

Leute machen Kleider, diesen Slogan samt 170 Seiten CUT-Magazin-Wälzer knallten uns vor einem Jahr die drei Damen Lucie Schmid, Anja Kellner und Marta Olesniewicz vor die Nasen. Das DIY-Heft bietet jede Menge innovativen Input, eine auffällige Ästhetik und erlesene Schnittmuster – auch für AnfängerInnen. Kürzlich erschien die dritte Ausgabe. Zeit für einen Rundumschlag und eine Tasse Kaffee mit Bildredakteurin und Modejournalistin Anja.

Spul' doch bitte mal ein Jahr zurück, im März 2009 habt ihr das erste CUT Magazin rausgebracht, wie lief das damals ab?

Wir haben uns damals ein wenig wie Studentinnen gefühlt, wir fanden alles lustig und haben es locker genommen. Es war - und ist immer noch - eine Riesenchance. Da wir vorher keine Marktforschung betrieben hatten, wussten wir nicht, wie es angenommen wird und ob überhaupt ein Mensch unser Magazin kaufen würde. Als uns dann aber das positive Feedback überwältigte, wir Radioanfragen bekamen und die erste Auflage restlos ausverkauft war, kam erstmal eine Phase, in der wir leicht überfordert waren. Das Glück, das wir damals empfunden haben, kann nicht bemessen werden, weil wir schlicht und einfach nicht erwartet haben, dass es so gut angenommen wird.

Ihr habt dann sogar nachdrucken lassen und es gab eine regelrechte Schlacht um CUT auf Ebay.

Ja genau, es war echt unglaublich. Noch heute haben wir Anfragen nach der ersten Ausgabe. Das ist ein starkes Gefühl, das natürlich auch den Lesern gegenüber verpflichtet.

Warum unbedingt Print?

Weil wir „Printis“ sind. Unser Magazin, das ja fast schon Buchcharakter hat, geht mir als real existierendes Produkt mehr ans Herz. Das kann keiner aus dem Netz schmeißen oder mit Kommentaren bombardieren. Ich finde es wertiger - speziell wegen des Schnittmusterbogens.

Das Cover der neuen Ausgabe bricht die bisherige Strategie aus gebastelten Collagen und der Papiernähmaschinen-Ästhetik. Warum habt ihr euch diesmal entschieden, ein Model auf den Titel zu packen?

Um einfach mal etwas anderes zu zeigen. Um nicht in eine Schublade gesteckt zu werden. Die Leser sollen nicht das Gefühl bekommen, wir hätten immer einen bestimmten Cover-Style. Aber ehrlich gesagt war das eine relativ spontane Idee. Wir haben Tamina für das Spielzeug-Schmuck-Shooting fotografiert und dabei hat sie uns sehr gefallen. Der Lego-Schriftzug ist übrigens auch ein Produkt dieses Shootings und passt perfekt zur Strecke im Heft.

Das Gesicht des Models lässt sich nur erahnen...

Sie soll eben nicht nur ein schönes Mädchen sein, das nett grinst, sondern etwas mit dem CUT- Schriftzug anstellen und eher so in Richtung Working-Girl gehen. Wir haben uns gedacht, wir probieren das jetzt Mal. Es gab weder ein „Müssen“ noch eine Strategie. Wir machen, worauf wir Lust haben und das muss nicht unbedingt ins Konzept passen. In puncto Layout ist das Heft diesmal ein bisschen trashiger geworden, weniger lieblich. Irgendwie dachten wir uns, wir müssten die Jungs mehr ansprechen.

Es gibt diesmal auch einen Jungs-Schnitt.

Ja genau, ein Unisex-Shirt.

Was meinst Du, wie hoch der männliche Anteil in der Mode-DIY-Bewegung ist?

Gute Frage, würde ich auch gern wissen. Bei unseren Lesern bekomme ich es eher zufällig mit. Das sind entweder Grafik- oder Modestudenten. Und es freut uns natürlich besonders, dass nicht nur Mode- und DIY-Interes-

sierte das Heft kaufen, sondern auch Leser, die das Magazin aufgrund des Layouts mögen.

Die Erstausgabe hat euer Chef, Horst Moser finanziert. Der Plan war, das Heft ab der zweiten Ausgabe über Anzeigen zu finanzieren. Ist das gelungen?

Nein, leider nicht. Dafür inserieren momentan zu wenig Kunden. Das war auch der Grund, weshalb wir den Preis von sieben auf neun Euro fünfzig erhöhen und die Seitenzahl reduzieren mussten. Das hat nichts damit zu tun, dass wir keinen Bock mehr haben. Im Gegenteil: Ginge es nach uns, hätte CUT die doppelte Seitenzahl. Aber jede Seite Papier kostet natürlich Geld.

Euer Chef ist noch am Start?

Ja, wir haben unglaubliches Glück, dass er uns weiterhin unterstützt. Das liegt zum einen daran, dass er ein großer Buch- und Magazinfan ist. Zum anderen ist er stolz darauf, dass dieses Projekt in seinem Haus stattfindet. Er hofft natürlich, dass wir in Zukunft damit Geld verdienen und wir dann auch zeitmäßig entlastet werden. Aber momentan trägt die Agentur das Projekt.

Deswegen kommt CUT derzeit auch nur zwei anstatt wie geplant vier Mal pro Jahr raus?

Ja, aber auch aufgrund des Zeitfaktors. Wir haben ja alle einen Fulltime-Job bei „Independent Media“. Ich bin als Bildredakteurin angestellt, die anderen drei (Miriam Bloching verstärkt seit Ausgabe drei das Team) arbeiten hier als Grafikdesignerinnen. CUT haben wir uns als kreatives Freiprojekt nebenher erschaffen, um uns so richtig austoben zu können. Genau das fand auch unser Chef gut, denn für die Agentur ist es gleichzeitig eine Werbung, die zeigt: Hey Leute, wenn uns keiner reinredet, schaut mal, was wir für coole Sachen umsetzen können! Denn obwohl wir tolle Aufträge haben, müssen wir uns immer an gewisse Vorgaben halten. Wenn ich bestimmte Ideen nicht einbringen kann, heb' ich sie mittlerweile einfach für CUT auf. Das ist super! Es kostet uns allerdings die Freizeit.

Klingt nach Herzblut...

Ich kann oftmals einfach nicht locker lassen. Es gibt Phasen, in denen wache ich nachts auf, weil mir bestimmte Dinge für das Heft einfallen. Spätestens dann weiß ich: Das ist das Richtige. Das kennt man ja vom Studium. Mit CUT fühle ich mich ab und zu in diese Zeit zurück versetzt, weil dieser Extremcharakter von Abschlussarbeit zeitweise vorherrscht.

Wie möchtet ihr den modischen Ansatz in CUT verstanden wissen?

Es geht uns wenig um den Glamour-Faktor, weil wir den nicht spüren. Den wollen wir nicht und den verkörpern wir auch nicht. Natürlich gibt es bei uns durchaus klassische Modestrecken, aber dann zumindest inklusive der DIY-Strecke, um den gewohnten Zugang zu brechen.

Warum wächst die DIY-Bewegung momentan so rasant?

Zum einen, weil es die Stars gemacht haben. Wenn Madonna oder eine „Sex-in-the-City“-Tante strickt, finden das die Fans eben cool. Zum anderen hat es damit zu tun, dass wir den ganzen Tag vorm Computer sitzen und kaum mehr mit den Händen arbeiten. Es entsteht eine andere Art von Konzentration beim Nähen, Kochen oder Gärtnern. Solche Tätigkeiten entspannen auf eine besondere Weise. Außerdem ist es toll, etwas Handfestes geschaffen zu haben.

Den individuellen Charakter nicht zu vergessen...

Ja genau. Da sind wir wieder bei der Herzblut-Geschichte. Die ist unbezahlbar. Genauso wie der Zeitfaktor. Zeit ist der modernste Luxus, den man heutzutage haben kann. Und es hat auch etwas mit unserer Generation zu tun. Wir kennen die DIY-Attitüde noch von unseren Eltern, zwar eher negativ behaftet, aber dennoch an-

heimelnd. Wir machen es auf unsere Art und Weise, wobei es trotzdem immer ein wenig an diese Nestwärme erinnert. Nestwärme find' ich super!

Wie sehen Eure CUT-Zukunftsvisionen aus?

Unser heimlicher Wunsch ist, dass es nur noch CUT in unserem Leben gibt. Wir planen die Community unseres Blogs zu verstärken und CUT-Cafés wären toll.

Wie die Berliner Nähcafés?

Ja, genau! Lucies Traum ist es, irgendwann Stoffe zu entwerfen. Es gibt auf jeden Fall noch viele Pläne. Hoffen wir mal auf einen Lottogewinn.

Interview: Monique Opetz

Das aktuelle Heft (9,50 Euro) ist wie gewohnt prall gefüllt mit feinen Ideen zum Nachbasteln, -nähen oder Bestaunen. Neu ist die Rubrik „Abschlussklasse“, in der BerufseinsteigerInnen ihre Arbeiten präsentieren. Ein weiteres Novum ist der Unisex- Schnittmusterbogen für ein lässiges hüftlanges Jersey-Shirt, neben „Hose Vilma“ und „Shirt Matilda“.