

WILLIAM MIDDLETON

**KARL
LAGERFELD**

RAJ JEST TERAZ

Przełożyła MAGDALENA KOZIEJ

MARGINESY

Paradise Now. The Extraordinary Life of Karl Lagerfeld

COPYRIGHT © 2023 BY William Middleton

COPYRIGHT © FOR THE TRANSLATION BY Magdalena Koziej

COPYRIGHT © FOR THE POLISH EDITION BY Wydawnictwo Marginesy,
Warszawa 2024

Je m'en fous de la postérité. Je m'en fous!

Je ne profiterai pas.

C'est aujourd'hui: paradise now!

Nic mnie nie obchodzą przyszłe pokolenia.
Zupełnie! Nie będę miał z nich żadnego pożytku.

Liczy się tylko dziś: raj jest teraz!

Karl Lagerfeld

(10 września 1933 – 19 lutego 2019)¹

Nigdy nie jest za późno
na nowe życie.¹

Jesienią 2004 roku Karl Lagerfeld był niesłychanie aktywny. Karl, jak nazywali go niemal wszyscy, miał wkrótce skończyć siedemdziesiąt jeden lat, a więc osiągnął wiek, w którym wielu projektantów wycofywało się z branży. Yves Saint Laurent, długo postrzegany jako jego wielki rywal, przeszedł na emeryturę dwa lata wcześniej (i zmarł w 2008 roku w wieku siedemdziesięciu jeden lat). Karl jednak aranżował właśnie wiele znaczących przedsięwzięć, co było pierwszą oznaką, że wykorzysta ostatnie piętnaście lat życia do maksimum.

Już od pięćdziesięciu lat był osobą powszechnie znaną. Urodził się i wychował w okolicach Hamburga, nastrojowego portu otwartego na świat, drugiego co do wielkości miasta w Niemczech, położonego niedaleko ujścia Łaby do Morza Północnego. Jako nastolatek za zgodą rodziców przeniósł się do Paryża, swego emocjonalnego, intelektualnego i duchowego domu. Obszar francuskiej stolicy, na którym wiódł życie, ograniczał się do kilku kilometrów kwadratowych po obu stronach Sekwany. Paryż Karla rozciągał się od Ogrodu Luksemburskiego i Place Saint-Sulpice, gdzie projektant miał swoje pierwsze mieszkania, przez Faubourg Saint-Germain, arystokratyczną dzielnicę, którą zamieszkiwał – w kolejnych, coraz to efektowniejszych apartamentach – przez kilkadziesiąt lat, ekskluzywne ulice wokół Avenue Montaigne, gdzie rozpoczął karierę, Champs-Élysées, gdzie – z widokiem na Łuk Triumfalny – wylansował własny dom mody, aż po rue Cambon, wąską uliczkę tuż za hotelem Ritz, przy której mieści się główna siedziba Chanel, historycznego domu mody, który Karl rewolucjonizował, począw-

szy od 1983 roku, po czym zamienił w międzynarodowego kolosa o rocznych obrotach ze sprzedaży wysokości jedenastu miliardów dolarów². W obrębie tego czarownego skrawka Paryża Karl osiągnął najwyższą pozycję w społecznych, finansowych i intelektualnych kręgach miasta i udało mu się zostać jedną z najbardziej niezwykłych ikon kultury ostatnich dziesięcioleci.

Na początku nowego milenium w projektanta wstąpiło nowe życie. Załatwił trudną sprawę z francuskim urzędem skarbowym, ustalając, że oficjalnie jest mieszkańcem Monako, ale zgodził się zapłacić podatki od swoich francuskich dochodów³. Przez większość lat dziewięćdziesiątych miał nadwagę, którą ukrywał pod luźnymi czarnymi garniturami sygnowanymi przez awangardowych japońskich projektantów i za wielkim wachlarzem, jednym ze swoich długoletnich atrybutów. Potem, w 2000 roku, rozpoczął radykalne odchudzanie. Mówił wszystkim, że chce schudnąć, aby móc nosić dopasowane ubrania najbardziej wziętego projektanta odzieży męskiej, Hediego Slimane'a, pracującego dla marki Christian Dior. Hedi był zresztą młodym mężczyzną, którego Karl uważał za dość atrakcyjnego. Ostatecznie Karl zrzucił czterdzieści kilogramów w ciągu trzynastu miesięcy. „Jakbym zdjął z siebie parkę z tłuszczu”, powiedział potem⁴.

W tamtych latach Karl zaczynał każdy dzień o piątej albo szóstej rano. Budził się w swoim osiemnastowiecznym apartamencie i narzucał na siebie szlafrok z białej wykrochmalonej piki. Miał rygorystyczne podejście do pracy i równie drobiazgowo podchodził do własnego wyglądu – nieraz sztafrował się rankiem aż dwie godziny⁵. Pierwszym zadaniem było związanie sięgających do ramion włosów w koński ogon, który nosił od końca lat siedemdziesiątych. „Moje falujące, niesforne włosy nie układają się dobrze, nawet gdy są krótkie – wyjaśniał. – Wyglądają jak należy, tylko gdy są zebrane do tyłu”⁶. Dopiero później, w latach dziewięćdziesiątych, podkreślał swój znak rozpoznawczy bielą, przyprószając włosy suchym szamponem. Po kilku godzinach porannego szkicowania w gabinecie przylegającym do sypialni udawał się do doskonale uporządko-

wanej garderoby, by wybrać strój dzienny. Gdy odzyskał szczupłą sylwetkę, zaczął nosić dopasowane garnitury albo kurtki z wąskimi dżinsami i białe koszule o wysokich kołnierzykach, szyte na miarę w firmie Hilditch & Key. We wrześniu 2003 roku, tuż po swoich siedemdziesiątych urodzinach, wystąpił we francuskiej telewizji w nowym wymuskany wydaniu. Prowadzący program zasugerował, że upudrowanymi włosami i wielkopańskim stylem życia Karl przywodzi na myśl człowieka z innej epoki. „Jestem zarówno prostszy, jak i nowocześniejszy – odparł. – Wolę żyć w trzecim milenium niż w wieku XVIII albo XIX, którego nie cierpię, albo w XX, który był w porządku. Wolę dziś”⁷.

Urodziny Karla 10 września wypadają w piątek. Rzadko chciał je świętować, bo jeżył się na wszystko, co zbyt mocno skupiało się na jego przeszłości. Jednak dwie przyjaciółki, Françoise Dumas, publicystka o wspaniałych koneksjach oraz organizatorka różnych wydarzeń, i Bethy Lagardère, była modelka z Brazylii i wdowa po francuskim przemysłowcu Jean-Lucu Lagardèrze, zapytały, czy Karl pozwoli im zorganizować przyjęcie urodzinowe. Zgodził się. Przystał na coś takiego po raz pierwszy, a one miały dwadzieścia cztery godziny na realizację⁸. Wydarzenie odbyło się w okazałej osiemnastowiecznej posiadłości Lagardère'a (jednym z najwspanialszych prywatnych domów w Paryżu, przy rue Barbet de Jouy, należącym obecnie do kolejnego bliskiego przyjaciela Karla, Bernarda Arnaulta). „To był wspaniały dzień, z niezwykle światłem – wspominała Lagardère. – Opróżniłyśmy salon i ustawiłyśmy długi stół na kilkanaście osób. Zależało nam na wyjątkowym efekcie, więc ustroiłyśmy pokój białymi orchideami. I zaczęłyśmy zapraszać przyjaciół Karla”⁹.

Choć przyjęcie zorganizowano pospiesznie, bez trudu zwabiono gości. Wielu rzuciło wszystko, żeby tylko się pojawić: księżniczka Karolina z Monako i Ernest August, książę Hanoweru i Brunszwiku, aktorki Jeanne Moreau i Isabelle Huppert, projektant Hedi Slimane, polityczka Roselyne Bachelot, dekorator Jacques Grange

z partnerem, właściciel galerii Pierre Passebon. Był to *dîner placé*, więc Dumas i Lagardère wzorowo rozplanowały miejsca przy stole. Tymczasem Karl przyprowadził niespodziewanego gościa. „Nie uprzedził nas, że być może przyjdzie z Amandą Harlech albo inną przyjaciółką, po czym nagle zjawił się z Yoko Ono – wspominała ze śmiechem Lagardère. – Sprawiał wrażenie zadowolonego z siebie”¹⁰.

W pokoju o ciemnych boazeriach i drzwiach wisiały osiemnastowieczne ryciny w złotych ramach, a drzwi balkonowe wychodziły na ogród. Długi stół oświetlały świece w masywnych pozłacanych świecznikach, a zdobiły białe orchidee w wielkich kryształowych misach wypełnionych świeżymi zielonymi winogronami – dzieło ulubionej paryskiej kwaciarni Karla, Lachaume. Gości obsługiwało sześciu kelnerów w białych dwurzędowych marynarkach, białych koszulach i czarnych krawatach. Po drastycznym odchudzaniu Karl bardzo uważał na to, co je. Planując urodzinową kolację, Dumas i Lagardère zwróciły się do samego Guya Savoy, uważanego za jednego z najlepszych szefów kuchni na świecie. Savoy przygotował dla Karla i jego przyjaciół wyrafinowane menu: homar z Bretanii z sałatką z bakłażanów i morskich krabów, zupa z karczochów z czarnymi trufkami, glazurowana gicz jagnięca i ziemniaki z trufkami oraz ciasto czekoladowe serwowane na ciepło, pokryte masą migdałową i kremem z cykorii. Chociaż Karl rzadko pijał alkohol, Francja to jednak Francja, więc Savoy dobrał do posiłku odpowiednie wina: białego burgunda Meursault, rocznik 2001, i czerwone bordeaux Château La Lagune, rocznik 1995¹¹.

Tego wieczoru Karl miał na sobie ciemny garnitur, białą koszulę z bardzo wysoką stójką, wąski czarny krawat i czarne okulary przeciwsłoneczne. Włosy oczywiście związane w koński ogon i przypudrowane na biało. Jak zawsze w prywatnych kontaktach był serdeczny, ujmujący i zaciekawiony rozmówcami. Goście widzieli, że jest w świetnym nastroju, panowała szczególnie odświeżona atmosfera. „Kolacja się przeciągała – opowiadała Lagardère. – Wszyscy tryskali humorem. Oświetlenie było niezwykle, posiłek doskonały,

miało się poczucie prawdziwej harmonii. Nawet gdybyśmy planowały ten wieczór przez cały miesiąc, nie mógłby być bardziej udany¹².

Gdy przyjęcie dobiegło końca, a goście ruszyli do wyjścia, czekała ich ostatnia niespodzianka. Na starym bruku dziedzińca, *cour d'honneur*, Dumas i Lagardère ustawiły dziesiątki świec, które rozświetlały paryską noc, tworząc wielką literę K¹³.

W kolejny piątek podczas publicznego wydarzenia odbywającego się na najwyższym piętrze Centre Pompidou Karl z ważnego projektanta zmienił się w międzynarodową supergwiazdę. „Projektanci mody uważają się za wielkie sławy – powiedział wówczas Hedi Slimane, projektant Dior Homme. – A tak naprawdę wcale nie są sławni, nawet Calvin Klein. Jest tylko jeden sławny projektant mody – Karl¹⁴.”

Zyskał jeszcze większą niż dotąd sławę dzięki kolekcji kapsułowej dla H&M, szwedzkiego kolosa, z rocznymi zyskami ze sprzedaży w wysokości 6,2 miliarda dolarów oraz tysiącami sklepów w dziewiętnastu krajach (obecnie zyski ze sprzedaży przekraczają rokrocznie 25 miliardów dolarów). Człowiek, który sprawił, że Chanel stało się jedną z najbardziej ekskluzywnych marek na świecie, wszedł do mainstreamu. Zamierzał zrobić to, czego jeszcze nikomu nie udało się osiągnąć: połączyć elegancję haute couture z siłą rynku masowego odbiorcy (dwadzieścia lat wcześniej, w roku 1983, kiedy Halston próbował zrobić to samo z JCPenney, zniszczyło mu to karierę, gdyż z dnia na dzień wyleciał z Bergdorf Goodman)¹⁵.

Współpraca Karla z H&M ukazuje wiele cech, które wyróżniały go spośród innych projektantów. Zawsze był całkowicie skupiony na teraźniejszości. Chociaż dobrze znał historię, uważał, że nostalgia jest okropna. Poza tym fascynowało go wszystko, co działo się w świecie stylu, i zawsze wiedział, co w trawie piszczy. Rzadko zdarzało się, by umknął jego uwadze jakiś trend mody, nowy utwór muzyczny czy ruch artystyczny. A wreszcie, w przeciwieństwie do innych projektantów, a już na pewno tych po siedemdziesiątce, Karl zawsze był skory do podejmowania ryzyka.

W sprawie projektu dla H&M zwrócił się do niego Donald Schneider, były dyrektor artystyczny francuskiego „Vogue’a”, który przygotowywał kampanie reklamowe dla tej firmy odzieżowej. Zadzwoił, by przedstawić mu swój pomysł. „Spytałem go, czy zna tę szwedzką markę, a on odpowiedział: «Oczywiście, wszyscy asystenci się tam ubierają»”. Karl po raz pierwszy zwrócił na nią uwagę, gdy jechał do studia Chanel. W windzie spotkał atrakcyjną młodą kobietę w dżinsach i tweedowym płaszczu, miała też pikowaną skórzaną torebkę. Gdy skomplementował wygląd kobiety, powiedziała: „Torebka jest od Chanel, ale płaszcz z H&M – nie stać mnie na taki od Chanel”¹⁶. Karl zauważył, że marka jest już znana w jego świecie, wyczuł jej znaczenie i potencjał. „Natychmiast podchwycił pomysł – mówił Schneider. – Rozmowa trwała ze dwie minuty. Powiedziałem: «Świetnie, zorganizuję pierwsze spotkanie»”. Już miał się rozłączyć, kiedy usłyszał, że Karl mówi: „Nie, mam pytanie”. „Pomyślałem: «O nie, zaczyna się, pewnie zażąda dziesięć milionów euro czy coś»”. Zamiast tego Karl spytał: „Donald, czy zwróciłeś się z tym do kogoś jeszcze, proponowałeś coś innym projektantom?”. „Nie, ty jesteś pierwszy”. Odpowiedź Karla brzmiała: „Okej, więc zrobmy to”.

„Wiele o tym myślałem przez lata – wspominał Schneider. – Jestem pewien, że inni projektanci, do których mógłbym wtedy zadzwonić, jak Tom Ford, chcieliby wiedzieć, kto robił to wcześniej. «Nie, najpierw spróbuj z innymi, a potem, jeśli pomysł wypali, możemy o tym pogadać». Na tym właśnie polegała różnica. Karl wyczuł, jakie znaczenie może mieć ten projekt, chciał go zrealizować – i to jako pierwszy”¹⁷.

Chociaż Karl miał ochotę wykonać tak odważny ruch, niektóre osoby z jego zespołu miały mnóstwo wątpliwości. Caroline Lebar, która pracowała z Lagerfeldem od 1985 roku nad jego własną marką, zapytała: „Ale czy ty w ogóle widziałeś te ubrania z H&M?”. Wspominała o marnej jakości materiałów, kroju, brzydkim wystroju sklepów. Była przerażona. „Ależ z ciebie mieszczka!”, prychnął Karl¹⁸.

Postanowił ujawnić projekt, który przez większość roku utrzymywał w sekrecie, we wtorek 17 września w restauracji Georges,

mieszczącej się na szóstym piętrze Centre Pompidou. Efektowna, futurystyczna przestrzeń miała przeszklone ściany i taras na dachu, z którego rozciągał się fantastyczny widok na Paryż. Z głośników dudniły najnowsza muzyka taneczna i europejski pop, a wirująca dyskotekowa kula rozsiewała kolorowe „zajączki” na szybach. W szklanych gablotach rozmieszczonych wzdłuż ścian stały manekiny prezentujące najatrakcyjniejsze projekty, głównie czarno-białej kolekcji obejmującej trzydzieści przedmiotów, których ceny wahały się od 19,90 dolara za tiszert do 419 dolarów za płaszcz z mieszanki wełny i kaszmiru¹⁹. W kolekcji znalazły się ubrania dla kobiet i mężczyzn oraz akcesoria, takie jak skórzane torebki, bielizna damska oraz perfumy Liquid Karl. Ubrania – dżersejowe spódnice, golfy, koszule smokingowe oraz zdobione cekinami marynarki – były proste, nowoczesne i niewątpliwie bardzo paryskie.

Przyjęcie przyciągnęło tysiące gości – redaktorów działu mody, modelki, przyjaciół Karla. Projektant, znany z tego, że zawsze się spóźnia, tym razem zjawił się tuż po czasie z modelką Erin Wasson, której przydzielił główną rolę w kampanii dla H&M, w której wystąpiła u jego boku. W towarzystwie kilku innych osób wjechali na przyjęcie w Pompidou ruchomymi schodami. „Był piękny letni wieczór, wszyscy wylegli na taras, gdzie pod gołym niebem popijali szampana i częstowali się przekąskami – wspominał Schneider. – Wszędzie porozstawiano kanapy i fotele, było trochę jak w klubie na plaży. Karl wjechał schodami wraz ze swą świtą i przypominało to wejście Michaela Jacksona. Ludzie zaczęli krzyczeć, klaskać, podskakiwać, by móc go zobaczyć”²⁰.

Był otoczony przez fotografów, kamerzystów i dziennikarzy. Pewien hiszpański żurnalista, niezadowolony z tego, że wcześniej tego dnia nie udało mu się uzyskać wywiadu, próbował wskoczyć w środek wianuszka wokół Karla i został wyprowadzony przez ochronę. Sébastien Jondeau, szofer projektanta, jego ochroniarz oraz sekretarz, miał na oku tłumek otaczający pracodawcę. Karl, w samym środku zamieszania, z którego był najwyraźniej bardzo rad, wkroczył w krąg gości.

„Uwielbiał być w centrum uwagi – mówiła Anna Wintour, redaktorka naczelna «Vogue'a», długoletnia przyjaciółka Karla. – Jako pierwszy zrozumiał moc sławy, wykorzystywał ją i wzmacniał. Niektórzy projektanci mają podejście elitarystyczne, a Karla, który pod pewnymi względami był snobem, cechował demokratyzm. Chciał podobać się całemu światu. Mam na myśli to, że chciał gościć na swoim przyjęciu wszystkich”²¹.

Dokładnie trzy tygodnie później, w piątek 8 października Karl dokonał kolejnego wyczynu. Minęło już ponad dwadzieścia lat, odkąd zaczął pełnić funkcję dyrektora kreatywnego Chanel. Jako pierwszy pokazał, że DNA wielkich projektantów można podrasować, traktować żartobliwie, a nawet odrzucić, aby stworzyć coś zupełnie innego i aktualnego. „Karl był pierwszym z nas, który już w latach osiemdziesiątych wziął się za stary dom, odrestaurował go, a wreszcie całkowicie odmienił – powiedział Tom Ford w roku 2005. – Kiedy pracowałem dla Gucci w latach dziewięćdziesiątych, inspirowałem się tym, co Karl zrobił w Chanel. Sądzę, że nie tylko wspaniale kontynuował dokonania Coco Chanel, ale również odnowił i ożywił jej markę, która obecnie stale koresponduje ze współczesnym życiem”²².

Karl prezentował wiosenno-letnią kolekcję prêt-à-porter Chanel na rok 2005 w salach widowiskowych Carrousel du Louvre znajdujących się w podziemiach muzeum. Na pokaz Chanel połączono dwie sale, by pomieścić dużą publiczność i jeszcze większe dekoracje. W ostatnich latach wybiegi umieszczano na poziomie podłogi, dzięki czemu publiczność znajdowała się bliżej modelek i ubrań. W tym sezonie Karl postanowił podnieść wybieg, jak to bywało dawniej²³. Poleciał też pokryć go czerwonym dywanem i zaangażował do pokazu dziewięćdziesiąt pięć modelek²⁴. Gdy spece od mody zajmowali swoje miejsca, na pobliski parking podziemny zajechał czarny mercedes. Wysiedli z niego reżyser Baz Luhrmann i Nicole Kidman.

Aktorka była u szczytu sławy po wielu nagradzanych filmach, takich jak *Moulin Rouge*, *Wzgórze Nadziei* i *Godziny*, a Karl Lagerfeld

wpadł na pomysł, by zaproponować jej nową rolę – gwiazdy kampanii reklamowej Chanel N°5²⁵. Kidman zjawiała się w czarnym garniturze Chanel, białym jedwabnym szaliku okręconym wokół szyi, a pukle blond włosów, częściowo zebranych do tyłu, opadały na twarz. Kidman i Luhrmann z żoną Catherine Martin, projektantką kostiumów, i kilkoma ochroniarzami przeszli przez parking. Grupa dotarła do małego pomieszczenia z beżowymi zasłonami, gdzie powitał ich Karl. Towarzyszyła mu jego bliska przyjaciółka Ingrid Sischy, redaktorka naczelna „Interview”. Po powitalnych pocałunkach zebrani pozowali razem do zdjęć, a pokoiak rozświetlił błysk fleszy.

Rozmawiano o pokazie, który miał się za chwilę zacząć.

„Jesteśmy w twoich rękach”, powiedział Luhrmann do Karla. „Wiem, jak to się robi – zapewnił go projektant. – Wy jesteście do brzy w filmach, a ja w tym”²⁶.

Od lat Karl bardzo starannie tworzył swój publiczny wizerunek: ciasno zaczesany koński ogon, ciemne okulary, strój o surowym kroju, rozległa wiedza na temat historii i kultury, zabawne, nawet jeśli zjadliwe, komentarze. Ów osobisty kodeks był równie rygorystyczny – i równie skuteczny – co zasady, które ustalił dla Chanel. Wykreował barwną postać publiczną, różną od jego prywatnego wizerunku, i uwielbiał dawać do zrozumienia, że to go bawi.

„To twój pokaz – powiedział Luhrmann do projektanta, sugerując, że powinien zaaranżować ich wejście. – Ty nas reżyserujesz”. „To nie mój pokaz – odparł Karl. – To nasz pokaz. Wszyscy jesteśmy tu aktorami”²⁷.

W Carrousel du Louvre wszyscy zdążyli już zająć miejsca, a fotoreporterzy zbici w gromadkę na końcu wybiegu zaczęli się niecierpliwić, kiedy wreszcie w odległym rogu pojawiła się aktorka, a światła padły na jej blond włosy i prosty żakiet Chanel. Chaos. Kiedy Kidman szła na swoje miejsce w pierwszym rzędzie, otaczała ją grupa fotografów i dziennikarzy. „Nicole! Baz!” Ochroniarze tworzyli wokół nich ochronną barierę. Ponoć na Kidman nacierało wówczas stu fotografów i kamerzystów²⁸. Redaktor mody, który

siedział w rzędzie tuż za nią – Hamish Bowles z „Vogue’a” – stwierdził, że przypominało mu to tłumne sceny z filmu *Dzień szarańczy*. Ponieważ zamieszanie nie ustawało, pokaz rozpoczął się z niemal godzinnym opóźnieniem. „Chciał mieć przedstawienie, to miał – zrzędził jeden z fotografów po pokazie. – Nawet w Cannes nie było takiego ścisku”³⁰.

Karl musiał zabrać głos i poprosił wszystkich o ponowne zajęcie miejsc, by można było zaczynać³¹. „Chciał zadymy – wspominał Stefan Lubrina, dekorator, który pracował z Karlem przy tym pokazie i przy wszystkich innych jego dużych realizacjach od trzydziestu lat. – Ale to wymknęło się spod kontroli. Aż takiego zamieszania wcale sobie nie życzył!”³²

Gdy pokaz wreszcie się rozpoczął, podest zalały światła i zabrzmiał remiks piosenki *I Wanna Dance with Somebody* Whitney Houston. Na końcu wybiegu, przed fotografami, za takimi samymi barierkami, jakich używa się na festiwalu filmowym w Cannes, pojawiły się supermodelki: Linda Evangelista, Naomi Campbell, Amber Valletta, Shalom Harlow, Kristen McMenamy, Eva Herzigová, Erin Wasson i Nadja Auermann. Miały na sobie stroje wieczorowe Chanel z czarnej satyny i pozowały razem do zdjęć. Gdy szły po wybiegu, towarzyszyli im kroczący przejściem z boku modele w obcisłych czarnych swetrach, dzierżący aparaty ze staroświeckimi fleszami. Pod koniec pokazu Karl zszedł z wybiegu, by ucałować aktorkę.

Tego wieczoru wydał wystrzałową kolację na cześć Kidman w swoim osiemnastowiecznym apartamencie przy rue de l’Université 51, znanym jako Hôtel Pozzo di Borgo. Na zaproszeniu widniał rysunek Karla przedstawiający aktorkę ubraną w zaprojektowaną przez niego suknię balową haute couture od Chanel ozdobioną bladorożowymi strusimi piórami, srebrnymi kryształkami i czterometrowym trenem³³. Goście wchodzili przez dziedziniec i zmierzali do głównego wejścia z wysokim sufitem i imponującymi marmurowymi schodami. Karl zamienił jadalnię na parterze w studio fotograficzne i robił portrety przybyłym. „Zawsze lubił przebywać i prowadzić rozmowy w gronie bliskich przyjaciół – powiedziała

Amanda, lady Harlech, która była jedną z najbliższych współpracownic Karla w Chanel i Fendi od roku 1996. – Jednak słabo sobie radził z tak zwaną gadką szmatką w pokoju pełnym ludzi. Tak więc, zamiast siedzieć, wołał fotografować³⁴.

Kidman zjawiła się na kolacji w wieczorowej sukni bez ramiączek od Chanel, ozdobionej srebrnym haftem i paciorkami. Przy wejściu do domu goście byli kierowani do tylnych drzwi, a następnie do ogrodu, gdzie specjalnie na tę okazję wybudowano konstrukcję, która bardziej przypominała średniej wielkości aulę niż zwyczajny namiot. W środku bezbłędnie odtworzono osiemnastowieczne wnętrze – wielu sądziło, że nadal znajduje się w domu – a skala budowlu umożliwiła rozmieszczenie wielkich ekranów.

„To jedna z najpiękniejszych kolacji zorganizowanych przez Chanel – wspominała Virginie Viard, która w 1987 roku została stażystką Karla, a w 2019, po śmierci projektanta, jego następczynią i dyrektorką kreatywną Chanel. – Rue de l'Université była tej nocy wspaniała. Bardzo mnie to cieszyło przez wzgląd na Karla³⁵.”

Głównym wydarzeniem wieczoru była premiera reklamy Chanel N°5, reżyserowanej przez Luhrmanna, z Kidman w roli głównej. Akcja dwuminutowego filmu rozgrywała się na fikcyjnym Manhattanie. Aktorka, w różowej sukni haute couture ze strusimi piórami, biegnie między stojącymi w korku samochodami, zamiatając ulicę trenem. Ścigana przez paparazzich bohaterka wirujących na ekranie nachalnych nagłówków zostaje przedstawiona jako więźniarka własnej sławy. Wskakuje do żółtej taksówki i dostrzega, że dzieli tylne siedzenie z zabójczo przystojnym brazylijskim aktorem Rodrigiem Santoro. „Byłem chyba jedyną osobą na świecie, która nie wiedziała, kim ona jest”, mówi aktor. Muzyka narasta, a między parą wybucha romans. Natychmiast jednak oboje uświadamiają sobie, że ta miłość nie ma przyszłości. Zamiast wspólnej ucieczki następuje okraszone łzami – pożegnanie. Przedkładając obowiązek nad namiętność, aktorka samotnie zjawia się na premierze filmu. „Kroczy schodami ku chwale”, jak opisał tę scenę Karl³⁶. Kidman wspina się po stromych, pokrytych czerwonym dywanem stopniach, ubrana

w zaprojektowaną przez Karla czarną suknię z jedwabnego aksamitu. Głęboki dekolt na plecach odsłania połyskujący na długim diamentowym łańcuszku wisiołek z symbolem N°5.

Tego wieczoru we francuskich wiadomościach szczegółowo relacjonowano wydarzenia minionego dnia. „To nie festiwal w Cannes, to festiwal Karla”, oznajmił jeden z dziennikarzy. Na początku relacji telewizyjnej pokazano zamęt, jaki nastąpił po zjawieniu się Kidman na pokazie Chanel, sceny rozgrywające się na widowni i krzyczących fotografów. Szczegółowo opisywano najatrakcyjniejsze projekty kolekcji i ogłaszano, że reklama w reżyserii Luhrmanna pojawi się we francuskiej telewizji już za tydzień.

W jednej z relacji pokazano projektanta, który stoi na wybiegu tuż po zakończeniu pokazu. Reporter telewizyjny doskakuje do niego i pyta, czy to prawda, że zapłacono Kidman za udział w reklamie siedem milionów dolarów.

„Nie mam pojęcia – odpowiada natychmiast Karl. – Nie pracuję w księgowości!”³⁷

1

Niejasne pochodzenie

Moja matka miała w Münster kuzyna, który był arcybiskupem. Spotkałem go tylko raz i oświadczyłem wówczas, że kiedy dorosnę, chcę się ubierać tak jak on. Matka wpadła w popłoch! Powiedziała: „Możesz robić w życiu, co tylko chcesz, ale nie ma mowy, żebyś został księdzem albo zawodowym tancerzem”.¹

Karl Otto Lagerfeld urodził się w Hamburgu w niedzielę 10 września 1933 roku. To nie powinno budzić kontrowersji, ale Karl miał przez całe życie skłonność do odejmowania sobie pięciu lat. Ponieważ prawdziwą datę urodzenia latami ukrywano, każda anegdota, która zahacza o konkret, wymaga obliczeń. Kiedy Karl przeniósł się do Paryża w 1952 roku, nie miał czternastu lat, jak przez długi czas utrzymywał, lecz dziewiętnaście. Kiedy otrzymał pierwszą wielką nagrodę w branży modowej w 1954, nie miał lat szesnastu, lecz dwadzieścia jeden. A kiedy przejął dowodzenie Chanel w 1983, nie miał lat czterdziestu pięciu, jak sugerował, lecz pięćdziesiąt.

Karl nie był pierwszym projektantem mody, który „zmieniał” historię swego pochodzenia. Weźmy choćby Gabrielle „Coco” Chanel, która miała niesamowitą biografię. Urodziła się w biednej rodzinie w centralnej Francji i spędziła sześć lat dzieciństwa w sierocińcu, a zrewolucjonizowała styl ubierania, przenosząc kobiecą garderobę z XIX w XX wiek i zamieniając małą pracownię kapeluszy w Deauville w międzynarodowe imperium modowe i kosmetyczne. Skromne początki, które czyniły jej sukces tym bardziej spektakularnym, nie były tematem, który chciała poruszać. W 1947 roku Chanel poprosiła wyrafinowaną francuską pisarkę Louise de Vilmorin, by napisała jej biografię. Odbyły kilka rozmów na temat dzieciństwa

Chanel. „Ale Louise de Vilmorin była załamana – odnotował biograf Chanel Edmonde Charles-Roux. – Nie była w stanie wydobyć z niej ani słowa prawdy”².

W lutym 1948 roku, chcąc sprzedać projekt amerykańskiemu wydawcy, Chanel poleciała do Nowego Jorku z tekstem de Vilmorin. Nie wzbudził zainteresowania. Chanel, jak miała w zwyczaju, obwiniła o to autorkę. Pięćdziesiąt lat później francuski pisarz Patrick Mauriès opublikował tekst po raz pierwszy, pod dwuznacznym tytułem *Mémoires de Coco* [Wspomnienia Coco]. „To nie są wspomnienia – podkreślał. – To zmyślone życie Chanel”³.

Przeszłość Karla nie była tak bardzo zafalszowana. Oczywiście podkolorował część historii i stale kłamał na temat wieku, ale zarys młodości jest spójny. Początek relacji ma coś z baśni i jak w każdej dobrej opowieści z folkloru, mnóstwo szczegółów ginie w mroku.

Karl urodził się w jednej z najelegantszych dzielnic Hamburga, Blankenese, zabudowanej jedno- i dwupiętrowymi budynkami, które stoją na tonącym w zieleni zboczu schodzącym do samej Łaby. Jego rodzina mieszkała przy Bours Park 3, przy znanym dziewiętnastowiecznym parku o spadzistych trawnikach, ze starymi drzewami i wspaniałym widokiem na rzekę. Ojciec Karla, Christian Ludwig Otto Lagerfeld (1881–1967), który w młodości wiele podróżował, został pierwszym niemieckim producentem mleka skondensowanego i zbił na tym majątek. Matka, Elisabeth Bahlmann Lagerfeld (1897–1978), była onieśmielającą kobietą, która miała bzika na punkcie Karla, jedyne go syna. Potrafiła jednak być bardzo surowa.

Otto Lagerfeld urodził się i wychował w Hamburgu jako syn zamożnego importera i eksportera, początkowo wina i kawy, który miał swoje przedstawicielstwa w Wenezueli, Nowym Jorku i San Francisco⁴. W wieku dwudziestu jeden lat rozpoczął praktykę u hamburskiego importera kawy i by nauczyć się prowadzenia interesów, popłynął do Maracaibo w Wenezueli. Po kilku latach w Ameryce Południowej udał się do Stanów Zjednoczonych, gdzie mieszkało już dwóch jego braci. Zjawił się w San Francisco kilka dni przed wielkim trzęsieniem ziemi w 1906 roku, ale udało mu

się uniknąć najpoważniejszych zniszczeń, ponieważ przebywał po drugiej stronie zatoki, w Sausalito⁵. Pod koniec tego samego roku pojechał do Kent w hrabstwie King, w stanie Waszyngton, położonym na południe od Seattle, gdzie znajdowała się siedziba nowego producenta nabiału – Pacific Coast Condensed Milk Company, znanego później pod nazwą Carnation Evaporated Milk Company. Firma zaczęła wytwarzać liofilizowany produkt zaledwie siedem lat wcześniej. Jej slogan brzmiał „The Modern Milkman”, czyli „Nowoczesny mleczarz”, a w reklamach występowały czarno-białe krowy rasy holsztyńsko-fryzyskiej skubiące trawę na pastwiskach z ośnieżonym szczytem góry Rainier w tle. „Od zadowolonych krów – obiecywała reklama – z zielonych przez cały rok pastwisk na wybrzeżu północnego Pacyfiku”⁶. Otto Lagerfeld nawiązał z Pacific Coast Condensed Milk Company współpracę, która miała trwać przez ponad pięćdziesiąt lat.

Krowy mleczne, które stały się źródłem fortuny Lagerfeldów, zajęły znaczące miejsce w życiu rodziny. „Jestem synem farmera hodującego krowy mleczne – oświadczył kiedyś Karl. – Mieliśmy sto dwadzieścia krów. Mój ojciec każdej z nich nadał imię, a ja od zawsze kocham te zwierzęta”⁷. Karl wspominał nawet, że matka wykorzystywała rodzinny biznes jako wymówkę, gdy nie chciała karmić dzieci piersią. „Była zabawna – powiedział Karl o matce. – Mawiała: «Nie karmiłam swoich dzieci piersią – nie po to poślubiłam producenta mleka w puszcze»”⁸.

Mówiący po rosyjsku Otto Lagerfeld został wysłany do Rosji, by tam lansować nowy produkt, i zamieszkał we Władywostoku u wybrzeży Morza Japońskiego. Handlował tam mlekiem skondensowanym i innymi podstawowymi produktami wytwarzanymi w Niemczech i Stanach Zjednoczonych. W 1914 roku, kiedy Niemcy wypowiedziały wojnę Rosji, Otto, który wówczas przebywał w tym kraju już od siedmiu lat, złożył wniosek o nadanie mu rosyjskiego obywatelstwa. Zamiast tego został aresztowany jako podejrzany o szpiegostwo i zesłany na Syberię. W zamieszaniu, które zapanowało po wybuchu rewolucji październikowej w 1917 roku,

udało mu się zbiec, dojechać do Petersburga, a stamtąd wrócić do Hamburga⁹.

W 1919 roku założył własną firmę i na początku importował produkty Carnation Milk. W 1923 zaczął produkować niemiecką wersję mleka pod nazwą Glücksklee, z charakterystyczną czerwono-białą etykietą i zieloną czterolistną koniczynką (marka nadal istnieje). „Po pierwszej wojnie światowej mój ojciec importował mleko skondensowane do Niemiec i Francji. Później, współpracując z Amerykanami, zbudował fabryki w obu tych krajach”¹⁰.

W 1922 roku czterdziestoletni Otto Lagerfeld poślubił Theresię Feigl, która tego samego roku zmarła, urodziwszy dziecko, siostrę przyrodnią Karla, Theodorę, zwaną Theą. 8 marca 1929 roku Otto ogłosił swoje drugie zaręczyny, z Elisabeth Bahlmann. Pobrali się w jej rodzinnym mieście Münster 11 kwietnia 1930¹¹. Pan młody miał czterdzieści osiem lat, a panna młoda trzydzieści dwa.

Ojciec Elisabeth, Karl Bahlmann, imiennik Karla, był znanym politykiem i urzędnikiem państwowym w Westfalii. Zmarł w 1922 roku, w wieku sześćdziesięciu trzech lat, kiedy matka Karla miała dwadzieścia cztery lata. Podobno Elisabeth była niezależną młodą kobietą: ścięła długie włosy na modnego pazia i nosiła tę fryzurę do końca życia, a poza tym pożerała książki. „Moja matka interesowała się historią feminizmu – opowiadał Karl. – W dzieciństwie słuchałem o Hedwig Dohm, niemiecko-żydowskiej feministce, pisarce z Berlina. Prawa kobiet w Niemczech w latach siedemdziesiątych XIX wieku ograniczały się do trzech «K» – *Küche*, *Kirche* i *Kinder* – kuchni, kościoła i dzieci. Hedwig została zapomniana. Ludzie pamiętają o angielskich sufrażystkach, ale to Hedwig Dohm jako pierwsza zatroszczyła się o prawa kobiet”¹².

Osiemnastoletnia Elisabeth przeniosła się do Drezna, a w latach dwudziestych XX wieku do Berlina, gdzie prawdopodobnie pracowała w domu handlowym albo jako kierowniczką w domu mody¹³. „Byłem szczęściarzem, mając rodziców o otwartych umysłach – opowiadał Karl. – Chociaż nie sądzę, żeby w młodości byli niewiniątkami. Matka mawiała: «Możesz wypytywać mnie o moje

dzieciństwo i o ten czas, od kiedy znam twojego ojca. Ale wszystko, co pomiędzy, to nie twoja sprawa»¹⁴.

Elisabeth Bahlmann mieszkała również w Kolonii i Monachium, zanim poznała wdowca Ottona Lagerfelda, kiedy oboje przebywali na wakacjach nad Bałtykiem. Wyglądał wytwornie, nadal był przystojny, miał ciemne włosy, wąsy i nosił ulubione szare garnitury. Ona była atrakcyjną kobietą o delikatnych rysach, miała krótkie ciemne włosy i oczy o posępnym, przeszywającym spojrzeniu. Rok po ślubie, w 1931 Otto i Elisabeth doczekali się pierwszej córki Christiane, zwanej Christel. Dwa lata później urodził się syn Karl.

Rok 1933 w Niemczech należał do najbardziej burzliwych i tragicznych w historii. W roku poprzednim Adolf Hitler przegrał wybory prezydenckie, zdobywając trzydzieści pięć procent głosów. Pod koniec stycznia, aby zadowolić jego partię, mianowano go kanclerzem. W lutym spłonął Reichstag, gmach niemieckiego parlamentu. Hitler doprowadził do wprowadzenia dekretu *O ochronie narodu i państwa*, który zawieszal większość praw obywatelskich w Niemczech, z wolnością wypowiedzi i prasy, znosił też zakaz aresztowania podejrzanego bez wyroku sądu. Wszelkie autorytety społeczne i polityczne zostały rozmontowane. Narastało poczucie anarchii, rodził się lęk przed komunizmem i powstała próżnia polityczna, którą Hitler potrafił wykorzystać do swoich celów. W marcu NSDAP zaczęła przejmować kontrolę nad rządem¹⁵. Pod koniec miesiąca w wyniku różnych posunięć legislacyjnych Hitler przeforsował głosowania, które zapewniły mu i jego partii pełnię dyktatorskiej władzy. „Osiągnięto jednopartyjne państwo totalitarne niemal bez szemrania opozycji i bez oporu”, napisał William Shirer, amerykański dziennikarz, naczynny świadek wydarzeń tamtych lat¹⁶. Do maja rozprawiono się ze związkami zawodowymi. Od 30 czerwca do 2 lipca trwała akcja zwana nocą długich noży, kiedy to Hitler wymordował setki dawnych sprzymierzeńców i przeciwników politycznych¹⁷.

Nastąpił koniec Republiki Weimarskiej, istniejącej od 1919 roku. Był to czas galopującej inflacji, niepokoju politycznych i konflik-

tów klasowych, ale również okres ogromnej wolności osobistej i gorączki artystycznej, wielkiej kreatywności, która będzie później inspirować Karla. Wystarczy przywołać pełne wigoru obrazy przedstawiające berlińską cyganerię pędzla Ottona Dixy; wielkie filmy niemieckiego ekspresjonizmu, takie jak *Gabinet doktora Caligari* (1920) czy *Błękitny anioł* z gwiazdorskim występem Marleny Dietrich (1930); *Operę za trzy grosze* (1928), modernistyczny musical Bertolta Brechta i Kurta Weilla; albo powieść Christophera Isherwooda z 1939 *Pożegnanie z Berlinem*, powstała po jego pobycie w niemieckiej stolicy na przełomie lat dwudziestych i trzydziestych (inspirowany nią jest film *Kabaret* z 1972 roku). Rodzina zamożnego biznesmena, jakim był Otto Lagerfeld, mogła cieszyć się kulturalnym fermentem tamtych lat, a jednocześnie uniknęła jakichkolwiek trudności życiowych i ubóstwa. „Moi rodzice żyli w latach dwudziestych i na początku trzydziestych w bezpiecznym świecie – wyjaśniał Karl. – Zawsze rozmawiali o tym, jak cudowne było wówczas życie: przyjemne, luksusowe, rozkoszne”¹⁸. Nadchodził kres tej bez troski.

Zmiana daty urodzenia Karla z roku 1933 na 1938 była nieprzypadkowa. Owszem, ujmowało mu to pięć lat, ale poza tym odsuwało jego dzieciństwo od czasów nazizmu. Gdyby urodził się w roku 1938, byłby za mały, by widzieć, co działo się pod koniec lat trzydziestych i przez większość drugiej wojny światowej. W rzeczywistości, chociaż jego dzieciństwo upłynęło pod ochronnym parasolem, był świadom koszmarów, które wydarzały się w nazistowskich Niemczech.

Niemiecki wydawca Gerhard Steidl, założyciel Steidl Verlag, przez trzydzieści lat blisko współpracował z Karlem. Jego zdaniem ten sfalszował nawet datę na świadectwie urodzenia i w paszporcie, przerabiając trójkę na ósemkę.

Na początku ich znajomości, w połowie lat dziewięćdziesiątych, wydawca zapytał o to Karla. „Byłem młody i naiwny – Gerhard Steidl wyjaśniał, dlaczego poruszył tak delikatny temat. – Zadałem więc pytanie: «Dlaczego mówisz, że urodziłeś się w trzydziestym ósmym, skoro przecież urodziłeś się w trzydziestym trzecim?»”¹⁹.

Odpowiedź Karla wiele tłumaczy. „Było mi wstyd – odparł. – Wstydzilem się, że urodziłem się w roku, w którym Hitler rozpoczął swój projekt eksterminacji żydowskiej ludności w Niemczech. I nie chciałem być kojarzony z tym rokiem”²⁰.

Trzeba przyznać, że jego pragnienie dystansu wobec prawdziwej daty urodzin jest zrozumiałe. „1933 nawet dzisiaj oznacza skrajną prawicę – ciągnął Steidl. – To straszny rok w historii Niemiec i całego świata. Karl powiedział, że zmienił datę, bo nie chciał, by jego narodziny wiązały się z tak haniebnym rokiem”²¹.

Fakty są jednak takie, że Karl przyszedł na świat wraz z narodzinami Trzeciej Rzeszy.