



Marinblå hängselbyxa av ullgabardin, 13 600 kr. Bomullströja med trekvartsärm, 4 700 kr. Marinblå lackad skärnhatt, 2 500 kr. Lackbälte av läder, 2 500 kr. Platåskor av lackat läder, 5 100 kr.



MICHAEL KORS

ÅLDER: 49 år.

BOR: I Greenwich Village i New York.

FAMILJ: Pojkvännen Lance Le Pere, vice vd och kreativ chef för Michael Kors Womenswear och mamma Joan Krystosek Kors, som jobbar i sonens företag.

BAKGRUND: Modestudier på Fashion Institute of Technology i New York. 1981 lanserade han sin egen linje. Designchef på Celine 1997-2003. CFDA:s pris Designer of the Year 1999 och 2003.

AKTUELL: Med vårkollektionen 2009, Emmynominerade tv-serien *Project runway* och en ny butik på New Bond Street i London i april.

Michael Kors

multibegåvad svenskamerikan

Michael Kors nöjer sig inte med att driva ett framgångsrikt modeföretag. Numera kan den halvsvenska designern även skriva tv-stjärna och journalist på sitt visitkort.

AV CAMILLA ALFTHAN FOTO: ANDREW YEE/ATELIER MANAGEMENT
MODE: MARINA T SCHINDLER/WWW.STOCKLANDMARTEL.COM

FÖR MÅNGA SVENSKAR var Michael Kors tämligen okänd tills han dök upp i tv-rutan som en av de fyra obarmhär-tiga domarna i realityserien *Project runway*. I tv-programmet skapar unga talanger inom loppet av 24 timmar ett plagg som bedöms på catwalken av den tuffa expertpanelen. Att boka intervju med Michael Kors borde med andra ord framkalla en viss nervositet. Men om man vet att Mr. Kors pappa var svensk och att den blonda, blåögda designern faktiskt föddes som Karl Andersson känns det genast lugnare inför mötet i Bulgari-hotellets gamla trädgård, mitt i Milano.

– Folk brukar alltid säga att jag ser svensk

eller tysk ut. Min pappas familj kommer från Göteborg, men jag har aldrig varit i Sverige.

Trots detta sätter hans skandinaviska påbrå tydlig prägel på det han gör.

– Konstigt nog föredrar jag omedvetet saker som är enkla och som har en viss renhet, och det är så klart ett skandinaviskt drag. Jag tycker också om det som är användbart och om jag skapar något extravagant vill jag att det också ska vara funktionellt. Så även om jag inte tänker på det eller någonsin har varit i Skandinavien tror jag att det måste vara genetiskt, berättar Michael Kors, som är född och uppvuxen på Long Island i New York, ett område där det alltid har bott folk med skandinaviska anor.

Orsaken till att mötet med Michael Kors sker just i Milano är att han hösten 2008 öpp-

nat en butik på den exklusiva shoppinggatan Via Sant'Andrea. Strax dessförinnan visade han sin vår/sommarkollektion under modeveckan i New York. Och trots mediernas förväntningar om "recession chic" och mörka kläder som skulle spegla ekonomikrisen blev verkligheten raka motsatsen.

New Yorks modevecka var fylld av färg och optimism, inte minst hos Michael Kors. Hans vårkollektion är inspirerad av 50- och 60-talets chica badstränder i Portofino och Malibu med starka färger, geometriska linjer, A-linjekappor och klänningar av futuristiska material. Designern själv definierade kollektionen med tre A: arkitektonisk, atletisk och amerikansk. Pressen gav den betyget A+.

– Jag tror att mode är som god mat, en bra film eller ett vackert musikstycke. Det lyfter →

” Min smak är influerad av min mamma och min mormor.

humöret och påverkar sinnet. När tiderna är svåra ekonomiskt eller emotionellt behöver vi mode som får oss att känna oss gladare och lite mer optimistiska.

Michael Kors har alltid varit en anhängare av eskapism och tycker att modet går mot en intressant tid nu när alla funderar lite extra innan de shoppar.

– Folk vill ha plagg som är speciella men samtidigt tidlösa. Om det är för klassiskt har de redan något liknande och köper inte av den anledningen. Och om plagget är för trendigt är risken att man bara kommer att bära plagget en gång – och då köper man inte därför. Jag tror att vi ligger mitt emellan. Folk vill känna att de gör en investering.

MICHAEL KORS HAR GOD anledning att vara optimistisk. Samtidigt som klädförsäljningen generellt sjönk under 2008 trotsade han utvecklingen. Dessutom öppnade han tre butiker i Las Vegas. Milanobutiken är den första i Europa och de närmaste åren ska fler butiker öppnas.

– När kunder från Indien, Kina och de andra nya marknaderna ser att märket finns i de stora metropolerna, då är det dags att öppna hos dem.

För tillfället har Michael Kors 60 butiker och omsätter 600 miljoner dollar per år. Målet är att omsätta en miljard dollar, vilket skulle göra Michael Kors lika stor som de amerikanska giganterna Calvin Klein och Liz Claiborne.

Den kreativa designern har med andra ord även ett väl utvecklat affärssinne. Och det var just kombinationen av design- och affärskunskap som gjorde att han efter studier på Fashion Institute of Technology fick jobb som säljare i butiken Lothar i New York och även designade butikens egen linje. Hans första kollektion blev en succé och 22 år gammal grundade han sitt eget varumärke som lanserades i de prestigefyllda varuhusen Bergdorf Goodman och Saks Fifth Avenue.

En rolig anekdot från nybörjartiden är att han personligen levererade sina första plagg till Bergdorf Goodman med sin mosters Mercedes. I dag skrattar han åt historien.

– Hela min familj har varit en del av min karriär. Vissa designers kommer från familjer där mode uppfattas som långsökt. I min familj applåderade alla när jag sa att jag ville bli designer. Min morfar var i textilbranschen och en morbror jobbade med mode, så hemma talade man alltid om kläder.

Michael Kors designstil har sitt ursprung i den klassiska, välartade östkustmiljö som han är uppvuxen i – enkel, chic och lyxig med en modern twist. Förutom Michael Kors-kollektionen, som visas under modeveckorna, designar han herrkläder, den något



billigare Kors-linjen, badkläder och accessoarer under märket Michael samt har en parfymserie.

DE SENASTE ÅREN HAR Michael Kors blivit populär bland Hollywoodstjärnor, som väljer hans klänningar för galapremiärer, och hos amerikanska societetskvinor som Lauren duPont och Aerin Lauder Zinterhofer. Stjärnglansen slår också igenom i kampanjerna som ofta inspireras av paparazifotografen Ron Galellas 70-talsbilder i jetsetmiljö, fotograferade i reportagestil på lyxiga resorts, safari eller med ett privatflyg i bakgrunden.

Trots Michael Kors framgångar har vägen inte alltid varit lätt. Slutet på 1980-talet var en svår period och 1991 tvingades han i konkurs. Men han kom snabbt tillbaka igen. År 1997 anställdes han som chefsdesigner på franska modehuset Celine och där efter som husets första kreativa chef. Under sina fem år förvandlade Michael Kors Celine från dammig modehus till hett prestigemärke. Med nya investerare i ryggen lämnade han dock Paris 2003 för att koncentrera sig på sitt eget märke. I dag uppfattas han som en modeguru av många och har gjort sig känd för att tala rakt på sak och stå för sina åsikter.

Trikåklänning av merinoull, 11 000 kr. **Lackbälte** av läder, 2 500 kr. **Stråhatt**, 1 700 kr. **Platåskor** av lackat skinn, 5 100 kr.

Till vänster: **Axelbandslös klänning** av bomullstrikå med lagda veck, 11 900 kr. **Lackskärp** av läder, 1 500 kr. **Marinblå**, lackad **skärmhatt**, 2 500 kr. **Platåskor** av lackat läder med silverfärgad klack, 5 900 kr.

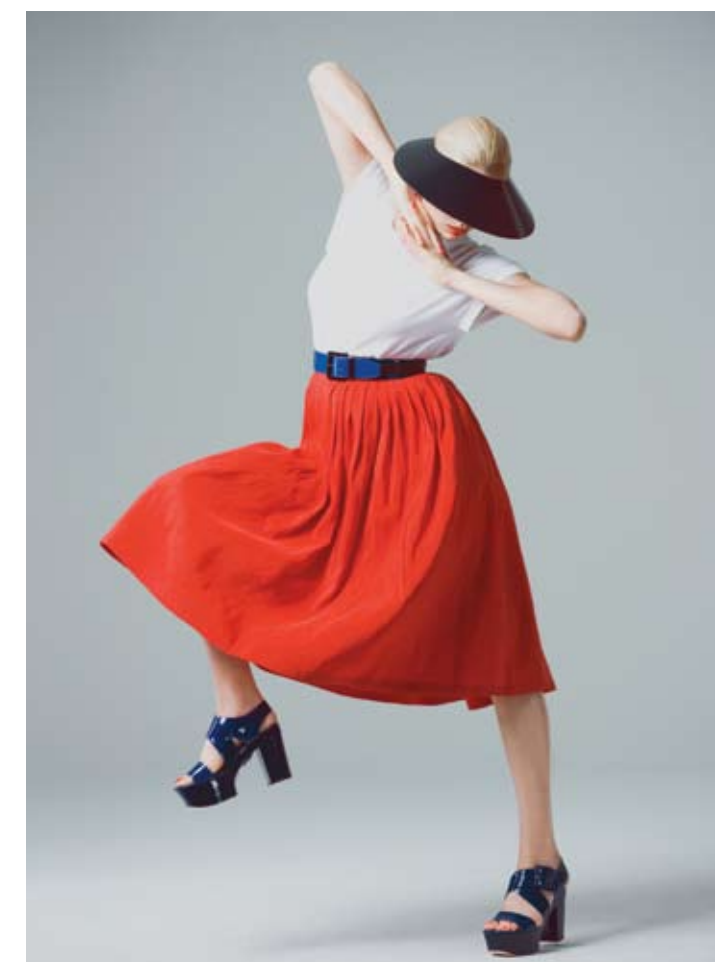


Sjömansinspirerad blus av bomullspoplin, 5 900 kr.
Svarta cykelbyxor av merinoull, 6 800 kr. Svart lackad skärmhatt, 2 500 kr. Lackskärp av läder, 2 500 kr. Lackskor av läder, 5 900 kr.



Diagonalrandig kashmirtröja, 8 000 kr. Krinklade vadlänga bomullsbyxor, 5 900 kr. Lackbälte av läder, 2 500 kr. Marinblå lackad skärmhatt, 2 500 kr. Platåskor av lackat läder, 5 100 kr.

Till höger: Bomullstopp med holkärm, 3 400 kr. Vid kjol av tvättad sidenrips, 16 100 kr. Lackat läderskärp, 3 400 kr. och blå lackad skärmhatt 2 500 kr. Platåskor av lackat skinn, 5 100 kr.





Baddräkt, 1 900 kr.
Skärnhatt, 2 500 kr. Bag
av lackat skinn, 11 000 kr.
Platåskor av lackat läder,
3 400 kr, från KORS.

MODEASS: COCO PETERSON
FOTOASS: JON MILDENBURG
HÅR: WESLEY O'MEARA
MAKEUP: SAMANTHA TRINH
ATELIER MANAGEMENT.
PRODUKTER FRÅN NARS.
MODELL: STEF/IMG

– Mitt bästa råd till en kvinna är att lära känna sin kropp och att ta sig tid framför en tredelad spegel när hon provar kläder. Hitta en duktig skräddare och anpassa kläderna! Det största misstaget en kvinna kan göra är att köpa kläder som inte passar kroppen. Hon ska heller inte vara slav under trenderna – titta i modetidningarna och fundera över vad som är rätt. En 40-årig kvinna ser löjlig ut i senaste modet från topp till tå.

Och Michael Kors bestämda åsikter verkar ha kommit med modersmjölken.

– Jag tror att min smak är influerad av min mamma och min mormor, som var två motsatser när det gällde stil. Mamma tycker om enkla, mycket rena och diskreta, sportiga plagg. Min mormor var extravagant och älskade smycken, färger och mönster – och jag tror att jag är en blandning av båda. Och jag tycker att det är intressant när jag tittar på mina kunder. Ibland har vi extravaganta kändisar som Mary J. Blige, som är på min mormors sida. Och ibland har vi kunder som är mer klassiska, som Sigourney Weaver, som kanske är mer som min mamma.

” Jag tycker att mode och Hollywood nästan är samma sak.

Mamma Joan Kors sinne för mode överförde hon till sonen redan när han var liten. När skolkamraterna spelade baseball tog hon med honom till modebutiker och cocktailpartyn.

– När jag var liten ville jag bli arkitekt, och sedan blev det showbiz en mycket kort tid. Men jag insåg att jag varken kunde sjunga eller dansa, så det var inte någon bra idé. Och nu tycker jag att mode och Hollywood nästan är samma sak.

Från ungdomens showbiz-intresse (vilket bland annat resulterade i en reklamfilm för frukostflingor) är han nu åter i både tv- och tidningsbranschen. De senaste åren har Michael Kors intervjuat stjärnor som Elizabeth Taylor och Jessica Simpson för Harper's Bazaar samtidigt som *Project runway* gjort att han själv blivit en kändis.

– Jag är först och främst designer och tv-programmet har inte ändrat på hur jag jobbar. Men många som inte kände till mig förut har upptäckt vad jag gör tack vare programmet. Det speciella med *Project runway* är att det är första gången man visar på tv hur kläder skapas. Ingen gör såklart balkläder på 24 timmar – men idén att deltagarna får en utmaning och skapar en design som verkligen blir en realitet tycker jag är mycket fascinerande.

Med sin gedigna erfarenhet är Michael Kors bästa råd till unga designers att alltid vara nyfiken – det är det som har hållit honom i gång i 28 år, berättar han.

– Jag har aldrig jobbat för en annan designer, eftersom jag började i detaljhandeln. Så jag tycker att det är värdefullt att jobba i en butik. Du lär dig mest från kunderna och i slutändan är det de som är det sanna beviset på en designers framgång.

Kanske började Michael Kors modevisioner redan när han var fem år och mamman ville att han skulle ta hennes efternamn, efter att pappa Andersson – en blond och mycket atletisk man som inte alls jobbade med mode – plötsligt gick bort.

– Min mamma tänkte att när jag ändå skulle heta Kors kunde jag lika gärna ändra mitt förnamn. Ingen i min familj kallade mig någonsin Karl – de kallade mig Chuckie, eftersom jag alltid log och skrattade. Så det var ingen större förändring att ta namnet Michael. Och tack och lov för att jag gjorde det, för det finns ju redan en mycket framgångsrik Karl i modebranschen, skrattar han. □

CAMILLA ALFTHAN började bokstavligen på modets insida. Som modell under 80-talet upplevde hon Hubert de Givenchy draperade klänningar och Thierry Mugler skissa modeteckningar. Som journalist har hon intervjuat några av de största modeskaparna och ibland plåtat deras hem. Privat går hon gärna i ridkläder då fritiden ägnas åt att träna galopphästar.