

Wolfgang Joop: „In meiner Seele sind zu viele Puppen“

Der Mann ohne Ausrufezeichen

Deutschlands erfolgreichster Modemacher will seinen Geschäften und seinem Leben einen neuen Trend geben – notfalls auch gleich einen Gegentrend

Von Axel Hacke
 Monaco, im November – Er sitzt am Fenster, immer sitzt er am Fenster. Abends hat er einen Tisch bestellt. *Viel Rampoldi*, mitten in Monte Carlo, einen Tisch am Fenster. Als wir uns setzen, sagt jemand: „Schau, Hubert de Givency!“ Draußen, vor dem Fenster, steigt wirklich der alte Hubert de Givency wie ein Koller-Royce, und wir gucken wie die Kinder. Am Fenster sei der beste Platz, sagt Wolfgang Joop. Im Sommer seien hier die Fenster offen, und man sitze beihe draußen. Jetzt ist es kühl, die Scheiben sind zu, es ist trotzdem schön. Einmal trafen wir uns in Berlin, in der *Paris Bar*. Da saß er auch am Fenster und gleich neben der Tür obendrein. Wir redeten und redeten, dann sprang er auf und rief: „Otto!“ Gerade war Otto Sander, der Schauspieler, vorbeigegangen und hatte ihn übersehen.

Er hat sein Gesicht so oft in Kameras gehalten, sein Lächeln so oft in den Wind gehängt, daß es die meisten kennen. So ist er, neben Karl Lagerfeld und Jil Sander, zu Deutschland der wichtigste Modedesigner geworden, zum kommerziell erfolgreichsten obendrein. So ist es gekommen, daß es jeder Parfümerie an jeder Ecke „Joop“ ruft. So ist er reich geworden, Besitzer von schicken Penthouses in New York und Monaco, Mitinhaber einer Firma, die bald eine halbe Milliarde Mark pro Jahr umsetzen wird. Und so ist es gekommen, daß ihm jemand einmal vor seinem linken Ohr flüsternd sagte: „Ich habe dich gestern im Fernsehen gesehen. Heute siehst du aber Scheiße aus.“

Feueral im Gesicht

Er ist gerade 53 geworden. Man sagt über ihn in der Branche, die von einem dichten Gewebe aus übler Nachrede durchzogen ist, er habe sich helfen lassen. Er sagt, man werde nicht schön durch Lügen, aber er hätte gern ein paar Falten weniger, und das Gesicht, das er morgens im Spiegel sehe, mache ihm keine Freude. Dann deutet er auf die lange Nase vor seinem linken Ohr und fragt: „Ob jemand glaube, daß er zum Metzger gehen würde fürs Lifting? Er habe ein Feueral im Gesicht gehabt, ererbte vom Vater. Mit 16 habe man es weggesägt. Heute ist die Narbe unter dem rechten Auge röhre von einem Unfall in den sechziger Jahren.“

Man sagt, auch in der Branche, daß er Drogen nehme. Er werde wütend, wenn er das höre, sagt er, ohne sichtbar wütend zu werden. Ob er rauche oder Drogen nehme, sei Privatsache. Dann redet er über Kokain: daß es die Leute steif mache, ihnen Geschmeidigkeit nehme, ihre Kinnbewegungen auslösche. Daß es nicht die Kreativität steigere. Daß es nie nehmen würde vor einem Interview. Irgendwann sagt er: „Natürlich habe ich es probiert. Was die Leute sagen, stimmt immer.“ Er lacht. „Ich war, was die Leute über mich sagen: *a shadow*, ausgebrannt, fertig.“ Und auch: „Das Leben ist mit entglitten.“ Er strahlt seit Jahren glücklich mit seinem Partner bei Joop, dem Geschäftsmann Herbert Frommen. Dieser Frommen, ein Mann von bald 60 Jahren, gilt als jener, der die Marke Joop machte, was sie ist, sie strukturierte, die eine Parfum-Marke entwickelte, die in Deutschland eine der führenden ist. Der also Wolfgang Joop Geld brachte. Joop vertritt an 18 Marken, hat ein Unternehmen, die gestatten, unter dem Markennamen Kleidung, Parfums, Brillen, Schuhe und dergleichen zu fertigen. Joop sagt, er sei in diesen Verträgen nur Berater, und wenn eine Firma seinen Rat nicht annehme, sei es deren Sache. Daß es sich um seinen Namen handele, sei ignoriert worden. Man habe so getan, „als handele es um eine fremde Puppe“. Man könne im Obenbereich unheimbar unter dem gleichen Label vermarktet, Jeans für 270 Mark und preisgünstige Wäsche.

Er hat sich untergeordnet. Er hat geduldet, daß man ihn behauptet, daß sein Atelier in Hamburg schloß. Er war, folgt man seinen Klagen, oft nicht viel mehr als der opulent bezahlte Angestellte einer Firma, die seinen Namen trägt, einer, die sie repräsentiert. Er hat sich gefragt wurde: „Ich war unfriedlich und verwöhnt“, sich „Ich eskapierete, ich haute ab, ich habe mich betrunken, ich wollte dir nicht sein.“ Der Wendepunkt kam, als Frommen mit dem US-Konzern Estée Lauder eine neue Parfum-Firma namens *Palladio* gründete, unter der Wiesbaden Adresse von Joop residiert ließ und, wie Joop behauptet, sogar mit Joop Geld finanzierte. Da ging Joop gegen Frommen vor Gericht.

Seitdem wird er sich von ihm trennen. Wolfgang Joop sagt: „Was es unter Joop gibt, ist nicht mehr Joop.“ Er präsentierte die Firma in dieser Form nicht mehr. Man sei „pampig, frech, ignorant“ in ihm gewesen. „Ich war das kalte Buffet, an dem man sich bediente, rülpsste und ging.“ Seine Haare stehen mehr zu Berge als ohnehin, er schreit: „Die Marke, die Marke – leckt mich mit der Marke! Dann verläßt Wolfgang eben die Marke Joop.“ Er ist nun 53, aber vor ihm liegt es, daß er in solchen Momenten wirkt wie ein Kind, ein wütendes Kind? Woran liegt es überhaupt, daß der beherrschende Eindruck von ihm der eines Kindes ist? Dieses lauten, gefaltschichten, prahlerischen, etlichen, unsicheren Kindes? Wie kommt es, daß man gleichzeitig gebannt ist von ihm, auf rätselhafte Weise fasziniert? daß man ihn mag? Und die genauer Selbstbeobachtung, daß man von ihm gemocht werden möchte?

Wolfgang Joop ist in Potsdam geboren, im November 1944, auf einem Bauernhof nur ein paar Kilometer entfernt von Schön Salsch. Sein Vater, ein Soldat und kehrte, als Wolfgang acht Jahre alt war, aus der Gefangenschaft zu-

rück. Bis dahin lebte der Junge mit der Mutter, zwei Tanten, den Großeltern, Waschfrauen, Büglerinnen, Haushaltsfrauen auf dem Hof, vorwiegend unter Frauen. Von den Männern, sagt er, habe es immer geheißen, sie seien gefallen, sagt er, „alle waren immer gefallen.“ Er war ein kleiner Junge unter Frauen, ein ammutiger, witziger, phantasierender Junge, bewundert. Es gab viele solcher Jungen, im Krieg geboren, Trost und Stütze verunsicherter, verängstigter Mütter, die auf Einführung ihrer Kinder angewiesen waren – mit der Folge, daß diese

mer Hof. Einmal zeigte Wolfgang Joop uns dort im Wohnzimmer ein Blumen-Stilleben, das er vor vielen Jahren für seinen Vater gemalt hatte. Jener Vater saß nun zufällig in der Ecke gegenüber, ein sorgfältig gekleideter Herr. Er erhob sich, als wir herinkamen. Der Sohn stellte den Besucher vor und eilte sofort wieder mit ihm aus dem Zimmer. Der alte Mann blieb zurück, wortlos.

Wolfgang Joop redet ohne Zartgefühl vom Vater, schildert einen in lächelnden Mann, der Leistung verlangte und sie nie belohnte. Aber verdankt der Sohn

der Sportlehrer zum fünftenmal Hilfe-stellung hat, dann wußte ich, das Berufung war sexuell, ohne daß ich damit etwas habe anfangen können.“ Da habe ihn unsicher gemacht, und diese Unsicherheit habe er hinter Eitelkeit verborgen. Es gibt ein Foto von ihm, das Robert Mapplethorpe in den achtziger Jahren machte. Es wurde nie veröffentlicht. Joop hat es gekauft und in seinem Ankleidezimmer in Monte Carlo aufgehängt. Es zeigt ein Foto eines jungen Mannes mit mißträglichem, fast ängstlichem Blick. Er habe vorher drei Züge Hasch-

rauchen müssen, der Photograph habe es verlangt, sagt Joop. Das sei er wütend geworden und so zitterig, daß er hinterher eine halbe Flasche Rom getrunken habe, um sich zu beruhigen. Oft, wenn sie ihrem Ex-Mann im Fernsehen zuschaut, sagt Karin Joop-Metz, „sieh ich dieses verunsicherte Kind.“

Joops Karriere begann, als er zusammen mit seiner Frau 1979 einen Mode-wettbewerb gewann, ausgeschrieben von der Glanzstoff AG und der Constanze. Sofort danach bekam er einen Job als Entwurfer für ein Hamburger Label namens *New Mode*. Sofort erhielt er Auf-trag als Designer. Sofort reiste er nach Rom und Paris. Sie habe dergleichen nie vorher und nie danach erlebt, sagt seine damalige Kollegin Anne Volk, heute Chefredakteurin der *Bright*. Schon in Rom habe ihm die Szene, Männer wie Frauen, zu Füßen gelegen. In Paris sei er nicht angekommen gewesen, da standen schon Rosen im Hotelzimmer.

Er selbst erzählt, er sei damals von dem Modeschöpfer Valentino in dessen römische Villa eingeladen worden. Der

rauchen müssen, der Photograph habe es verlangt, sagt Joop. Das sei er wütend geworden und so zitterig, daß er hinterher eine halbe Flasche Rom getrunken habe, um sich zu beruhigen. Oft, wenn sie ihrem Ex-Mann im Fernsehen zuschaut, sagt Karin Joop-Metz, „sieh ich dieses verunsicherte Kind.“

Joops Karriere begann, als er zusammen mit seiner Frau 1979 einen Mode-wettbewerb gewann, ausgeschrieben von der Glanzstoff AG und der Constanze. Sofort danach bekam er einen Job als Entwurfer für ein Hamburger Label namens *New Mode*. Sofort erhielt er Auf-trag als Designer. Sofort reiste er nach Rom und Paris. Sie habe dergleichen nie vorher und nie danach erlebt, sagt seine damalige Kollegin Anne Volk, heute Chefredakteurin der *Bright*. Schon in Rom habe ihm die Szene, Männer wie Frauen, zu Füßen gelegen. In Paris sei er nicht angekommen gewesen, da standen schon Rosen im Hotelzimmer.

Er selbst erzählt, er sei damals von dem Modeschöpfer Valentino in dessen römische Villa eingeladen worden. Der

strennmal mit einem Mann geschlafen. „Ich war nie so stolz, ich muß nicht ins Torzu aufreißern, immer noch einen und noch einen, Schwänze, Titten zählen.“

Was ist ein Modemacher? Jemand, der Mode macht? Gut, aber wie macht man Mode? Wolfgang Joop sagt, Mode sei für ihn nicht Kleidung, Mode sei Verhalten, Mode sei, ob man ein Handy habe oder nicht, ob man Kondome benutze oder nicht. Wenn das so ist, dann will ein Modemacher unser Verhalten prägen. Wie kann er das? Er muß unsere Bedürfnisse spüren, muß sie lange vor uns ahnen. Wie kann er das? Er muß sich in uns hinein-versetzen, muß uns besser kennen als sich selbst, braucht das große Einfühlungsvermögen eines Kindes. Was bekommt er dafür? Er bekommt Zuwendung vieler, eine Zuwendung, die er vielleicht gegen eine Prostituierte, die schliefen in Haut, die er entworfen hat, die sein Zeichen trägt. So viele verstauben sich mit seinem Duft. So viele steigen in seine Schuhe.

So hat Wolfgang Joop in der Modewelt sein Potsdam gefunden – aber auch den

schwarzer Senegalese genauso sein wie ein hellhäutiger Marokkaner“, sagt Kriminaloberärztin Petra Sandles, im bayerischen Innenministerium zuständig für Verbrechensbekämpfung. Auch wenn der Zeuge einen hellhäutigen, blonden Typus als möglichen Täter beschreibt, ein „Nordlicht“, heißt das nicht, daß ihm der Fahndungscomputer nun solche Verdächtige präsentiert. Denn im neuen Personenbeschreibungsbogen kommt auch das Begriffspaar „nordländisch/mittel-europäisch“ nicht mehr vor. Nur „europäisch“ gibt es da noch. Darunter fällt dann aber der Sizilianer genauso wie der Ostfriesen. „Statt 99 Verdächtige spürt

der Computer 999 Bilder aus“, sagt Sandles. „Da schaltet ein Zeuge doch ab.“ Begonnen hatte alles mit einem Brief des Amtes für Jugendberufshilfe der evangelischen Kirche von Westfalen. Das hatte im September 1995 moniert, die Polizei verwende in ihren internen Fahndungs-kriterien „Begrifflichkeiten, die der nationalsozialistischen Rassenlehre entsprechen und der rassistischen Stereotypenbildung dienen“. Das „Institut für Migration und Rassismuskritik“ fand auch den Begriff „südlich/östlich“ verwerflich: Er könne „Assoziationen an Mafia, Messertäter und dergleichen wecken“. Seither wurden die Fahndungsbogen ge-

ändert. „Die Polizei muß sich jetzt nicht mehr ans Bein binden lassen, daß sie sich womöglich rassistisch oder frauenfeindlich äußert“, sagt Gert-Uwe Mende vom hessischen Innenministerium. Diesmal ärgern sich aber nicht nur die Bayern. Einstimmig haben sich die Chefs aller Landes kriminalämter gegen eine Streichung der Begriffe ausgesprochen. „Aus Sicht der Fahndung sind diese Begriffe weiter notwendig“, sagt Michael Kürner, in Baden-Württemberg zuständig für die „Zielfahndung“. Sie haben etwa eine Anzeige wegen Beischlafverstoß gegen eine Prostituierte, der Zeuge gibt als Besonderes Merkmal „vollbusig“ an. Dann fallen aus dem Computer nicht 1000 Bilder raus, sondern nur 30. „Je mehr Bilder ein Zeuge zudem vorgelegt bekommt, desto mehr Unschuldige sieht er – ein Problem, das den Datenschutz berührt. Jeden Monat werden nach Auskunft des Bundeskriminalamtes bundesweit mehr als 30 000 Menschen erkennungsdienstlich behandelt. Ein Meer von Computer-Daten und Bildern, das die Polizei mit klaren Kriterien erst überschaubar macht.“

In Waldemar Gipp's Kartei etwa sind 68 627 männliche Verdächtige, aber nur 180 von ihnen sind nur 30 Jahre alt, schwarzhaarig, etwa 180 Zentimeter groß und tragen einen „slawischen“ oder „südlich/östlichen“ Eindruck – eben genau der Typ, den die Sekretärin als Eindringling in ihr Büro beschrieben hatte. „Übrigens scheint sogar „vollbusig“ ein sehr häufiges Merkmal zu sein“, sagt er. Von den 8925 weiblichen Münchner Tatverdächtigen haben gerade 208 eine entsprechende Oberweite.

Vater, Frommen eben. Er sagt, er habe sich unterworfen. Warum? Jener, obwohl verständnislos, führte vagabundierende Energie zum Ziel. Joop war nie Rebell, auch als Student nicht, war nur, wie er sagt, „der Che Guevara der Drogen“. Nun, mit 53, wird er sich befreien. Er sagt, er sei dankbar für alles, was er bekommen habe, aber befreie sich jetzt von jemand, der ihm mißbraucht habe. Ist das alles? Wehr sich da nicht einer gegen die schlimmste Krankheit, die ihm widerfahren würde, daß es Joop ohne Joop geben könnte? Daß jene, die seine Produkte kaufen, nicht den Menschen dahinter wollen, sondern ein Produkt und sein künstlich produziertertes Image, so wie hinter dem Mann mit seiner Quatscherei, meinen Apartments, meinem Gesicht.“

Er will, daß Frommen aus der Firma ausscheidet. Joop gehören an Joop! 40 Prozent der Rest ist verteilt auf drei Partner und dessen Familie sowie weitere Anteilseigner. Wolfgang Joop dringt auf den Verkauf, und er weiß nur einen, mit dem er zusammenarbeiten möchte: Peter Littmann, früherer Vorstandsvorsitzender bei Boss, heute Chef der Hamburger Aktiengesellschaft Wünsche. Kaufe der nicht Frommens Anteil, sondern jemand anders, sagt Joop, werde er selbst mit seinem Prozent trennen – indes nur für hohes Schmerzensgeld. Littmann will aus Wünsche einen Lifestyle-Konzern machen, er braucht dazu einen zugkräftigen Designer, er verhandelt über den Kauf der Joop-Antelle. Er sagt, Joop sei für ihn einer der interessantesten denkbaren Partner, eine Marke, die er viel mehr als bisher international vermarktet würde. In den USA und in Asien sei Joop der Aufstieg zum bekanntesten Namen nicht gelungen, aber möglich. Und er sagt, er brauche dazu Wolfgang Joop, den Mann, der ein Gespür für seine Zeit habe, der dies in Produkte umsetzen könne, der diese Produkte den Leuten erklären könne.

„Pommersche Schönheit“

„Ich will ein Comeback“, sagt Wolfgang Joop. Vor Wochen hat er in London Fotos für eine Kampagne mit Claudia Schiffer gemacht. Er legt sie auf den Tisch, ungewöhnliche Bilder, auf denen man sie kaum erkennt: fast ohne Make-up, die Haare glatt, das Gesicht blaß, wie ein junges Mädchen. Er begreift sich: „Siehst sie nicht ethnisch aus? Eine weiße schwarze? Eine pommersche Schönheit!“ Claudia Schiffer sei, ruft er, eine berühmte Leiche“ gewesen, seit Lagerfeld sie verließ. Kein Photograph, der auf sie nicht, bis sie ablichten wollen. Der Junge, von ihm engagierte Lichtbildner habe sie ironisieren wollen, mit Kukkuckshuren und derlei Kokolores. Das habe er ihm ausgetrieben „unter Tränen“. Sie jetzt so zu photographieren, „das ist Avantgarde!“ ruft er. „Es ist das größte und modernste Statement, das je gemacht wurde.“ Er sei hart und gemein gegenwärtig, aber nicht gewußt, was er wollte. Er sei erwachsen.

Er leistet seine Arbeit an der Oberfläche. Zur Zeit sagt er eine neue Klasse voraus („Der große Schock!“), verlangt Rückmeldung, eine Distanz, Benehmen, Erziehung. Er steht in seiner Küche, ganz in Blau, die Hode von Comme des Garçons, das Hemd von Yamamoto, die Gummirollen von Weißlicht. „Ich bin ein bisschen wie ein Strick von Ballantyne gewickelt wie einen Schal, weist auf die Wände der gerade renovierten Wohnung und ruft, er wolle alles weiß machen. „Ich will nicht mehr so viel.“ Er ist heute so und morgen anders, sagt nachmittags, er wolle zu sich selbst finden, erklärt abends: „Ich bin der Typ und der Genotyp. Ich habe immer den Gegenpol.“

Er ist, am selben Tag, nacheinander: kreischende Tunte; warmerziger, ruhiger, von Schuldgefühlen geplagter, geschiedener Vater zweier Töchter, obszön in einem Armchair, ein abgesehensten Witzen nicht zurückschreckt und über einen Diabetikerkrankung, man wisse ja, wie es bei Zuckerkrankheit sei mit dem Sex. „Ich stehe auf dem Schrittnur noch ein Staubtuch“, kalkulierender Geschäftsmann; maßloses Kind, das ruft: „Ich bin der einzige deutsche Popstar“; über die Zeitrends philosophierender. In der Welt der Joop, seinen eigenen Spiegel-Artikel wie ein stolzer Schüler schwenkender Junge; Mann vom Land mit bodenständigen Ansichten.

Irgendwann sprechen wir ihn darauf an, daß er einmal gesagt habe, sein Schicksal sei dem einer Nette nicht fern. Ist es nicht so, daß man Nutzen nicht küssen darf? Daß es Stellen ihres Körpers gibt, die niemand berühren darf, außer der, den sie lieben? Wo sind bei ihm diese Stellen? Wo ist der wahre Joop? Er sagt, ein bibelchen achtet, wie er oft redet: „Ist das wichtig? Es ist nicht wichtig. Er habe eine Nette, die sich an den Kont, frage nicht nach Liebe. Und küß mich nicht, denn küssen tut sehr. Ich bin feige, bin nicht müde, nicht tollkühn. Ich glaube, daß alle diese Rennfahrer und Fallschirmspringer feige sind. Weil Sie wollen nicht geküßt werden.“ Er sagt: „Ich wußte nie, wer ich bin. Ich weiß es bis heute nicht. Ich will es auch nicht wissen. Es ist wahrscheinlich so billig, so simpel.“ Er sagt: „Wer ist Joop? So mich immer kennen? Joop ist zweifellos. Ich kenne mich nicht. In meiner Seele sind zu viele Puppen.“

Sagen wir nicht, daß der Modemacher seinen Menschen seine Einführung und sein Verständnis gibt, wie der kleine Junge in Potsdam seine Einführung und sein Verständnis gab? Und wenn er nichts machte, was er nicht bekommt, er nichts mehr, nicht wahr? Dann ist da Leere und Einsamkeit.

Spät bei Rampoldi hat er plötzlich gesagt: „Ich bin doch liebenswert, oder?“ Er hätte eine falsche Antwort gegeben, denn sein Kinn zittert. Er ermurmerte eine Entschuldigung, startete lange zur Seite und wuschte sich knapp die Augen.

„ICH BIN DER EINZIGE deutsche Popstar“: Wolfgang Joop vor einem von ihm in Auftrag gegebenen Bild in Hamburg.



Photo: Regina Schmeken

Ostfriesen sind wie Sizilianer

Die neuen, politisch korrekten Personenbeschreibungen der Polizei erschweren die Fahndung nach Straftätern

Von Annette Ramelsberger
 München, 18. November – Die junge Frau erinnert sich genau. Der Mann, der da in ihrem Büro stand, war als drei- bis vierzigjährig, schlank. Seine Augen waren dunkel, mehr braun als grün, und der Teint spielte ins Bräunlich-Olive. Knapp zwei Minuten hat die Münchner Sekretärin den Eindringling gesehen, erst vom Gang aus, dann, als sie ihn ansprach, was er an ihrem Schreibtisch zu suchen habe. Was für ein Typ der Verdächtige denn gewesen sei, fragt Hauptkommissar Waldemar Gipp die Zeugin. „Nicht türkisch, nicht griechisch“, tastet sich die Frau voran. „Eher so in die osteuropäische Richtung.“ Folgerichtig tippt Kommissar Gipp in seinen Fahndungscomputer das Wort „slawisch“, ein, dazu noch den Begriff „südlich“. Der Computer spuckt 180 Bilder aus – allein von Tatverdächtigen in München.

Was Gipp da tut, ist offenbar in hohem Maße verächtlich. Ausländer zu diskriminieren. Polizeibeamte in Hessen oder Berlin, Hamburg oder Sachsen müssen auf Begriffe wie „slawisch“, „südlich“, „negroid“ und „orientalisch“ demnach verzichten. Auch die Adjektive „vollbusig“, „flächbrüstig“ und „schwachlich“ sind tabu, weil sie als frauenfeindlich oder abwertend aufgefaßt werden könnten. Darauf haben sich alle Bundesländer außer Bayern geeinigt.

schwarzer Senegalese genauso sein wie ein hellhäutiger Marokkaner“, sagt Kriminaloberärztin Petra Sandles, im bayerischen Innenministerium zuständig für Verbrechensbekämpfung. Auch wenn der Zeuge einen hellhäutigen, blonden Typus als möglichen Täter beschreibt, ein „Nordlicht“, heißt das nicht, daß ihm der Fahndungscomputer nun solche Verdächtige präsentiert. Denn im neuen Personenbeschreibungsbogen kommt auch das Begriffspaar „nordländisch/mittel-europäisch“ nicht mehr vor. Nur „europäisch“ gibt es da noch. Darunter fällt dann aber der Sizilianer genauso wie der Ostfriesen. „Statt 99 Verdächtige spürt



„DA SCHALTET ein Zeuge doch ab“: Weil die neuen Fahndungsraster grober sind, zeigt der Polizeicomputer automatisch mehr Verdächtige. Heddergott/SZ