

N° 5 OKTOBER/NOVEMBER 2019
DAS SCHWEIZER MAGAZIN
FÜR MODE UND KULTUR CHF 3.00

BOLERO



Was ist eine Umarmung?
Sie ist ein Raum.

DENIM Jeans ist ein Grundstein von Khaïtes Garderobe und ab Fr. 350,- zu haben.



MODE

Mit einem simplen Konzept ist das junge Label Khaïte im Begriff, die neue Stimme der amerikanischen Mode zu werden.

BORN IN THE U.S.A.

Text LAURA CATRINA

Man würde in den heutigen Zeiten niemandem raten, ein Modelabel zu gründen. Die Konkurrenz ist riesig und finanziell potent (Konzerne wie Kering oder LVMH besitzen einen Grossteil der Luxusmarken), der Markt ist übersättigt, die Käuferschaft anspruchsvoll, verwöhnt und will konstant mit dem Neuesten versorgt werden.

Cate Holstein hat den Schritt trotzdem gewagt. Mit ihrem vor drei Jahren gegründeten Brand Khaïte ist es der 35-jährigen Amerikanerin in kürzester Zeit gelungen, sich in der hart umkämpften Branche zu etablieren. Und das, obwohl ihr Konzept simpel ist: Holstein designt zeitlose Basics; essenzielle Stücke einer Garderobe, die frau im Alltag braucht. Bei Khaïte findet man die perfekte Jeans, den kuschligen Kaschmirpullover, die butterweiche Lederjacke, das vielseitige Kleid; Stücke, die man Tag für Tag ohne nachzudenken überwerfen kann und in denen man mühelos chic aussieht.

Erfährt man, mit welchem Know-how Cate Holstein den Aufbau ihrer Marke angegangen ist, überrascht ihr Erfolg wenig. Geboren in New York, aufgewachsen in Südkalifornien und London, zieht sie als junge Frau zurück in den Big Apple, um an der Parsons School of Design Mode zu studieren. Mit 23, noch während des Studiums, gründet sie ihr erstes Label Catherine Holstein. Nach ein paar erfolgreichen Jahren – sie verkaufte bei Barneys New York und Selfridges in London –, entscheidet sie sich 2008 im Zuge der Finanzkrise, es einzustellen. Danach arbeitet sie als Designerin für grosse US-Firmen wie Gap, Vera Wang oder The Elder Statesman, wo sie auch die geschäftliche Seite der Industrie

kennenlernt. Nach einer Weile hat sie wieder Lust auf etwas Eigenes. «Ich spürte ein Bedürfnis nach einer neuen Sicht auf amerikanische Mode. Es gab kein Label meiner Generation, das in der Classic American Sportswear verwurzelt war. Die Geschichte der Mode unseres Landes hat so viel zu bieten»,

erzählt Holstein im Podcast «Fashion No Filter». Calvin Klein, Ralph Lauren und Donna Karan sind ihre Vorbilder; Designer, welche die amerikanische Mode in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts geprägt haben. Zusammen mit Assembled Brands, einem jungen Start-up-Unternehmen, das Modelabels beim Aufbau finanziell, mit einem Netzwerk und Know-how unterstützt, lanciert Holstein im Herbst 2016 Khaïte. Der Name, der sich wie ihr Vorname ausspricht, stammt aus dem Altgriechischen und bedeutet: sein langes Haar fliegen lassen, sich wohlfühlen.



ACCES-
SOIRES
Erst-
mals gibt
es Taschen
und
Schuhe. Die
Envelope Pleat
Clutch ist
in Glatt- oder
Wildleder er-
hältlich.
Ab Fr. 1170,-.



ALLES-KÖNNER
Holsteins
Kleider
lassen sich
für Tag
wie Abend
down- oder
updressen.

Das entspannte Gefühl zieht sich auch durch die Kollektionen. Khaite ist die Antwort auf das den meisten Frauen bekannte Problem, einen Schrank voller Kleider, aber nichts anzuziehen zu haben. Unkomplizierte Jeans und Strickpullover waren Khaite's erste Produkte und sind noch heute Kernstücke der Marke. Diese Saison hat Holstein ihre Entwürfe erstmals in Form einer Modenschau präsentiert. Im traumhaften Setting eines Herbstwaldes defilierten die Models in den unpräzisen Looks: Kaschmirpullover, Jeanshemden und -hosen, Gingham-Mäntel und -Blazer, Blusen und Kleider aus Baumwollpopeline, verkörpern einen diskreten Luxus. Leder ist neben Denim und Baumwollpopeline wichtigstes Material und taucht in Form von Jacken, Mänteln und Hosen auf. Westerngürtel, Blanket-Coats oder Fransenjacken

aus Wildleder addieren eine verspieltere Note. Selbst die Abendroben aus Tüll, ein neues Terrain für Holstein, verkörpern einen zeitgemässen Realismus. Oder wie die US-«Vogue» lobte: «Exakt wie eine Fashion-Show jetzt sein soll; glamourös und dramatisch und dennoch unaufdringlich.» Die Kollektion trägt den Titel The New Frontier und ist eine Ode an die Jahrhundertwende in den USA, als Frauen erstmals alleine reisten und sich die Frauenrechtsbewegung langsam formte. «Frauen brauchen eine Stimme, die ihre Stärke zelebriert. Ich denke, das hat in letzter Zeit gefehlt, besonders hier in Amerika», sagt Holstein.

Khaite's Anhängerschaft besteht aus starken, unabhängigen Frauen, darunter auch Prominenten wie den Schauspielerinnen Jennifer Lawrence, Sarah Paulson, Dakota Fanning, Katie Holmes, Laura Harrier, Emma Stone oder Ex-First-Lady Michelle Obama, die alle bereits Khaite tragend gesich-

MODE

«Kleider sind ein Gefühl — wortwörtlich. Man trägt sie direkt auf der Haut.»

CATE HOLSTEIN, Creative Director von Khaite

tet wurden – nicht nur bei öffentlichen Auftritten, sondern «off-duty», im realen Leben. Eine Erfolgsgeschichte, die umso beachtlicher ist, wenn man bedenkt, wie jung die Marke ist und im auf Showeffekte getrimmten Modezirkus die Aufmerksamkeit mit relativ Unauffälligem auf sich zieht.

Erstmals lanciert Khaite diese Saison Accessoires; eine kleine, feine Kollektion an Schuhen und Taschen, letztere unter dem Namen Luggage. Vom geräumigen Shopper bis zur kleinen Clutch, die sowohl zu Jeans und T-Shirt als auch zur Abendrobe passt, die Modelle sind pragmatisch designt, aber ultraluxuriös in ihrer Reduziertheit. Die Stiefel, in knöchel- oder kniehoher Ausführung, haben eine elegant geformte Spitze und einen kleinen Absatz, genau richtig hoch, um den Schuh unkompliziert elegant zu machen. Der finale Touch für die zeitlose Uniform moderner Frauen.

Khaite ist online auf khaite.com oder in der Boutique Tasoni in Zürich erhältlich.



CREATIVE DIRECTOR
Cate Holstein, 35, will mit
ihrer Mode kein Statement machen:
«Sobald die Kollektion
fertig ist, liegt es an den anderen,
sie zu interpretieren.»

STRICK Die Pull-
over sind aus feinstem
Kaschmir
gefertigt. Das hat
seinen Preis.
Das Modell Liz kos-
tet ca. Fr. 1500.-.

