



הזוג הכמוזר

גם אחרי 12 שנות יצירה מוערכת, צמד המעצבות הפועלות בפריז ובברלין תחת המותג Bless עדיין לא החליטו אם הן עוסקות באמנות, בעיצוב מוצר או באופנה. עד שזה יקרה, הן ממשיכות להנפיק קולקציות יוניסקס חתרניות לצד מוצרים הזויים ומתכוננות לשיתוף הפעולה המסעיר הבא - הפעם עם מגזין ישראלי. ריאיון בועט

איתי יעקב, ברלין
17.12.08

איתי יעקב, ברלין



את הפאות על ראשי הדוגמנים והדוגמיניות בתצוגת סתיו חורף 1997'8 בעיצובו שהתקיימה בפריז.

"מלבד השם בלס, תמונה של המוצר ומספר טלפון לא היה שום מידע על מה באמת המודעה", משחזרת קאהג בסטודיו הנעים שלה, השוכן ברחוב רוזה לוקסמבורג במרכז המזרחי של ברלין. "שתי הפניות היחידות שהגיעו היו ממרג'אלה ומהבוטיק 'קולט' בפריז". מאז מנפקות השתיים מדי שנה מספר מוצרים של "בלס", שנלווים לקולקציות הביגוד, הזוכות כל אחת מהן למספר, למשל קולקציית סתיו-חורף הנוכחית שהוצגה בפריז היא Bless

34 N°, וזכתה לשם Eprfect Verything (Everything perfect בשיכול אותיות). ואילו קולקציית המכוניות עם השלט רחוק שעיצבו (פריט שלוהו גם בפרויקט מרהיב במגזין הבריטי Intersection) זכתה לכיכוב לרברי נוי Bless N°35 Automatica. לרברי קאהג, הפריטים מיועדים לנשים ולגברים כאחד. "אנחנו עושות בגדים ללא הגדרה של מין", היא אומרת שעה שאני מודד קרדיגן אפור גדול ממדים עשוי עבודת יד מקולקציית סתיו-חורף 2008'9 (שנמכרת



מסמנים אותן בתעשיית האופנה כאחרונות האוונגרד וכשתי מעצבות אופנה שהוויית הביקור אצלן אינה מסתכמת ברפרוף בקור לבי החנות, אלא שוות ערך לבילוי במגרש משחקים למבוגרים.

הכול התחיל במרג'אלה

השתיים יוצרות יחד מאז סיימו את לימודי עיצוב האופנה בשנת 1995: קאהג, 38, באוניברסיטה לאמנות ולעיצוב בהנובר; הייס, 37, באוניברסיטה לאמנות בוינה. ההיכרות ביניהן נערכה שנתיים קודם בתחרות אופנה בינלאומית למעצבים צעירים שנערכה בפריז (Concours International des Jeunes Createurs de Mode). הפריצה הגדולה שלהן אל תעשיית האופנה התרחשה בשנת 1996, כאשר פרסמו מודעה קטנה במגזין התרבות והאופנה הבריטי ID, בה הציעו למכירה את הפרט הראשון של המותג: BLESS N°00 Furwig - 93 פאות ראש עשויות פרוות דביבון. מעצב האופנה הבלגי מרטין מרג'אלה היה בין הראשונים לזהות את הפוטנציאל של השתיים ולהקפיץ אותן לתודעה הבינלאומית, כאשר הרכיב

מרכז חנות הרגל של מותג האופנה Bless ברובע מיטה בברלין, תלוי ערסל רחב ממדים עשוי רצועות ארוכות של פרוות קויט (זאב ערבות), שנראה במבט ראשון כמיצב אמנותי. התעטפות בפריז וזה המלטפת מכף רגל ועד ראש היא חוויה מעוררת חושים המעלה געגועים אל הרחם, אך מצד שני מציפה תהיות אתיות על השימוש בפרוות אמיתיות. כך או כך, קשה להתעלם מהפריט המוחצן, הראוותני ומלא ההומור הזה, כמו גם מפריטים אחרים של צמד המעצבות אינס קאהג (באיור הימני) ורורי הייס (בשמאל), הנעים על הגבול הדק והמטושטש שבין אמנות לעיצוב מוצר ולאופנה.

קאהג מרגימה לי את אופן החשיבה הזה כשמתוך קופסת פלסטיק שקופה היא שורפת כבל לבן של נגן אייפוד שעוטר על ידן לכל אורכו בפנינים קטנות. בקופסה אחרת מסתתרות מכוניות מירוף קטנות עם שלט רחוק מקולקציית סתיו-חורף 2008'9 בעיצובן, חלקן משובצות אבני מראה מנצנצות, ועליהן מורכב פוני עשוי פרווה, שמתנפנף ימינה ושמאלה בחלל החנות בהתאם למהירות נסיעת המכונית. אלו, לצד קולקציית הביגוד המעניינת שמציגות השתיים מדי עונה בשבוע האופנה בפריז,



נוסט עליו לוגו. "בנקודה זו של הקריירה אנחנו לא בטוחות אם מה שאנחנו עושות הוא באמת אופנה, כיוון שאנחנו לא עוקבות אחר טרנדים", אומרת קאהג בשם השתיים. "המטרה שלנו היא ליצור דברים שאנחנו צריכות באופן זמני, ואחד הדברים החשובים באופנה הוא שהיא מהירה ויש לך רשות, אפילו מצפים ממך, להשתנות ולשנות את הטעם העכשווי. מצד שני, אנחנו מנסות ליצור מותג עם ערכים קבועים, קלסיים, ירוקי-עד, שיהפכו עם הזמן ליותר טבעיים. אנחנו מאוד שמחות בפוזיציה שלנו וברוך שלנו להבין ולטפל בדברים באופן אישי, שלפעמים אינו מסחרי".

בעבודה שלכן שברתן גבולות רבים. עד לאן תרחיקו?

"זו שאלה שקשה לענות עליה, כיוון שאנחנו מרגישות לא פעם אפקט של חוסר הבנה לדברים שאנחנו יוצרות. מצד אחד אתה יוצר מוצר שנראה קלסי מאוד, אבל קשה לראות את החדשנות ואת העבודה הקשה שבו. ניתן להבין את הפיקחות שלו על הגוף רק כשאתה מודד אותו. מצד שני, אנחנו גם יוצרות מוצרים שלפני כן לא היו קיימים, ולפעמים הם גם מטרידים מבחינה ויזואלית. אנחנו מספקות לסביבה שלנו דימוי מאוד לא רגיל, שלפעמים קשה לעכל אותו, מה שמקשה לתייג אותו. אבל אנחנו שמחות על המקום הזה." ©

מדי קולקציה, שהגיעו לשיאם עם הספר שהשיקו השתיים לפני כשנתיים במלאות עשור למותג. במסיבה חגיגת כחנות המותג ברובע המארה בפריז עסקו המוכרות בעיקר בניסיונות להסביר לאורחים שהספרים אינם מתנה, אלא נמכרים כמחיר של 45 אירו. "איבדנו הרבה ספרים באותו ערב", צוחקת קאהג כשאני מוזכר לה את המסיבה.

החנות בפריז נפתחה לפני שנתיים, שם גם ממוקם הסטודיו הנוסף של המותג בו יושבת הייס. "אין חוקיות בנוגע לאופן העבודה", מבהירה קאהג. "אנחנו נפגשות מדי שבועיים ובין לבין יש מיליון מיילים ושיחות טלפון". העבודה בשתי בירות מרוחקות מעניינת. ברלין ופריז מתפקדות כמו פוזיטיב ונגטיב של תעשיית האופנה – האחת שבעה ויוקרתית, השנייה אלטרנטיבית ומתפתחת. יחד הן מעניקות למותג את המתח והמיצוב שלו כפריט יוקרה במהדורה מוגבלת ליוצרי ח"ן. אלו יודעים להעריך את הייחודיות, החומרים האיכותיים ויוקרת המוצר, גם אם לא מת-

↑ מתוך קולקציית סתיו/חורף 2008'9 של Bless 7

בארץ באופן בלעדי בסניף "קום איל פו רדיקל" בבית בנמל, תל אביב). "מן הסתם גברים יקנו פחות חזאיות, אבל הקו שלנו הוא יוניסקס", היא מוסיפה ומדגימה את דבריה באמצעות ז'קט מחויט שחור מצמר אנגלי וכפפות עור שחורות שאליהן מחובר קצה שרוול של ז'קט צמר אפור בדוגמת אדרת דג.

והמבין ביני

נראה כי מה שמחזיק אותן רלוונטיות, מקר ריות והתרניות בלתי נולות הוא שיתופי הפעולה הבלתי פוסקים שלהן עם גרפיקאים, מעצבי אופנה, עורכי מגזינים, מעצבי מוצר וגם מותגים כמו חברות הג'ינסים "ליוויס" ו"רנגלר". שיתוף פעולה מסקרן שלהן ית-

קיים באביב הבא עם מגזין **"פיקניק"** הישראלי, שילווח את קולקציית אביב-קיץ 2009 של המותג. "אני עדיין לא יודע מה יהיה בגיליון", אומר אחד משלושת עורכי המגזין, מאיר קורדבני, "אבל 'פיקניק' יוצא כל פעם כפורמט שונה, ואני מאמין שבגיליון עם בלס יהיה דגש על אופנה". גם קאהג והייס מתחמקות מתשובה לגבי מה שצפוי להיות במגזין. הן רק מוכנות לומר שמאז קולקציה/מוצר מס' 23 הן נוהגות לשתף פעולה עם מגזינים עצמאיים, כדי להציג את הרעיון שמאחורי הקולקציה. "פיקניק" יצטרף למבחר פרסומים שמשחרר המותג

* שמחים לארח // מגזין "פיקניק"

מגזין האמנות והעיצוב "פיקניק", בעריכתם של האדריכל מאיר קורדבני, האמנית הילה נבוק וחוקרת האמנות עדי אנגלמן, יוצא לאור פעמיים בשנה ומשמש במה ויזואלית ונטולת טקסטים ליוצרים מתחומים שונים בארץ ובעולם. לפרטים נוספים: www.picnicmagazine.net