

18.6.2025 N° 26

ZEIT MAGAZIN

»Wir sind
besessen
von der
Zukunft«



Lock by Tiffany

Eine zeitlose Ikone, inspiriert von einer Brosche aus dem Jahr 1883.

Ein Symbol der ewigen Liebe.



Tiffany.de | © 2025 T&CO.

Mit Liebe, Seit 1837 **TIFFANY & CO.**

Von diesen Reisezielen haben wir genug – S. 20

ZEIT MAGAZIN

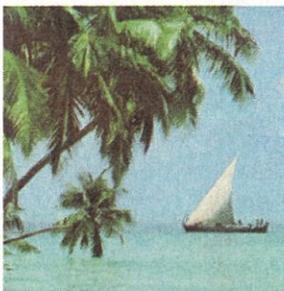
Ein Interview
mit Miuccia Prada,
der wichtigsten
Modedesignerin
der Welt,
und Raf Simons,
der als ihr
Nachfolger gilt



10 »Ich wollte immer die Erste sein«
Miuccia Prada und Raf Simons
über Kreativität im Zeitalter des Algorithmus



20 Gerne nie wieder
Neun populäre Reiseziele, von denen
wir bereits genug haben



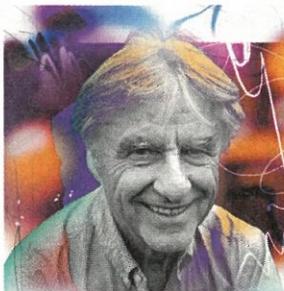
7 Alle Pestos abschaffen!
Bis auf diesen einen – damit machen
wir Basilikumrisotto



8 445 Kubikzentimeter
Kylie Jenner verrät alles über ihre
implantierten Brüste und begründet einen Trend



38 »Spinat ist tatsächlich gesund«
Was der Kabarettist Emil Steinberger
gern früher gewusst hätte



MUSIK FEST BERLIN

Berliner
Festspiele

In Zusammenarbeit mit



Royal Concertgebouw Orchestra
Klaus Mäkelä

Orchestre de Paris – Philharmonie
Esa-Pekka Salonen

Orchestre Philharmonique
de Radio France
Mirga Gražinytė-Tyla

Orchestre des Champs-Élysées /
Collegium Vocale Gent
Philippe Herreweghe

Orchestra dell'Accademia
Nazionale di Santa Cecilia /
London Voices
Daniel Harding

Berliner Philharmoniker
François-Xavier Roth
Kirill Petrenko

und viele andere

Jetzt
Tickets
sichern!

Servicetelefon: +49 30 254 89 100

berlinerfestspiele.de

Miuccia Prada hat keinen Computer, Raf Simons benutzt ein altes Handy. Und doch erspüren die beiden Modemacher jede Saison treffsicher, was wir morgen tragen wollen. Ein Gespräch über Kreativität in Zeiten des Algorithmus, den Geschmack der Massen – und darüber, wie es ist, sich selbst anzuziehen

»Jeder Mensch macht sich Gedanken darüber, wie er aussieht. Aber darüber zu sprechen, ist vielen peinlich«



DIE einflussreichste Modemacherin der Welt trägt Lederpantoffeln, als sie gut zehn Minuten vor der verabredeten Uhrzeit den Besprechungsraum der Mailänder Zentrale ihres Unternehmens betritt. Dazu: Ein graues Reverskleid, das an eine elegante Version einer Krankenschwesteruniform erinnert; an ihren Ohren baumeln klobig geformte Kristallohrhinge. Noch im Stehen beginnt Miuccia Prada, 76, die äußerst selten Interviews gibt, über die politische Weltlage zu sprechen. Sie hat zugleich etwas Zartes und etwas Respekteinflößendes. Im Laufe des Interviews wird sie ihren Kollegen Raf Simons immer wieder unterbrechen, sich zwischendurch heißes Wasser aus einer Silberkanne eingießen, das Gesicht wie ein schmollendes Kind in die Hände stützen, dann wieder einen kleinen Witz reißen. An der Wand des minimalistisch gehaltenen Raums hängt Gerhard Richters Gemälde *Fünf Türen*, aus dem grauen Boden ragt der Schlund einer Tunnelrutsche des Künstlers Carsten Höller, über die man tatsächlich das Gebäude verlassen kann (Miuccia Prada tut dies gelegentlich selbst). Seit bald 40 Jahren gibt sie kontinuierlich die Richtung der Mode vor. Ihre Zweitlinie Miu Miu verzeichnete im vergangenen Jahr ein Umsatzwachstum von über 100 Prozent – eine Sensation in der derzeit eher angeschlagenen Luxusmodebranche. Fußballspielerfrauen und Galeristen, Teenager und Professorinnen wollen tragen, was Prada entwirft, ihr gelingt der Spagat zwischen überraschendem Eigensinn und Tragbarkeit wie keiner anderen. Dabei wollte sie anfangs nicht viel von Mode wissen. In den Siebzigerjahren studierte Prada Politikwissenschaft und absolvierte eine Schauspielausbildung am Mailänder Piccolo Teatro, auch war sie Mitglied der Kommunistischen Partei. Zu Demonstrationen erschien sie allerdings gern in Yves Saint Laurent gekleidet. Ihre freigeistige Haltung hat sie sich bis heute bewahrt. Seit 1993 führt sie mit ihrem Mann und Geschäftspartner Patrizio Bertelli auch die Kunststiftung Fondazione Prada; das gleichnamige, 2015 in Mailand eröffnete Museum ist eine renommierte Adresse für zeitgenössische Kunst. Pünktlich um 14.30 Uhr klopft es leise an die Tür; Raf Simons tritt ein. Im März 2020 ernannte Prada den 57-Jährigen, der sich zuvor bei Jil Sander, Christian Dior und Calvin Klein als einer der prägendsten Designer seiner Generation etabliert hatte, zu ihrem Co-Kreativdirektor; man geht davon aus, dass er sie einmal als alleiniger Chefdesigner beerben wird. Simons trägt einen dunkelblauen Pullover, eine schwarze Hose und schwarze Loafer und ist auch im Gespräch der Andächtigere der beiden. Mit am Tisch sitzt eine PR-Agentin, die Prada gelegentlich Fragen auf Italienisch erläutert.

Signora Prada, Herr Simons, sind Sie manchmal entsetzt, wenn Sie sehen, wie sich die Leute auf der Straße kleiden?

MIUCCIA PRADA: Ich achte nicht darauf, wie sich die Leute anziehen, es sei denn, jemand ist so hervorragend gekleidet, dass es mir auffällt. Ich habe kein Problem damit, wenn jemand schlecht angezogen ist.

RAF SIMONS: So gucken wir nicht auf andere Menschen.

PRADA: Aber es gefällt mir, wenn jemand toll angezogen ist. Es ist schwer, sich auf gute Art exzentrisch zu

kleiden. Sehr wenige Menschen können das. Elegant, klassisch, simpel – das gelingt vielen. Aber dass jemand beim Anziehen gekonnt etwas wagt, ist selten.

SIMONS: Ich stimme zu. Generell sind heute sehr viele Leute gut angezogen, weil das Angebot so groß ist. Ich finde, jede Marke macht heute hübsche Sachen. Man kann in einen beliebigen Laden gehen und wird dort etwas Nettos finden. Was sehr rar ist, sind Menschen, die wirklich hervorstechen. Eine Zeit lang war das etwa in Japan verbreitet, heute nicht mehr so. Gelegentlich fallen mir noch in London Leute auf, die Wert legen auf eine eigensinnige Erscheinung. Ich glaube, dass das mit den sozialen Medien zusammenhängt. Die Leute verhalten sich wie Schafe. Alle wollen gleich aussehen, und alle haben Angst davor, kritisiert zu werden. Als ich jung war, wollte jeder das schwarze Schaf sein. Wir haben es gehasst, wenn jemand im eigenen Umfeld das Gleiche anhatte wie man selbst. Diese Haltung wird immer seltener. Aber ich verstehe das auch, ich kritisiere es nicht. Die Leute haben heute Angst davor, als anders verspottet zu werden.

In den 1980er-Jahren trug man Schulterpolster, in den Neunzigerjahren wurde Grunge groß. Gibt es einen Look, an den man sich aus der heutigen Ära einmal erinnern wird?

SIMONS: Ja: Öde.

PRADA: Ja.

SIMONS: Die heutige Ära wird modisch in Vergessenheit geraten. Sie ist in keiner Weise prägend wie die Sechziger-, Siebziger-, Achtziger-, Neunzigerjahre.

Was interessiert Sie denn derzeit, was gefällt Ihnen, worüber denken Sie gerade nach?

SIMONS: Ich interessiere mich immer für Kunst. Und ich nehme mir inzwischen mehr Zeit für meine Familie als früher. Wenn man jung ist, sagt man sich, »Ach, meine Verwandten? Bei denen melde ich mich einmal die Woche.« Heute bin ich ständig mit ihnen in Kontakt. Wann immer ich die Zeit finde, besuche ich meine Familie. Generell versuche ich, mehr Raum für Ruhe in meinem Leben zu schaffen. Das bedeutet nicht unbedingt, dass

MIUCCIA PRADA, 1949 als jüngstes von drei Kindern in Mailand geboren, übernahm mit 28 Jahren die Leitung des Lederwarenunternehmens Prada, 1913 von ihrem Großvater und dessen Bruder gegründet. Für Aufsehen sorgte sie erstmals in den Achtzigerjahren mit einer Handtasche aus Militärnylon, die bis heute als Kultobjekt gilt; die erste Prêt-à-porter-Kollektion des Hauses entwarf sie 1988. CEO der Prada-Gruppe, zu der neben Prada, Miu Miu und weiteren Marken neuerdings auch Versace gehört, ist ihr Ehemann Patrizio Bertelli. Das Paar hat zwei Söhne

ich dann gar nichts mache. Es kann auch heißen, dass ich mal eine Woche verreise, dass ich nach Los Angeles fliege, um mir die Ausstellung eines befreundeten Künstlers anzuschauen. Früher hätte ich mir so etwas nie erlaubt. Sogar an Weihnachten oder Silvester war ich immer im Atelier. Am Weihnachtsabend habe ich meine Eltern angerufen, habe gesagt, dass ich spät dran sein werde. Das war irre. So bin ich heute nicht mehr. Es hängt wohl mit dem Älterwerden zusammen; auch damit, einen Elternteil verloren zu haben.

Was beschäftigt Sie derzeit, Frau Prada?

PRADA: Ich denke sehr viel über die Zukunft nach, darüber, wie ich meinem Sohn das Unternehmen in möglichst gutem Zustand hinterlassen kann (*Pradas ältester Sohn Lorenzo Bertelli, 37, soll künftig die Geschäftsführung der Prada-Gruppe übernehmen, Anm. d. Red.*). Und neuerdings mag ich Mode wieder mehr als vor ein paar Jahren. Manchmal wird das Leben ja von anderen Dingen überschattet, Problemen mit der Familie, mit der Gesundheit, solchen Sachen. Generell widme ich mich sehr viel meiner Familie. Ich habe jetzt auch eine kleine Enkelin, und ich will sie mit erziehen.

Wie sieht bei Ihnen ein typischer Tag im Büro aus?

PRADA: Ich komme spät ins Büro, in der Regel erst am frühen Nachmittag. Aber zu diesem Zeitpunkt habe ich mich schon den halben Tag mit unzähligen Problemen beschäftigt, habe sehr viele Gespräche geführt. Ich versuche verzweifelt, auf alles ein Auge zu haben. Es ist sehr wichtig, auch auf die kleinen, vermeintlich unwichtigen Dinge zu achten, denn daran entscheidet sich die Qualität des Unternehmens. Und jetzt, wo ich älter bin – ich sage manchmal, »wo ich älter werde«, aber ich *bin* alt –, jetzt versuche ich, mit meinen Mitarbeitern gemeinsam an ihren Aufgaben zu arbeiten, sodass jeder Bereich des gesamten Unternehmens perfekt organisiert ist und alle immer danach streben, das Beste zu erreichen.

Sie meinen, Sie gehen mit den Leuten ihre Ideen und Projekte durch?

RAF SIMONS, Jahrgang 1968, machte sich in den Neunzigerjahren mit seinen von der Jugendkultur inspirierten, geradlinigen Herrenkollektionen einen Namen, international gefeiert wurde er als Chefdesigner von Jil Sander (2006–2012) und Christian Dior (2012–2015). Bis 2023 führte Simons auch ein Herrenmodelabel unter eigenem Namen. Er stammt aus dem belgischen Neerpelt, sein Vater war bei der Armee, seine Mutter arbeitete als Putzfrau. Simons ist studierter Industriedesigner – über eine Begegnung mit dem Modemacher Walter van Beirendonck kam er zur Mode

PRADA: Genau. Dazu gehört auch, nicht gleich mit etwas zufrieden zu sein. Manchmal kommen meine Mitarbeiter zu mir, um mir etwas vorzulegen, zum Beispiel eine neue Verpackung für ein Produkt oder so etwas. Dann frage ich: »Seid ihr damit so richtig zufrieden? Findet ihr, das reicht so?« Dann sagen sie: »Nein.« Ich: »Können wir das besser machen?« Sie: »Ja.«

Herr Simons, Sie und Miuccia Prada beginnen Ihre gemeinsame Arbeit an einer neuen Laufstegkollektion nicht mit Skizzen oder dem Drapieren von Stoffen, sondern mit Gesprächen – stimmt das?

SIMONS: Ja, zwischen uns beginnt der Prozess so. Aber ich selbst fange schon früher an, mir Gedanken zu machen, zu recherchieren, sodass unser Team es leichter hat, zu verstehen, was uns für die Kollektion vorschwebt. Zwischen uns beiden ist die Kommunikation sehr einfach. Wir sagen ein Wort und verstehen uns.

Worum geht es in diesen ersten Gesprächen?

SIMONS: Das kann alles Mögliche sein, ein Film, den man gesehen, ein Buch, das man gelesen hat. Beim Mittagessen erzählen wir uns dann, was uns bewegt, was wir gerade interessant finden. Vom ersten Tag unserer Zusammenarbeit an haben wir uns gesagt: Hasst sie eine Idee oder hasse ich eine Idee, dann werfen wir sie. Wir haben genug Ideen, die uns beiden gefallen.

Sie beide haben keine klassische Modedesignausbildung. Herr Simons, Sie sind gelernter Industriedesigner und haben erst später eine Schneiderlehre gemacht. Frau Prada, Sie haben eine Schauspielausbildung absolviert und ein Politikwissenschaftsstudium mit Promotion abgeschlossen. Sie waren damals auch Mitglied der Kommunistischen Partei. Welche Rolle spielt Politik heute in Ihrem Leben?

PRADA: Mit unseren Ausstellungen in der Fondazione Prada versuche ich, die Leute zum Nachdenken anzuregen. Und ich würde dabei gern mehr Grenzen überschreiten, ich wäre gern politischer, aber mir ist bewusst, dass ich Teil der Luxusindustrie bin. Deshalb kann ich nur bis zu einem gewissen Grad politisch Stellung beziehen. Ansonsten würde ich sehr kritisiert werden. Die Herausforderung besteht für mich darin, eine Balance zu wahren: etwas zu wagen, aber nicht so, dass ich mich zu sehr in politische Diskussionen einmische. Ich habe sehr viele Meinungen, aber ich hüte mich davor, sie den Leuten mitzuteilen. Oberflächlichkeit ist heute ein riesiges Problem, deshalb wollen wir in der Fondazione sehr ernsthafte, fundierte Ausstellungen zeigen. Derzeit beispielsweise eine Schau zur deutschen Fotografie des 20. Jahrhunderts. Ich versuche, politisch zu sein, ohne es laut in die Welt zu brüllen.

Ist es schwer, diese Balance zu wahren?

PRADA: Ich gebe Ihnen mal ein Beispiel. Vor einer Weile habe ich mit einem Künstler eine Ausstellung geplant. Sein Werk ist fantastisch, aber während wir zusammen an der Ausstellung arbeiteten, provozierte

er mich ständig mit Einfällen über heikle politische Themen, zu denen er unbedingt etwas machen wollte. Er beschwerte sich bei mir: »Du hörst mir nicht zu! Du unterstützt mich nicht!« Eines Tages fand ich heraus, dass er an einem Kunstwerk über die italienische Ministerpräsidentin arbeitete. Drei Tage vor der Ausstellungseröffnung kam er damit an, er sagte: »Das Werk über die Ministerpräsidentin möchte ich gern im Badezimmer des Museums ausstellen.« An diesem Punkt hatte er die Eröffnung schon zweimal verschoben! Um Mitternacht vor der geplanten Eröffnung habe ich dann beschlossen, dass ich die Ausstellung absage. »Es sei denn, du entfernst das Kunstwerk über die Ministerpräsidentin«, sagte ich zu ihm. »Warum sollte ich die Ministerpräsidentin meines Landes beleidigen? So wird die Ausstellung nicht stattfinden.« Um drei Uhr morgens gab er nach.

Sie haben gewonnen.

Miuccia Prada lächelt.

Herr Simons, Sie haben vorhin angesprochen, dass heute viele Menschen gleich aussehen und bloß nicht hervorstechen wollen. Liegt das Ihrer Meinung nach auch daran, dass man im algorithmusgesteuerten Internet oft nur noch das zu sehen bekommt, was einem eh schon gefällt?

SIMONS: Ja. Wenn man online heute etwas sucht, auf Pinterest oder wo auch immer, werden einem dort am nächsten Tag genau diese oder sehr ähnliche Dinge wieder vorgeschlagen. Mit der Laufstegkollektion dieses Sommers wollten wir diesem Gefühl etwas entgegensetzen. Jeder Look sah völlig anders aus als der vorherige.

Die Show war tatsächlich ziemlich überraschend. Es gab Sonnenbrillen in extremen grafischen Formen, die das halbe Gesicht verdeckten, und eine sportliche Windjacke über einem gefiederten Cocktailkleid. Vieles, was man sonst heute in der Mode sieht, ist sehr erwartbar.

PRADA: Absolut. Das ist ein riesiges Problem.

Aber woran liegt das?

PRADA: Das liegt daran, dass alles, was man macht, innerhalb von drei Tagen von mindestens fünf anderen Unternehmen kopiert wird. Alle kopieren sich gegenseitig. Wir tun das hoffentlich nicht. Aber die Regel lautet: Wenn ein Haus ein erfolgreiches Produkt lanciert, machen es einen Monat später alle nach. Generell steckt die Kreativität im Moment ein bisschen fest. Wir leben in keiner besonders guten Zeit für Künstlerinnen, für Filmregisseure, für die Mode ... Die Kreativität ist gerade nicht herausragend. Die Wissenschaft hingegen macht Fortschritte, in anderen Bereichen geht es voran.

SIMONS: Ja, es gibt große technologische Innovationen. Ich denke, ein Problem ist auch, dass die Modebranche zu groß geworden ist. Und da gibt es keinen Weg zurück – es sei denn, eine Wirtschaftskrise führt zu einer gewissen Verkleinerung.

Sie meinen, die Branche ist wirtschaftlich zu groß geworden?

SIMONS: Mode soll heute allen gefallen. Aber das ist nicht wirklich die Idee von Designermode. Kleidung, ja – jeder braucht Kleidung. Aber High Fashion? Es liegt nicht in der Natur der Designermode, dass sie für alle gemacht wird. Über viele Jahre scheinen das aber viele Modedesigner und Modeunternehmer geglaubt zu haben: dass Designermode ultrademokratisch und für alle da sein kann. Offensichtlich ist sie das aber nicht. Die Leute sind heute wie die Gänse gestopft voll mit nicht besonders kreativen Produkten. Wie lange soll das noch funktionieren?

PRADA: Aber wenn wir über Größe und Reichweite sprechen: Für mich war es damals eine bewusste Entscheidung, groß zu werden. Es hat mich nie interessiert, eine kleine Nischenmarke für ein paar schicke Leute zu sein. Das wäre mir zu einfach. Es gefällt mir, ein großes Publikum anzusprechen.

Warum?

PRADA: Wenn man viele Leute erreicht, versteht man auch, wie die Leute generell ticken, was sie gerade wollen. Man versteht, woher die Leute ihre Meinungen nehmen ... Es ist interessant!

Selbst wenn einem nicht alles gefällt, was die Massen wollen?

PRADA: Absolut! Denn so kommt man aus seiner eigenen kleinen Blase heraus. (*Zu Simons*) Manchmal diskutieren wir darüber – er ist ja puristischer als ich, er ist radikaler. Ich will nicht gerade kommerziell sein, aber ich will *mittendrin* sein.

Wir wollten Sie ohnehin fragen, wie Sie zusammenarbeiten, ob es auch mal Streit gibt ...

PRADA: Er liegt immer richtig (*lacht*).

SIMONS: Nein!

PRADA: Aus ästhetischer Sicht jedenfalls, wenn es etwa darum geht, zu entscheiden, welches Foto das beste ist. Generell müssen wir immer eine Balance finden zwischen allzu kommerziell und interessant kommerziell. Denn »kommerziell« ist ja kein Schimpfwort! Wir machen keine Kunst. Wir sind ein Unternehmen, das wirtschaftlich funktionieren muss.

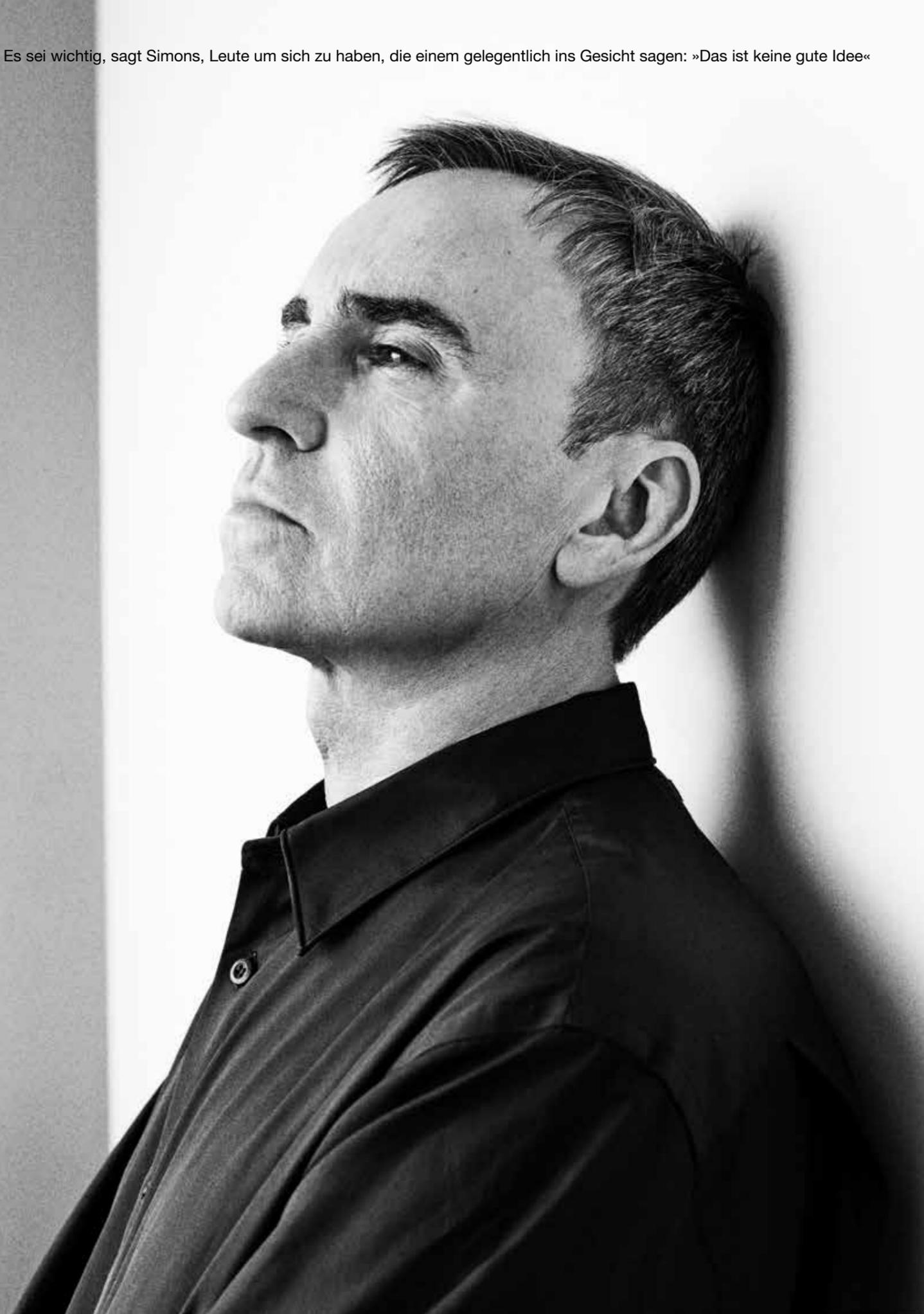
Frau Prada, Sie haben mal gesagt, dass Sie sich beim Entwerfen einer Kollektion immer drei Fragen stellen: »Mag ich diese Kleider? Werden sie sich verkaufen? Und sind sie kreativ?« Und Sie sagten damals auch, dass Sie nie alle drei Fragen mit Ja beantworten können.

PRADA: Das stimmt nicht! Manchmal kann ich sehr wohl alle drei Fragen mit Ja beantworten. Wir sind als Haus sogar berühmt dafür, dass diese drei Ansprüche bei uns am ehesten übereinstimmen.

Wir zitieren Sie nur – Sie haben das vor 20 Jahren gesagt.

PRADA: Ah! Ja, gut, aber manchmal klappt es schon.

Es heißt ja, die Mode sei ein Spiegel unserer Zeit und der Welt, in der wir heute leben. Das klingt immer etwas abstrakt. Können Sie erklären, inwiefern Kleider die gesellschaftliche und politische Gegenwart abbilden?



PRADA: Wenn man sich dafür interessiert, was gerade in der Welt passiert, dann wird man einen Rock sehr wahrscheinlich anders entwerfen als zu einem anderen Zeitpunkt. Ich weiß nicht genau, inwiefern eine Modedesignerin den Zeitgeist wiedergibt, aber es stimmt, dass manches zur jeweiligen Zeit passt und anderes sich eher falsch anfühlt.

SIMONS: Wenn man Kunst macht, kann man ein Genie sein, das sich über 50 Jahre lang in einen Raum einschließt. Für einen Modedesigner ist das unmöglich. Mode entsteht mit Menschen. In der Mode geht es um Menschen, es geht um Körper, Mode bewegt sich in der Welt.

PRADA: Ich hatte immer einen Sinn für Mode. Ich wollte immer in allem die Erste sein. Entweder man hat dieses Gespür, oder man hat es nicht. Instinktiv weiß man, welche Farbe als Nächstes kommt, ob die Proportionen größer oder kleiner werden ... Und man weiß das vor anderen Leuten. Generell sage ich immer, dass man einen Stuhl für sein Zuhause ebenso aussucht wie einen Ort für seinen Urlaub – alles gehört zur ästhetischen Vision, die man für das eigene Leben hat. Und wie man sich kleidet, ist eben auch Teil dieser Vision. Wie mit den Möbeln in seiner Wohnung drückt man auch mit der Kleidung etwas von sich selbst aus. Ich glaube, dass die meisten Leute nur deshalb so wenig über Mode reden – weil sie mit dem Körper zusammenhängt.

Und das ist zu intim?

PRADA: Ja. Jeder Mensch macht sich Gedanken darüber, wie er aussieht. Alle wollen attraktiv sein, alle wollen anderen gefallen. Aber darüber zu sprechen, ist vielen peinlich, denn man muss dabei ja auch zu gewissen Schwächen stehen, etwa zu Dingen, die man am eigenen Körper nicht mag.

SIMONS: Andererseits stelle ich auch immer wieder fest, dass viele Leute sehr neugierig auf die Mode sind. Wenn ich mich in einem eher modefernen Umfeld bewege, wollen die Leute immer etwas über meine Arbeit erfahren. Wenn ich bei einem Abendessen Leute kennenlerne, die wissen, als was ich arbeite, sagen die aber auch oft sofort: Ich kenne mich mit Mode nicht aus! Fast wie eine Entschuldigung.

Alle paar Wochen müssen Sie eine neue Laufstegkollektion für Damen und Herren entwerfen, neue Accessoires auf den Markt bringen, sich Konzepte für Ihre Schauen ausdenken – und das seit Jahrzehnten. Wie bleiben Sie kreativ?

SIMONS: Ich glaube, es ist wichtig, ein paar Leute um sich zu haben, die es wagen, einem gelegentlich ins Gesicht zu sagen: »Das ist keine gute Idee. Das sieht nicht gut aus.« Viele Menschen dulden es ja nicht, dass man sie herausfordert.

PRADA: Bei mir zu Hause habe ich dieses Problem nicht, ich werde ständig herausgefordert. Meine zwei Söhne und mein Mann nehmen mich pausenlos ins Verhör. Kritik ist in unserer Familie ganz wichtig. Wir machen im Prinzip nichts anderes!

SIMONS: Aber die meisten Menschen wehren sich dagegen. Viele Kreative schotten sich total ab.

Sie müssen mit Ihrer Mode heute auf vielen unterschiedlichen Kanälen präsent sein, um die Menschen zu erreichen. Die junge Generation – Ihre zukünftige Kundschaft – ist in sozialen Medien wie TikTok aktiv. Dort wird vom Algorithmus fortgespült, was die Leute nicht binnen Sekunden fesselt. Wie geht es Ihnen als Kreativen damit?

PRADA: Ich habe keinen Computer. Ich bin nicht in den sozialen Medien. In technischen Dingen bin ich eine Niete.

Sie benutzen die sozialen Medien nicht mal als Tool? Schauen Sie sich gar nicht an, was die Leute dort machen?

PRADA: Nein.

SIMONS: Ich auch nicht. Mein Assistent sagt immer, »Du musst dir endlich mal ein neues Telefon anschaffen, dein Telefon ist so alt«. Darauf ich: »Wieso brauche ich ein neues Telefon?«

PRADA: Das geht mir auch so! Sehen Sie, ich habe ein ganz altes Gerät (*sie dreht ihr iPhone in den Händen – ein Exemplar, das noch einen Home-Button hat*).

Denken Sie beim Entwerfen denn darüber nach, wie Ihre Kollektion im Internet aussehen wird? Die meisten Leute schauen sich Ihre Mode ja auf kleinen Bildschirmen an ...

PRADA: Null! Um gegenwärtig zu sein, muss man sich mit gegenwärtigen Ereignissen auseinandersetzen. Dann mache ich exakt das, was sich für mich gerade richtig anfühlt.

Viele Leute würden argumentieren, dass eine Modemache- rin heute wissen muss, was im Internet passiert.

PRADA: In diesem Sinne bin ich wohl eine Querdenkerin. Ich will das Gegenteil von dem machen, was alle machen. Hehe!

PR-AGENTIN: Aber die Frage war doch: Ist es in Ordnung für euch, dass viele Leute eure Entwürfe heute vor allem in den sozialen Medien wahrnehmen?

PRADA: Absolut.

SIMONS: Ja! Die sozialen Medien sind keine Tools für uns, wir finden auf diesen Plattformen keine Inspiration. Aber für uns als Unternehmen sind sie natürlich enorm wichtig. Als Unternehmen muss man mit der Zeit und der neuen Generation gehen. Selbst wenn man manches davon infrage stellt oder kritisiert, entkommt man dem nicht.

Modehäuser wie Prada arbeiten heute auch mit Influencern zusammen – vornehmlich Frauen, die sich oftmals stark ähneln, ein sehr ähnliches Körperbild haben, die auch oft die gleichen Komplettlooks der Marken tragen, von denen sie gesponsert werden. Seit einigen Jahren gibt es sogar KI-generierte Social-Media-Influencer, etwa Lil Miquela, mit der auch Prada schon zusammengearbeitet hat. Finden Sie, dass diese oft generisch anmutenden Leute – oder Figuren – gute Botschafterinnen Ihrer Vision sind?

SIMONS: Gut in welchem Sinne? Aus wirtschaftlicher Sicht?

Wir gehen davon aus, dass es aus wirtschaftlicher Sicht für Prada funktioniert.

PRADA: Ich würde nicht sagen, dass Influencerinnen alle gleich aussehen, das stimmt nicht. Und sie sind nun mal Teil der Gegenwart.

SIMONS: Wir wollen beide nicht solche alten Leute werden, die über alles Neue nörgeln. So ist die Welt heute nun mal, so ist die Zukunft. Und wir sind besessen von der Zukunft: von künftigen Generationen, wie wir die erreichen, was sie inspiriert ...

PRADA: Viele linke Intellektuelle klagen ständig, früher sei alles besser gewesen. Aber wenn man etwas verändern will, muss man offen für die Gegenwart und Zukunft sein. Nur dann kann man sie auch beeinflussen. SIMONS: In der Modebranche wurde in den letzten Jahren immer groß getönt, die Mode sei jetzt Pop und demokratisch und für alle da. Aber es ist immer noch eine sehr elitäre Welt, auf eine Art fast mehr als früher, denn heute wird so getan, als könnten alle an dieser Welt teilnehmen. Zu den Modenschauen werden aber nur ganz ausgewählte Leute eingeladen. Über Instagram und Influencer können die Leute immerhin virtuell eine Modenschau mitverfolgen.

Frau Prada, Sie haben sich immer als Feministin bezeichnet, in den Siebzigerjahren waren Sie in der italienischen Frauenrechtsbewegung engagiert. Was ist für Sie heute feministisch?

PRADA: Es ist kompliziert, heutzutage Feminismus zu definieren – in der globalisierten Welt sind wir alle mit so vielen verschiedenen Kulturen, Religionen, Themen konfrontiert. Als ich jung war, bedeutete Nacktsein als Frau, dass man eine Revolution anzetteln wollte. Heute weiß ich nicht mehr, was Nacktsein bedeutet. Und weil man mit so vielen unterschiedlichen Menschen konfrontiert ist, geht man wahrscheinlich viel vorsichtiger mit dieser Frage um. Bis vor ein paar Jahren hätte ich gesagt: Ja, ich will nackt auf die Straße gehen, um frei zu sein. Heute bin ich mir nicht mehr so sicher, ob es Freiheit bedeutet, wenn eine Frau sich auszieht, oder ob es bedeutet, dass sie auf unguete Weise sexy sein will. Wir leben in einer komplexen Zeit, und es ist schwer, genau zu verstehen, was gerade warum passiert.

Wovon müssten Frauen aus Ihrer Sicht heute noch befreit werden?

PRADA: Für Frauen in der westlichen Welt ist das große Problem aus meiner Sicht vor allem die Vereinbarkeit von Arbeit und Familie. Wenn man nicht arbeitet, hat man keine Freiheit. Wenn man jemand anderen um Geld bitten muss, um zu überleben, ist man ausgeliefert. Das ist das Einzige, bei dem ich mir sicher bin: dass man sich seinen Unterhalt selbst verdienen muss.

In Italien haben Sie zum ersten Mal eine Ministerpräsidentin – wenn auch von einer rechtsextremen Partei. Bedeutet das, dass die Dinge für Frauen vorangehen?

PRADA: In mancher Hinsicht haben wir Fortschritte gemacht. In Italien dürfen Frauen erst seit 1946 wählen.

FEEL AT HOME

Luxuriös | Individuell | Wertbeständig



Erleben Sie HUF HAUS hautnah:

In einem unserer Musterhäuser in ganz Europa oder bei einer persönlichen Tour durch die hochmoderne Produktion im Westerwald.

Terminvereinbarung unter 02626 761-200.



Wir haben erst seit 80 Jahren das Wahlrecht! Insofern haben wir uns vorwärts bewegt. In anderen Belangen nicht. Es ist wirklich kein einfaches Leben, wenn man Kinder hat, sich um alles kümmern muss und auch noch arbeitet.

Und in diesem Bereich hat sich Ihrer Meinung nach auch nichts verbessert?

PRADA: Ich sehe nicht viele Länder, in denen Gesetze verabschiedet werden, die die Vereinbarkeit von Arbeit und Familie für Frauen erleichtern. Vielleicht Deutschland? Sind Väter bei Ihnen nicht verpflichtet, drei oder vier Monate zu Hause zu bleiben?

Sie können Elternzeit nehmen, aber nicht mal die Hälfte tut es.

PRADA: Ach, sie sind nicht verpflichtet? Nun, dann ist das auch kein Fortschritt.

Herr Simons, wovon müssen Männer heute befreit werden?

Und ist Mode etwas, das dabei helfen kann?

SIMONS: Ich glaube, die Mode tut das tatsächlich, ja. Ich glaube, sie befreit uns ...

PRADA (unterbricht): Revolution ist besser als Mode! Unter uns gesagt (lächelt).

Wie kann die Mode uns befreien?

SIMONS: Ich glaube, dass die Mode sehr viel für Menschen mit nicht heterosexuellen Orientierungen getan hat. Lange Zeit mussten sich viele Männer in dieser Hinsicht verstecken. Und die Mode, das kreative Umfeld generell, hat ihnen teilweise geholfen, sich zu befreien.

PRADA: Aber in der Mode geht es um Ästhetik. Es ist nicht der Ort, an dem die wichtigen Dinge entschieden werden. Wenn man ein Problem hat, ein Freund oder jemand in der Familie krank ist, dann ist Kleidung das Letzte, worüber man nachdenkt. Wenn man positiv drauf ist, dann kann man sich mit Mode beschäftigen. Ästhetik ist etwas für gute Zeiten. Ich glaube nicht, dass sich die Menschen in der Ukraine im Moment für Mode interessieren.

SIMONS: Was ich meine: Es gab eine Zeit, in der es nicht möglich war, auf die Straße zu gehen, wenn man sich auf bestimmte Weise zeigen, wenn man eine bestimmte Orientierung ausdrücken wollte. In dieser Hinsicht haben sich die Dinge zumindest verbessert. Natürlich nicht überall – es kommt auf das Land an, manchmal sogar auf die Stadt. Aber es gibt Fortschritte.

Frau Prada, wenn Sie sich morgens anziehen, was geht Ihnen dann durch den Kopf? Welchen inneren Monolog führen Sie dabei mit sich selbst?

PRADA: Ich ziehe mich in drei, möglichst zwei Minuten an. Ich weiß, in welcher Phase ich mich gerade befinde. Im Moment trage ich zum Beispiel jeden Tag ein Kleid. Ich habe drei Genres, die ich in abwechselnden Phasen trage. Das heißt, innerhalb dieser Phasen ziehe ich mehr oder weniger das Gleiche an. Und ich gehe sehr selten aus, eigentlich nie. Ich reise auch sehr wenig, weil ich Jetlag hasse. Ich lade eher Leute zu mir nach Hause

ein. Meistens sind das Freunde, sodass ich mich nicht groß herausputzen muss.

Können Sie denn erklären, worin die Freude am Anziehen besteht? Was finden wir in diesem Prozess?

PRADA: Ich habe eher keine Freude daran – wie es anderen geht, weiß ich nicht. Normalerweise beobachte ich, dass es für Frauen ein Kampf ist. Wenn sie beispielsweise zu einer Hochzeit gehen, zerbrechen sie sich den Kopf: Was soll ich bloß anziehen? Zumindest wenn Frauen sich für einen bestimmten Anlass anziehen müssen, stellt das für sie offenbar eher ein Problem als ein Vergnügen dar.

Und für Sie ist es auch kein Vergnügen?

PRADA: Das Anziehen ist für mich nicht wirklich ein Vergnügen, nein. Aber gleichzeitig könnte ich nichts anziehen, was mir nicht gefällt. Und selbst wenn ich zu einem Abendessen oder einer Veranstaltung gehen muss, entscheide ich erst im letzten Moment, was ich anziehe, weil es sich immer für den Moment richtig anfühlen muss. Wenn ich schon, eine Stunde bevor ich das Haus verlasse, fertig angezogen bin, funktioniert das nicht. Ich muss mich erst in letzter Minute entscheiden. Dann fühle ich mich wohl. Natürlich bereite ich meine Garderobe vor, wenn ich in den Urlaub fahre. Ich nehme bestimmte Sachen mit, und dann trage ich das meiste davon nicht. Ich hoffe immer, dass ich dann endlich mal die Zeit habe, mich mit ein bisschen Muße anzuziehen, aber eigentlich kommt es dazu nie.

Herr Simons, was glauben Sie, was die Menschen daran finden, sich anzuziehen? Worin besteht die Freude, die uns Mode bereitet?

SIMONS: Also, jemandem wie meinem Vater ist es völlig egal, wie er sich anzieht. Aber für Menschen, die sich dafür interessieren, ist es, glaube ich, noch ein viel wichtigerer Prozess, als wir verstehen. Im Laufe meiner Karriere habe ich mich oft selbst gefragt: Was zum Teufel mache ich hier eigentlich? Mode, also wirklich! Ich könnte Menschen helfen, ich könnte in einem Krankenhaus arbeiten. Aber irgendwann hat mir mal jemand gesagt: »Du hast ja keine Ahnung, wie inspirierend Mode für die Leute ist.« Und dieser Gedanke hat mich umgestimmt. Die Mode ist inspirierend für andere Menschen, so wie ich von Kunst berührt werde. Ich glaube auch, dass jeder Mensch manchmal negative Gedanken über sich selbst hat: »Oh, das passt nicht zu mir« oder »Das mag ich nicht an mir«. Und Mode ist zumindest teilweise etwas, das einem mehr Selbstvertrauen schenken kann.

PRADA: Das sehe ich auch so! Wenn man keine Schönheit ist, aber intelligent, dann kann man ganz außergewöhnlich aussehen. Wirklich wahr! Wenn man eine exzentrische Seite hat, dann kann man sogar etwas, das nicht so vorteilhaft an einem ist, in etwas Gutes verwandeln. Selbst wenn man nicht die besten Beine hat, kann man mit viel Stil einen Minirock tragen. In diesem Sinne hilft die Mode sehr.

Wir sehen uns.

Nichts mehr verpassen: **13 Wochen DIE ZEIT testen und 35 % sparen.** Lesen Sie preisgekrönte Reportagen, tiefgründige Analysen und kontrastreiche Debatten – **gedruckt oder digital**, inklusive ZEITmagazin. Jederzeit monatlich kündbar.



Jetzt alle Abovorteile sichern:
www.zeit.de/zeitmagazin-lesen
Tel. 040/42 23 70 70*



Digital mit
ZEIT Audio
und Z+

Cover DIE ZEIT

"I try to be political"

A conversation with Miuccia Prada and her likely successor

Cover Zeit Magazin

"We are obsessed with the future"

Inside Cover Zeit Magazin

An interview with Miuccia Prada, the most important Fashion Designer in the world, and Raf Simons, considered her successor

Page 5

„I always wanted to be the first“

Miuccia Prada and Raf Simons on creativity in the age of algorithms

Page 10

Miuccia Prada doesn't own a computer; Raf Simons uses an old phone. Yet every season, the two designers intuitively sense what we'll want to wear tomorrow. A conversation about creativity in the age of algorithms, mass taste, and what it means to dress oneself.

„Everyone thinks about how they look. But many people are embarrassed to talk about it.“

Caption Portrait Mrs. Prada

She would like to be more political, says Miuccia Prada. But she is aware that she is part of the luxury industry.

The world's most influential fashion designer wears leather slippers as she enters the meeting room of her Milan headquarters a good ten minutes ahead of schedule. She wears a gray lapel dress reminiscent of a stylish nurse's uniform, and heavy crystal earrings dangle from her ears. Still standing, 76-year-old Miuccia Prada, who rarely gives interviews, begins speaking about the political state of the world. She has both a gentle and awe-inspiring presence. Throughout the interview, she frequently interrupts her colleague Raf Simons, pours herself hot water from a silver pot, rests her face in her hands like a sulky child, and cracks the occasional joke.

The minimalist room features Gerhard Richter's painting *Five Doors*, and from the gray floor juts a tunnel slide by artist Carsten Höller, which actually allows you to exit the building (Prada occasionally uses it herself). For nearly 40 years, she has been setting the course for fashion. Her secondary line Miu Miu recorded over 100 percent sales growth last year—a sensation in an otherwise struggling luxury fashion sector. Footballers' wives and gallerists, teenagers and professors want to wear what Prada designs. She uniquely bridges the gap between surprising individuality and wearability. Yet initially, she wasn't very interested in fashion. In the 1970s, Prada studied political science, trained as an actress at Milan's Piccolo Teatro, and was a member of the Communist Party. She attended demonstrations wearing Yves Saint Laurent. Her free spirit endures. Since 1993, she and her husband and business partner Patrizio Bertelli have run the Fondazione Prada art foundation; the namesake museum opened in Milan in 2015 and is a renowned hub for contemporary art.

At 2:30 p.m. sharp, there's a soft knock on the door. Raf Simons enters. In March 2020, Prada appointed the 57-year-old, who had established himself at Jil Sander, Christian Dior, and Calvin Klein, as her co-creative director; he is expected to eventually become sole head designer. Simons wears a navy sweater, black pants, and black loafers, and is the more reverent speaker. A PR agent sits at the table, occasionally clarifying questions in Italian for Prada.

ZEITmagazin: *Signora Prada, Mr. Simons, are you ever appalled by how people dress on the street?*

Miuccia Prada: I don't really pay attention to how people dress—unless someone is so exceptionally well-dressed that it catches my eye. I have no problem with someone being poorly dressed.

Raf Simons: That's not how we look at other people.

Prada: But I do enjoy it when someone is dressed beautifully. It's hard to dress eccentrically in a good way. Very few people can do that. Elegant, classic, simple—that many can achieve. But for someone to take risks in dressing and do it well—that's rare.

Simons: I agree. In general, a lot of people are well-dressed today because the range of what's available is so vast. I think every brand today makes attractive clothes. You can walk into almost any store and find something nice. What's really rare are people who truly stand out. For a while, that was more common in Japan—but not so much anymore. Occasionally in London, I still notice people who care about having a distinctive appearance.

I think this has a lot to do with social media. People behave like sheep. Everyone wants to look the same, and everyone is afraid of being criticized. When I was young, everyone wanted to be the black sheep. We hated it when someone in our circle wore the same thing we did. That mindset is becoming increasingly rare. But I also understand it—I'm not judging. People today are afraid of being mocked for being different.

ZEITmagazin: In the 1980s, people wore shoulder pads; in the 1990s, grunge became big. Is there a look from today's era that people will remember?

Simons: Yes: *Boring*.

Prada: Yes.

Simons: Fashion today will be forgotten. It's not defining in any way, unlike the '60s, '70s, '80s, or '90s.

ZEITmagazin: What are you interested in at the moment? What do you like, what are you thinking about?

Simons: I've always been interested in art. And these days, I'm spending more time with my family than I used to. When you're young, you think, *"My relatives? I'll check in once a week."* Now I'm in touch with them constantly. Whenever I find the time, I visit my family. In general, I'm trying to make more space for calm in my life. That doesn't necessarily mean doing nothing. It might mean taking a week off, flying to Los Angeles to see an exhibition by a friend who's an artist. I would never have allowed myself to do that before. Even at Christmas or New Year's, I was always in the studio. On Christmas Eve, I'd call my parents to say I'd be late. That was crazy. I'm not like that anymore. I guess it has to do with getting older—and with losing a parent.

MIUCCIA PRADA *Born in 1949 in Milan as the youngest of three children, she took over the family's leather goods company at the age of 28. Prada had been founded in 1913 by her grandfather and his brother. She first attracted major attention in the 1980s with a handbag made from military nylon, which is still considered a cult item today. She designed the company's first prêt-à-porter collection in 1988. The CEO of the Prada Group—which, in addition to Prada and Miu Miu, now also includes Versace—is her husband, Patrizio Bertelli. The couple has two sons.*

ZEITmagazin: What's on your mind these days, Ms. Prada?

Prada: I think a lot about the future—about how I can leave the company to my son in the best possible shape. (*Prada's eldest son, Lorenzo Bertelli, 37, is expected to take over management of the Prada Group, editor's note.*) And lately, I've started to enjoy fashion more again than I did a few years ago. Sometimes life gets overshadowed by other things—family issues, health problems, that kind of thing. In general, I devote a lot of time to my family. I also have a little granddaughter now, and I want to help raise her.

ZEITmagazin: What does a typical day at the office look like for you?

Prada: I come to the office late—usually not until early afternoon. But by that point, I've already spent half the day dealing with countless issues and having many conversations. I try desperately to keep an eye on everything. It's very important to pay attention to the small, seemingly unimportant things—because that's where the quality of a company is ultimately determined. And now that I'm older—I sometimes say "as I'm getting older," but I *am* old—I now try to work closely with my team on their

tasks, so that every part of the company is perfectly organized and everyone is constantly striving to achieve the best.

RAF SIMONS *Born in 1968, he made a name for himself in the 1990s with his clean-cut menswear collections inspired by youth culture. He received international acclaim as the head designer at Jil Sander (2006–2012) and Christian Dior (2012–2015). Until 2023, Simons also ran a menswear label under his own name. He is originally from Neerpelt, Belgium; his father was in the military, and his mother worked as a cleaning woman. Simons studied industrial design and found his way into fashion through a meeting with designer Walter van Beirendonck.*

ZEITmagazin: You mean you go through your employees' ideas and projects with them?

Prada: Exactly. And that also means not being immediately satisfied with something. Sometimes my staff come to me to present something—like new packaging for a product, for example. And I'll ask: *"Are you really satisfied with this? Do you think this is good enough?"* And they'll say: *"No."* Then I ask: *"Can we do better?"* And they say: *"Yes."*

ZEITmagazin: Mr. Simons, is it true that you and Miuccia Prada don't begin your work on a new runway collection with sketches or fabric draping, but with conversations?

Simons: Yes, that's how the process begins between us. But on my own, I start thinking and researching earlier, so that our team has an easier time understanding the direction we're envisioning for the collection. Communication between the two of us is very easy. We say one word and understand each other.

ZEITmagazin: What are these initial conversations about?

Simons: It can be anything—a film we've seen, a book we've read. Over lunch, we share what's been on our minds, what we find interesting. From the very first day of our collaboration, we agreed: If one of us hates an idea, we toss it. We have enough ideas that we both like.

ZEITmagazin: Neither of you has a traditional fashion design education. Mr. Simons, you're a trained industrial designer and only later apprenticed as a tailor. Ms. Prada, you trained as an actress and completed a political science doctorate. You were also a member of the Communist Party at the time. What role does politics play in your life today?

Prada: With our exhibitions at the Fondazione Prada, I try to make people think. And I would like to push more boundaries, to be more political, but I'm aware that I'm part of the luxury industry. That's why I can only take a political stand to a certain extent. Otherwise, I'd face a lot of criticism. The challenge for me is to maintain a balance: to take risks, but not in a way that makes me too involved in political discussions. I have many opinions, but I'm careful not to share them with others. Superficiality is a huge problem today, which is why we want to show very serious, well-founded exhibitions at the Fondazione. Right now, for example, there's an exhibition on 20th-century German photography. I try to be political without shouting it out loud.

ZEITmagazin: Is it difficult to maintain this balance?

Prada: Let me give you an example. Some time ago, I was planning an exhibition with an artist. His work is fantastic, but while we were working on the show, he kept provoking me with ideas about sensitive matters he wanted to show. He complained to me: *"You're not listening to me! You're not supporting me!"* One day, I found out that he was working on a piece about the Italian prime minister. Three days before the exhibition opening, he brought it up and said: *"I'd like to display the work about the prime minister in the bathroom of the museum."* By that point, he'd already delayed the opening twice! At midnight, right before the scheduled opening, I decided to cancel the exhibition. *"Unless you remove the artwork about the prime minister,"* I said to him. *"Why should I insult the prime minister of my country? This exhibition is not going to happen."* At three in the morning, he gave in.

ZEITmagazin: You won.

Miuccia Prada smiles.

ZEITmagazin: Mr. Simons, earlier you mentioned that many people today look the same and don't want to stand out. Do you think this is also because the algorithm-driven internet only shows us things we already like?

Simons: Yes. If you search for something online today, on Pinterest or wherever, the next day, it will suggest exactly those things or very similar ones. With the runway collection for this summer, we wanted to counteract that feeling. Every look was completely different from the one before.

ZEITmagazin: The show was indeed quite surprising. There were sunglasses in extreme graphic shapes that covered half the face, and a sporty windbreaker over a feathered cocktail dress. A lot of what we see today in fashion is very predictable.

Prada: Absolutely. That's a huge problem.

ZEITmagazin: But why is that?

Prada: It's because everything you do is copied by at least five other companies within three days. Everyone copies each other. Hopefully, we don't do that. But the rule is: When one house launches a successful product, everyone else copies it a month later. In general, creativity is somewhat stuck at the moment. We're not living in a particularly good time for female artists, for filmmakers, for fashion... Creativity is just not outstanding right now. Science, on the other hand, is making progress, other areas are advancing.

Simons: Yes, there are major technological innovations. I think one problem is that the fashion industry has become too big. And there's no way back—unless an economic crisis leads to a certain shrinkage.

ZEITmagazin: You mean the industry has grown too large economically?

Simons: Fashion is meant to appeal to everyone today. But that's not really the idea behind designer fashion. Clothing, yes—everyone needs clothing. But high fashion? It's not in the nature of designer fashion to be made for everyone. For many years, however, many fashion designers and fashion entrepreneurs seemed to believe that designer fashion could be ultra-democratic and for everyone. Obviously, it's not. People today are like geese, stuffed full of not particularly creative products. How long will that continue to work?

Prada: But when we talk about size and reach: For me, it was a conscious decision to grow. I've never been interested in being a small niche brand for a few fancy people. That would be too easy for me. I like addressing a large audience.

ZEITmagazin: Why?

Prada: When you reach a lot of people, you also understand how people generally think, what they want right now. You understand where people get their opinions from... It's interesting!

ZEITmagazin: Even if you don't like everything the masses want?

Prada: Absolutely! Because that way, you get out of your own little bubble. (To Simons) Sometimes we discuss this—he's more of a purist than I am, he's more radical. I don't want to be purely commercial, but I do want to be right in the middle of things.

ZEITmagazin: We were going to ask you how you work together, if you ever have disagreements...

Prada: He's always right (laughs).

Simons: No!

Prada: At least from an aesthetic perspective, when it comes to deciding which photo is the best. In general, we always have to find a balance between being too commercial and interestingly commercial. Because "commercial" is not a bad word! We don't make art. We are a company that has to function economically.

ZEITmagazin: Mrs. Prada, you once said that when designing a collection, you always ask yourself three questions: "Do I like these clothes? Will they sell? And are they creative?" And you also said back then that you could never answer all three questions with "Yes."

Prada: That's not true! Sometimes I can definitely answer all three questions with "Yes." Our house is even famous for making those three demands align most often.

ZEITmagazin: We're just quoting you – you said that 20 years ago.

Prada: Ah! Yes, well, sometimes it works.

Caption Portrait Raf Simons

It's important, says Simons, to have people around you who occasionally say to your face: "That's not a good idea"

ZEITmagazin: It is often said that fashion is a mirror of our time and the world we live in. That always sounds a bit abstract. Can you explain how clothes reflect the societal and political present?

Prada: If you're interested in what's happening in the world, you're likely to design a skirt differently than at another time. I don't know exactly how a fashion designer represents the spirit of the times, but it's true that some things fit the moment, and others just feel wrong.

Simons: When you make art, you can be a genius who locks yourself in a room for 50 years. For a fashion designer, that's impossible. Fashion is made with people. Fashion is about people, it's about bodies, fashion moves in the world.

Prada: I've always had a sense for fashion. I've always wanted to be the first in everything. Either you have this sense, or you don't. Instinctively, you know which color is coming next, whether the proportions will get larger or smaller... And you know it before other people do. In general, I always say that choosing a chair for your home is just like picking a place for your vacation – it all belongs to the aesthetic vision you have for your life. And how you dress is part of that vision too. Just like the furniture in your house, you express something of yourself through your clothes. I think most people talk so little about fashion because it's connected to the body.

ZEITmagazin: And that's too intimate?

Prada: Yes. Everyone thinks about how they look. Everyone wants to be attractive, everyone wants to please others. But talking about it is embarrassing for many, because you have to acknowledge certain weaknesses, like things about your body that you don't like.

Simons: On the other hand, I also notice that many people are very curious about fashion. When I'm in an environment that's less fashion-oriented, people always want to know something about my work. When I meet people at a dinner and they know what I do, they often immediately say: "I don't know anything about fashion!" Almost like an apology.

ZEITmagazin: Every few weeks, you have to design a new runway collection for women and men, launch new accessories, come up with concepts for your shows – and have been doing this for decades. How do you stay creative?

Simons: I think it's important to have a few people around who dare to tell you to your face, "That's not a good idea. That doesn't look good." Many people can't stand being challenged.

Prada: I don't have that problem at home; I'm constantly being challenged. My two sons and my husband interrogate me non-stop. Criticism is very important in our family. We essentially do nothing else!

Simons: But most people resist that. Many creatives completely isolate themselves.

ZEITmagazin: Today, you have to be present on many different channels to reach people with your fashion. The younger generation – your future clientele – is active on social media like TikTok. There, anything that doesn't grab attention within seconds gets pushed away by the algorithm. How does that make you feel as creatives?

Prada: I don't have a computer. I'm not on social media. I'm terrible with technology.

ZEITmagazin: You don't even use social media as a tool? Don't you look at what people are doing there?

Prada: No.

Simons: Me neither. My assistant always says, "You really need to get a new phone, your phone is so old." And I reply, "Why do I need a new phone?"

Prada: That's how I feel too! Look, I have a really old device (she holds up her iPhone, which still has a home button).

ZEITmagazin: Do you ever think about how your collection will look on the internet when you're designing? Most people view your fashion on small screens...

Prada: Me, zero! I believe that the only way to be contemporary, eventually, is to be interested in the contemporaneity and how it operates. Then I do exactly what I think is right.

ZEITmagazin: Many would argue that a fashion designer today must know what is happening on the internet.

Prada: In that sense, I guess I'm a bit of a contrarian. I want to do the opposite of what everyone else is doing. Hehe!

PR Agent: But the question was: Is it okay for you that many people today primarily perceive your designs on social media?

Prada: Absolutely.

Simons: Yes! Social media are not tools for us, we don't find inspiration on those platforms. But as a company, they're obviously extremely important. As a business, you have to move with the times and the new generation. Even if you question or criticize some of it, you can't escape it.

ZEITmagazin: Fashion houses like Prada are also working with influencers today—mainly women who often look quite similar, share the same body image, and often wear the complete looks of the brands sponsoring them. In recent years, there have even been AI-generated social media influencers, like Lil Miquela, with whom Prada has collaborated. Do you think these often generic-seeming people—or figures—are good ambassadors for your vision?

Simons: Good in what sense? From a business perspective?

ZEITmagazin: We assume it works from a business perspective for Prada.

Prada: I wouldn't say that influencers all look the same, that's not true. And they are part of the present.

Simons: We both don't want to become those old people who complain about everything new. This is the world today, this is the future. And we are obsessed with the future: with future generations, how we reach them, what inspires them...

Prada: Many left-wing intellectuals are constantly complaining that everything was better in the past. But if you want to change something, you have to be open to the present and the future. Only then can you influence them.

Simons: In recent years, the fashion industry has been loudly proclaiming that fashion is now pop, democratic, and for everyone. But it's still a very elitist world, almost more so than before, because today it's pretended that everyone can participate in this world. But only a very select group is invited to the fashion shows. Through Instagram and influencers, at least people can virtually attend a fashion show.

ZEITmagazin: Mrs. Prada, you've always called yourself a feminist. What does feminism mean to you today?

Prada: Today it is very complicated to define feminism the world is all in front of us so many different cultures, religions, problematics. When I was young, being naked as a woman meant you wanted to do the revolution. Now, I don't know what it means. The Muslims cover up, and in America, the nipple is forbidden. So, because you have to confront so many different people, you are probably more careful. Until a few years ago, I would have said: Yes, I would like to go out in the street naked to be free. Today, I'm not so sure if to be naked as a woman is a sense of freedom or if it is to be sexy in a wrong way. It is a very complex moment and it is very difficult to understand exactly what is happening.

ZEITmagazin: What do you think women still need to be freed from today?

Prada: For the western world, I feel, it's mostly about this balance between family and work. Because if you don't work, you don't have freedom. If you have to ask somebody else for money to survive, forget it. That's the only thing I'm sure of: That you have to earn your life. And many women also have a family while they do it. I've seen incredible women.

ZEITmagazin: Italy has its first female prime minister now—albeit from a far-right party. Does that mean things are advancing for women?

Prada: In some ways, we've made progress. In Italy, women were only allowed to vote since 1946. We've only had the right to vote for 80 years! So in that sense, we've moved forward. In other ways, no. It's really not an easy life when you have children, have to take care of everything, and also work.

ZEITmagazin: And in this area, do you think anything has improved?

Prada: I don't see many countries where laws have been passed to make it easier for women to balance work and family. Maybe Germany? Aren't fathers in your country required to stay home for three or four months?

ZEITmagazin: They can take parental leave, but not even half of them do.

Prada: Oh, they're not required? Well, then that's not progress either.

ZEITmagazin: Mr. Simons, what do men need to be freed from today? And can fashion help with that?

Simons: I actually think fashion does help with that. I believe it frees us...

Prada (interrupts): Revolution is better than fashion! Between us (smiles).

ZEITmagazin: How can fashion free us?

Simons: I think fashion has done a lot for people with non-heterosexual orientations. For a long time, many men had to hide in this regard. And fashion, the creative environment in general, has helped some of them to free themselves.

Prada: But fashion is about aesthetics. It's not the place where important decisions are made. When you have a problem, when a friend or someone in your family is ill, clothing is the last thing on your mind. When you're in a positive mood, that's when you can focus on fashion. Aesthetics are for good times. I don't think people in Ukraine are currently thinking about fashion.

Simons: What I mean is, there was a time when it wasn't possible to go out on the street if you wanted to express yourself in a certain way, if you wanted to show a certain orientation. In that regard, things have at least improved. Of course, not everywhere—it depends on the country, and sometimes even the city. But there have been improvements.

ZEITmagazin: Ms. Prada, when you get dressed in the morning, what goes through your mind? What kind of inner dialogue do you have with yourself?

Prada: I get dressed in three, ideally two minutes. I know which phase I'm in right now. For example, at the moment, I wear a dress every day. I have three genres that I alternate between in different phases. This means, within these phases, I pretty much wear the same thing. And I go out very rarely, actually never. I travel very little because I hate jet lag. I prefer inviting people over to my house. Mostly, it's friends, so I don't have to dress up much.

ZEITmagazin: Can you explain, then, what the joy of getting dressed consists of? What do we find in this process?

Prada: I don't think I find joy in it— I do not know about others. Normally, I observe that for women, it's a struggle. For example, when they're going to a wedding, they rack their brains: What should I wear? At least when women have to dress for a specific occasion, it seems more like a problem than a pleasure for them.

ZEITmagazin: And for you, it's not a pleasure either?

Prada: Getting dressed isn't really a pleasure for me, no. But at the same time, I couldn't wear anything I don't like. Even if I have to go to a dinner or an event, I decide what to wear at the very last moment because it always has to feel right in that moment. If I'm already fully dressed an hour before leaving the house, it doesn't work. I have to decide at the last minute. That's when I feel comfortable. Of course, I prepare my wardrobe when I go on vacation. I take certain things with me—and then I end up not wearing most of them. I always hope that I'll finally have time to get dressed with a bit of leisure, but it actually never happens.

ZEITmagazin: Mr. Simons, what do you think people enjoy about getting dressed? Where does the joy of fashion come from?

Simons: Well, for someone like my father, it doesn't matter at all how he dresses. But for people who are interested in it, I think it's a much more important process than we realize. Throughout my career, I've often asked myself: What the hell am I even doing here? Fashion—seriously! I could be helping people, I could be working in a hospital. But at some point someone told me: "You have no idea how inspiring fashion is for people." And that changed my perspective. Fashion is inspiring to others, the same way I'm moved by art. I also think everyone has negative thoughts about themselves sometimes: "Oh, that doesn't suit me," or "I don't like that about myself." And fashion is, at least in part, something that can give you more self-confidence.

Prada: I absolutely agree! If you're not a beauty, but you're intelligent, you can look truly extraordinary. It's really true! If you have an eccentric side, you can even turn something that's not exactly flattering into something good. Even if you don't have the best legs, you can wear a miniskirt with a lot of style. In that sense, fashion really helps.