



Michel Gaubert wurde dank Karl Lagerfeld zum Soundstylisten

73 MUSIK FÜRS AUGES

Von
Jina Khayyer

Wie klingen Chanel, Dior und Céline? Der DJ Michel Gaubert weiß es – er macht die Musik für die großen Modenschauen

FOTO RYAN AGUILAR

Monsieur Gaubert, was ist ein Soundstylist?

Karl Lagerfeld hat sich das für mich ausgedacht. »Wenn es Hairstylisten gibt«, meinte Karl, »dann muss es auch Soundstylisten geben.« Ich stelle die Musik für Modenschauen zusammen.

Stehen die Soundtracks für die nächste Saison schon?

Nein. Ich mache jetzt erst mal Urlaub.

An der Côte d'Azur?

In Hollywood.

Wonach klingt wohl Hollywood gerade?

Das ist eine schwere Frage. Ich kann das gar nicht so analysieren. Nach Radio?

Können Sie einen bestimmten Sender empfehlen?

Jeden. Ich gehe immer auf den Suchlauf und drücke dann zufällig auf Stopp. Gibt ja nichts Tolleres, als in L.A. Auto zu fahren und Radio zu hören.

SUV?

Ja, klar. Wenn schon L.A., dann richtig. Ich habe ein Richard-Neutra-Haus in den Hollywood Hills gemietet, ziemlich weit oben, fast auf dem Gipfel. Tolles Haus, aber man braucht ein ziemlich starkes Auto, um die Hügel hochzukommen.

Die Schauen beginnen Anfang September in New York, dann zieht die Karawane weiter nach London, Mailand und Paris, in Ihre Heimatstadt. Wie viele

Schauen pro Saison bespielen Sie denn in diesen vier Städten?

Circa 32.

Und da fällt Ihnen für jede Marke etwas Neues ein?

Der Designer gibt die Richtung vor, und darauf baue ich dann auf und fange an, die Tracks auszusuchen.

Fangen wir mit New York an, wer sind Ihre drei wichtigsten Kunden?

Proenza Schouler. Jeremy Scott. Und ich arbeite sehr gerne mit etablierten Leuten wie Michael Kors. Ich mag Kors' Echtheit. Er ist einer der Wenigen, die authentisch sind. Es macht natürlich immer Spaß, mit jungen oder mit Underground-Designern zusammenzuarbeiten, aber sich mit der Realität zu beschäftigen ist eine größere Herausforderung.

Was genau meinen Sie mit »Realität«?

Michael Kors führt ein großes, funktionierendes Unternehmen. Der macht nicht nur Mode für die Show, er hat echte Kundinnen. Er scheut sich nicht davor, kommerziell zu sein. Ganz im Gegenteil. Die Coolen der Stadt interessieren ihn nicht, er will die Michael-Kors-Frau.

Und wie sieht die aus?

Blond, sonnengebräunt, reich und glücklich. Sie jetsettet um den Globus, ist immer glamourös, immer sexy. Und genau so soll auch der Sound für seine Show klingen.

Nach glücklichen, sonnengebräunten, sexy Blondinen?

Ja! Bei der letzten Show beispielsweise bekam ich zusätzlich die Vorgabe »Reise nach Big Sur; schick, aber Understatement«. Ich habe dann Fleetwood Mac, Bette Midler und Richie Havens miteinander kombiniert.

Inwiefern kann man den amerikanischen Sound vom europäischen unterscheiden? Nehmen wir New York und Paris als Beispiel: Welche Stadt ist Ihrer Meinung nach konservativer?

New York. In Amerika muss ja immer alles politisch korrekt sein. Die sind so prüde. Es ist leicht, die Amerikaner zu schocken. Deswegen kommen sie ja auch so gerne nach Europa. Im besten Fall ist die Pariser Mode ein Spiegel der Gegenwart. In Amerika geht es bei Mode nur um Klamotten. Junge Designer mögen dort provokant sein, aber große, etablierte Unternehmen wie Chanel würden in Amerika niemals kontrovers sein. Nirgendwo wird so provoziert wie in Paris. Und das zeigt sich natürlich auch in der Musikauswahl. In Paris kann ich Songs spielen, die ich aufgrund der Texte in New York nie durchbekommen würde. Den Amerikanern ist es sehr wichtig, was die Öffentlichkeit denkt. In Frankreich interessieren wir uns nicht für die öffentliche Meinung. In der Mode herrscht keine Demokratie. Wir machen genau das, was wir für cool halten.

Wie haben Sie Karl Lagerfeld kennengelernt?

Wir kennen uns seit Anfang der Achtziger. Wir haben uns in der Pariser Discothek Le Palace getroffen, wo ich als DJ gearbeitet habe. Dann nahm er mich zu meiner ersten Modenschau mit, Chloé. Damals war er dort Chefdesigner. Und dann fragte er mich, ob ich nicht die Musik für seine nächste Modenschau machen wolle. So hat meine Karriere als Schauen-DJ angefangen. Das sind jetzt über dreißig Jahre Freundschaft und Zusammenarbeit.

Lagerfeld ist für seinen eher monarchischen Führungsstil bekannt. Wie muss man sich Ihre Zusammenarbeit vorstellen?

Sobald er seine Kollektion entworfen hat und die Geschichte dazu kennt, zeigt er mir sein Storyboard. Karl ist ein universeller Denker, während er die Kollektion entwirft, denkt er sich die Geschichten zum Look aus und bestimmt auch gleichzeitig das Konzept der Modenschau. Als er mir vor der letzten Modenschau sagte, dass er das Grand Palais in einen Supermarkt verwandeln will, fand ich das eine super Idee, und die Musik dazu lag quasi auf der Hand. Wir wollten das Publikum wie in der Metro mit kitschiger, aber trotzdem cooler Musik berieseln.

Kitschig, aber cool: Rihanna.

Ja. Ich habe nie behauptet, dass mein Job ein Hexenwerk ist. Wobei ich einen alten Rihanna-Song genommen habe, *SOS*. Ich finde, das ist einer ihrer besten Songs. Und dann habe ich noch ein bisschen François de Roubaix und Carl Craig dazugemixt.

Und wie verkaufen Sie Karl dann Ihren Soundtrack-Vorschlag? Sitzen Sie beide zusammen, und

Michel Gaubert,

55, ist in Paris geboren und aufgewachsen. Er arbeitete Anfang der achtziger Jahre in dem damals legendären Plattenladen Givaudan und war später DJ in der Discothek Le Palace

Sie spielen ihm Ihre Playlist vor und wippen beide mit dem Fuß im Takt?

So ungefähr. Ich schicke ihm nie Sachen digital. Es macht ja viel zu viel Spaß, mit Karl Zeit zu verbringen. Er ist sehr intensiv und gibt keine Ruhe, bis wir genau richtig liegen.

In Paris stellen Sie auch Musik für Christian Dior, Louis Vuitton und Céline zusammen. Das sind alles Chanel-Konkurrenten. Niemand sonst in der gesamten Modebranche geht so selbstverständlich in den größten Modehäusern ein und aus wie Sie. Wie haben Sie das geschafft?

Alle meine geschäftlichen Beziehungen beruhen auf langjährigen Freundschaften. Nicolas Ghesquière kenne ich seit 1998. Ich habe alle Balenciaga-Modenschauen mit ihm zusammen bespielt, da habe ich mich natürlich gefreut, dass er mich jetzt auch für Louis Vuitton gebucht hat. Ich bin nicht günstig, aber wenn ich an einen Designer glaube und er nicht viel Budget hat, unterstütze ich ihn. So fing beispielsweise meine Freundschaft mit Raf Simons an. Erst habe ich für seine Marke die Musik gemacht, als er dann Creative Director von Jil Sander wurde, habe ich auch für Jil Sander die Musik gemacht. Und heute ist Raf eben bei Dior.

Aber ringt nicht jede Marke um ihre eigene Identität? Und spielt da die Musik nicht eine wichtige Rolle?

Ich überschätze mich nicht. Ich glaube nicht, dass meine Arbeit so spezifisch ist. Jeder Designer hat ja sein eigenes Universum. Ich helfe ihm nur dabei, die Musik für sein Universum zu finden.

Wie klingt Dior im Herbst 2014?

Nach Sonic Youth.

Und Céline?

Phoebe Philo benutzt gerne einen einzigen Song für das gesamte Defilee und verlangt aber, dass er bis zur Unkenntlichkeit abstrahiert wird. Für die letzte Show habe ich alte Groove-Platten aus den Siebzigern zusammengesucht, und als wir uns auf den richtigen Track geeinigt hatten, habe ich ihn so lange bearbeitet, bis er nach etwas Neuem klang.

Gibt es eine Parallele zwischen Hochzeits-DJs und Modenschau-DJs?

Ja, absolut. Weder die Hochzeit noch eine Modenschau sind Musikveranstaltungen. Was gespielt wird, muss jeden ansprechen.

Welchen Tipp haben Sie für Hochzeits- oder Modenschau-DJs?

Das Entscheidende bei einem DJ ist sein Ego. Ein großartiger DJ hat kein Ego. Er spielt, um sein Publikum zu befriedigen. Ich möchte, dass mein Publikum gute Laune hat.

Wo ist Musik unpassend?

In Amerika läuft in jedem Restaurant, in jedem Hotel ständig Musik. Wenn Musik gespielt wird, nur um andere Geräusche zu übertönen oder – was ich noch viel schlimmer finde – die Stille auszufüllen, das mag ich nicht. Musik muss etwas bedeuten.

Ihr Lieblingslied zurzeit?

Ah, das ist eine einfache Frage: *Octogum* von Air. Ist ein neuer Track vom neuen Album, *Music for Museum*. Super Track, super Album. Er erinnert mich ein bisschen an Giorgio Moroders Soundtrack zu *American Gigolo*. Den werde ich sicherlich bei einer der Schauen jetzt im September spielen.