Film, und diesen beiden wohnte eine gewisse Wildheit inne, die die Werte anderer Topdesigner und der statusbetonten Mode im Allgemeinen unterlief.

Miuccia Prada hatte ein Jahr zuvor in einem Herrenmantel und einem feldgrauen Kleid der Schwestern Ferrari, Inhaberinnen des exklusivsten Mailänder Kindermodengeschäfts, Patrizio Bertelli geheiratet, den heutigen CEO des Unternehmens. Immer wieder würden ihre Kollektionen ihren eigenen Geschmack und ihre eigene Garderobe widerspiegeln, selbst dann, wenn sie in Kontrast dazu standen. Diese Verbindung war hier ganz deutlich zu erkennen. Rüschenfreie, von der Herrenmode inspirierte Modelle in Schwarz und Braun (Letztere ist nach Ansicht der Designerin »die am wenigsten kommerzielle Farbe« und charakteristisch für sie) wurden Seite an Seite mit leuchtend roten und pinkfarbenen Röcken und Kleidern im Stil der 50er-Jahre präsentiert. Rot und Pink sind jene ultraweiblichen und zugleich frivolen Farben, nach denen sich Miuccia Prada als Kind sehnte, die sie aber niemals tragen durfte.

Die Schuhe waren überwiegend flach und maskulin: Schuhe, in denen Frauen schnell laufen können. Auf vorgeblich bescheidene Weise wurde hier die Saat jener Paradoxe ausgestreut, die das Schaffen der Designerin von Jahr zu Jahr stärker prägen sollte.

»Seit ihrer ersten Kollektion für Herbst/Winter 1988-1989 herrscht in ihren Prêt-à-porter-Schauen häufig das Schulmädchen-Thema vor«, schrieb Ingrid Sischy 1994 im *New Yorker*. »Die Models wurden so gestylt, dass sie wie jene Mädchen aussahen, die immer Ärger machen. Jene Mädchen, die nach Ansicht ihrer Lehrer und Eltern ein wenig zu lässig sind, die mit Gitarristen schlafen, rauchen oder zu viel zeichnen, anstatt ihre Mathe-Hausaufgaben zu machen.«







Die Schlichtheit oder gar Strenge der Silhouette lenkte die Aufmerksamkeit auf die Opulenz der Verarbeitung. Dies stand im Mittelpunkt von Pradas Prêt-à-porter-Kollektionen dieser Zeit, und insbesondere denen der Herbst/Winter-Saisons: eine sehr zurückhaltende Linienführung, gepaart mit den luxuriösesten Stoffen. Jahre später würde diese Ästhetik als »stealth wealth« bezeichnet werden, als »verborgener Reichtum« oder ganz einfach als »Understatement«. Prada hatte diesen Look eingeführt, variierte ihn immer wieder neu und entwickelte ihn fortlaufend weiter. Bei dieser Kollektion beschränkten sich die Farben der glatten Seiden- und Satinstoffe und der extraweichen Woll- und Samtstoffe auf eine überwiegend neutrale, von einem intensiven Renaissance-Rot belebten Palette.

Bis lange in die 90er-Jahre hinein war ein maskuliner Stil die Uniform all jener Frauen, die eine Alternative zur verspielten französischen Mode suchten. Miuccia Prada, die ihre eigene Garderobe schon seit Langem mit Herrensachen und Schuluniformen ergänzt hatte, zählte auch auf diesem Gebiet zu den Vorreitern. Bei dieser Kollektion bekamen die maskulinen Modelle wild anmutende Ausschmückungen. So gab es Pelzpullis und fluffige Pelzkrägen an hellen Reitjacken, um nur zwei Beispiele zu nennen.

Diese Kollektion war auf eine ganz eigene Weise sehr glamourös – und gedacht für Frauen, die sich nicht anzogen, um zu beeindrucken, sondern um sich selbst zu gefallen. Manche Modelle verströmten einen Hauch von Romantik – wenn nicht sogar von Keuschheit.





