

# Aus der Grauzone ins Rampenlicht

**Mode** Die Designer entdecken die Silver Agers – sowohl auf dem Laufsteg wie auch für ihre Kollektionen

VON SILVIA SCHAUB

Sera posiert im Samtkleid von Armani auf dem Cover des neuen Jelmoli-Magazins und stiehlt damit dem jungen Model an ihrer Seite die Show. Sera hat silbergraues Haar und sichtbare Falten. Falten um die Augen hat auch Frank, der in Tommy Hilfiger und Stetson den charmanten Grossvater in der Fotostrecke des Magazins mimt. Armani, Hilfiger und Stetson werden auch von modischen Menschen getragen, die die 60er-Marke längst überschritten haben. Trotzdem würde hier niemand von Senioren-Mode sprechen.

Die Modeindustrie entdeckt die Senioren. Endlich, möchte man sagen. Schliesslich werden wir alle nicht jünger – und modische Kleidung ist keine Frage des Alters. «Ab wann ist man denn alt?», fragt sich auch Hanny Bagdadi. Erst wenn man sich alt fühle, findet die Inhaberin von Scooter Fashion mit 10 Filialen in der ganzen Schweiz. Deshalb sind ihre Kundinnen auch alterslos. «Wir arbeiten nach Typen», erklärt die Unternehmerin. Auch wenn eine Frau über 60 sei, wolle sie noch lange nicht Senioren-Kleidung tragen. Und Senioren-Kleidung bedeutete bislang die Wahl zwischen biederer Funktionskleidung und unförmigen Kostümen in kitschigen Pastelltönen. Die Alternative? Miniröcke bei Zara, bunte Hosen bei C & A oder bauchfreie Strickpullis bei Tally Weijl.

## Ausstrahlung statt perfekter Masse

Dass diese Altersgruppe trotzdem angesprochen werden will, hat Hanny Bagdadi schon lange erkannt. Sowohl an ihren Modeschauen wie auch in ihren Prospekten setzt sie seit über 10 Jahren auch Models mit Falten und grauen Haaren ein. Das komme sehr gut an. «Es geht dabei weniger um perfekte Masse, als viel-

**«Viele Leute kleiden sich, als lägen sie bereits im Sarg.»**

Iris Apfel (91), Senioren-Model

mehr um eine interessante Ausstrahlung und entsprechende Glaubwürdigkeit.»

Auch international führt die Modebranche vor, dass ältere Menschen ein wichtiges Kundensegment sind. Der Schmuckhersteller Bulgari wirbt mit der italienischen Schauspielerin Isabella Rossellini, die auch schon 60 Jahre ist. Bei Lanvin, der französischen Luxusmarke, ist das Amateurmodel Jacque «Tajah» Murdock zu sehen, sie ist sage und schreibe 82. Und die amerikanische Modekette Ameri-



Stil kennt keine Altersgrenze: Model Carmen Dell'Orefice (81) schreitet für Marimekko an der Fashion Week in New York über den Laufsteg.

DARIO CANTATORE/GETTY IMAGES

can Apparel, wirbt mit Jacky O'Shaughnessy, einer 60-jährigen mit langen grauen Haaren. Die italienische Vogue widmete ihr kürzlich gar einen Artikel, was schon fast einem Ritterschlag gleichkommt.

Ja, sie tauchen selbst auf den Laufstegen auf – wie diese Woche an der New York Fashion Week bei Designe-

rin Norisol Ferrari und Marimekko oder unlängst bei Jean Paul Gaultier in Paris und bei Michael Michalsky in Berlin. Und wie es sich heute gehört, gibts auch einen Blog für diese Altersgruppe: [advancedstyle.blogspot.com](http://advancedstyle.blogspot.com). Der Star auf Ari Cohens Blog ist die 91-jährige Stilikone Iris Apfel, von der sich sogar junge Girls inspirieren

lassen. Die etwas schrille Dame will denn auch ihre Altersgenossen auf-rütteln und meinte in einem Interview in «Das Magazin»: «Warum sich dem Schatten zuwenden, nur weil man 60, 70, 80 ist? Viele Leute kleiden sich, als lägen sie bereits im Sarg und warteten bloss darauf, dass sich der Deckel schliesst.»

Dass die Modewerbung nun vermehrt auf ältere Models setzt und somit der «Generation Gold», den «Master Consumern» oder wie sie auch immer betitelt werden, mehr gerecht wird, ist bemerkenswert. Doch bislang konnte oder vielmehr wollte kaum jemand auch Kleider für sie entwerfen. Dass sich der schwedische Konzern H & M dieser Altersgruppe mit einer eigenen Kollektion annehmen würde, hat sich als Gerücht erwiesen. Ein Label für ältere Leute sei nicht geplant, heisst es vom Stockholmer Hauptsitz.

## Richtige Materialien und Schnitte

Die Designer in der Aarauer Zentrale von Scooter Fashion lassen diese Zielgruppe nicht unbeachtet, obwohl sie eine Herausforderung ist. Schliesslich verändert sich die Silhouette der Frau ab Mitte 40, die Taille ist nicht mehr ganz so graziös. «Mit den richtigen Materialien und Schnitten kann man dennoch schicke und moderne Mode machen, die auch figurbetont ist», weiss Hanny Bagdadi. Die Details richten es oft, auch ein sportlicher Touch bringe sofort eine Lässigkeit hinein, die nicht lächerlich wirke.

Das beweist etwa auch das deutsche Label Gerry Weber. Seine Kleider sind bekannt dafür, unauffällig, aber trotzdem modisch zu sein. Das heisst: Strickjacken mit dezenten Mustern, Blazer in den üblichen Herbstfarben, schmal geschnittene Hosen. Im Gegensatz zu anderen Modelabels traut man sich hier zu sagen, dass Menschen jenseits der 50 eine andere Mode brauchen. Auch andere Grössen, passen doch längst nicht mehr alle in eine 36. Das wiederum bedingt andere Schnitte. Übersetze man einen Schnitt auf unterschiedliche Grössen, ändern sich alle Details, vom Abnäher über das Revers bis hin zu den Taschen, lässt sich Doris Sträter von Gerry Weber in der «Süddeutschen» zitieren.

Keinen Dünkel hat da Fanny Karst, wenn es um die Zielgruppe geht. Die 27-jährige Französin, Absolventin des Central Saint Martins College in London, kreiert explizit Mode für ältere Damen. Natürlich dürfen auch junge Mädchen ihre Mode tragen, aber die Zielgruppe sind klar die über 50-jährigen. Ihre aktuelle Kollektion zeigt Röcke, Blusen und Hosenanzüge in Weiss und Marineblau mit Digitalprints, die an Ferienfotos erinnern. Auf einem Kleid steht «Let's begin with the end» oder auf einer Jacke «See you in Paris next year. Perhaps». Bewusst spielt die Designerin mit der Vergänglichkeit. Trotzdem ist ihre Mode farbenfroh und lebensbejahend. Und ein bisschen Rebellion gehört mit dazu. Schliesslich heisst ihr Label: «Old Ladies Rebellion».

## Durchblick im Paragrafen-Dschungel

Wie ist das nun mit dem Nachbarsbaum, der über die Hecke wächst? Was muss man tun, wenn man einen Kaufvertrag rückgängig machen will? Und wie läuft das, wenn der Handwerker seine Leistungen nicht erfüllt hat? Mit rechtlichen Situationen ist schon mancher konfrontiert worden. Wer sich ungerecht behandelt fühlt und zu seinem Recht kommen will, muss aber wissen, wie das Schweizer Rechtssystem funktioniert und wie er sich wehren kann. Als Laie ist es gar nicht so einfach, in dieser Paragrafen-Welt den Durchblick zu bekommen.

Der «Beobachter»-Rechtsratgeber «Rechtsfragen im Alltag» vermittelt das nötige Grundwissen zu allen wichtigen Themen: vom Recht am Arbeitsplatz über Versicherungen und Verkehr bis zu Strafrecht, Geld, Wohnen und Konsum. Einfach, klar und praxisbezogen hilft der Ratgeber

in verschiedenen Situationen, die Rechtslage zu klären, und liefert Übersetzungshilfen zu juristischen Fachbegriffen. Vor allem aber wird darin auch erklärt, wie Juristen denken und argumentieren.

### Mit Checklisten und Vorlagen

Das Beobachter-Nachschlagewerk kann dabei auf den Erfahrungsschatz der «Beobachter»-Praxisexperten zurückgreifen. Dank dem ausführlichen Stichwortverzeichnis und den nützlichen Checklisten ist es auch jedem Laien möglich, rasch und kompetent zu reagieren. In diesem Nachschlagewerk sind alle wichtigen Rechtsthemen vereint, ergänzt durch praktische Beispiele, Mustervorlagen, aktuelle Adressen und Links. (SC)

**Dominique Strebel** Rechtsfragen im Alltag. Beobachter-Buchverlag, 352 S., Fr. 38.–.

## Das Gesicht ist ein Abbild der Gene

**Studie** Bisher war nur wenig über die Gene bekannt, die unser Gesicht abbilden. Nun haben Forscher die wichtigsten fünf Gene gefunden.

VON DIRK FÖRGER

«Das Gesicht ist ein Abbild der Seele», hat einst Cicero gesagt. Dass aber auch unsere Erbanlagen eine grosse Rolle spielen, haben jetzt niederländische Wissenschaftler bestätigt. Sie fanden fünf Gene, die daran beteiligt sind, die Form unseres Gesichts zu bestimmen. Die Forscher gehen sogar davon aus, dass ihre Erkenntnisse künftig in der Forensik eingesetzt werden könnten, berichten sie im Online-Fachblatt «PLOS Genetics». Sind nämlich die genetischen Faktoren der Gesichts-Morphologie be-

kannt, liesse sich die DNA an einem Tatort dazu nutzen, ein Fahndungsbild zu erstellen. Schon jetzt ist es möglich, aus diesen Spuren die Haar- und Augenfarbe von Tätern zu rekonstruieren.

### Molekulare Vorgänge untersucht

«Dies sind faszinierende erste Resultate, die den Grundstein dafür legen, die Morphologie des menschlichen Gesichts genetisch zu verstehen», sagt Manfred Kayser vom Medizinischen Zentrum der Erasmus Universität Rotterdam. Bisher war nur wenig über die Gene bekannt, die daran beteiligt sind, wie unser Gesicht aussieht. Um mehr über die molekularen Vorgänge zu erfahren, analysierten Kayser und seine Kollegen einerseits Gesichtsformen Tausender Menschen mithilfe zweidimensionaler Porträtfotos sowie dreidimensionaler

Magnetresonanztomografie und glichen Daten mit genetischen Informationen der Probanden ab.

Dabei fielen den Forschern fünf Gene auf: PRDM16, PAX3, TP63, C5orf50 und COL17A1. Drei waren schon vorher bei Wirbeltieren mit der Entwicklung des Kopfes in Verbindung gebracht worden. Zwei Erbanlagen konnten die Genetiker als völlig neue Komponenten identifizieren.

Schon aus der Zwillingforschung war bekannt, dass die Gesichtsmorphologie eine starke genetische Komponente hat. Einige Merkmale sind dabei offensichtlich mehr von den Erbanlagen bestimmt als andere – etwa die Gesichtslänge oder die Position des Unterkiefers. Allerdings deuten die aktuellen Ergebnisse auch darauf hin, dass insgesamt sehr viele Variationen von Genen an der Gesichtsbildung beteiligt sind.