

Past Perfect: Honey-Suckle Company

von Anneli Botz



Auf meinem Schreibtisch liegt seit einigen Tagen ein Bildband, er ist schwer. *Honey-Suckle Company* steht ganz oben auf dem Einband, edel eingepreßt in schwarzen Buchstaben auf mintgrünem Grund, darunter eine Fotografie: fünf ineinander verwobene Häupter, erkennbar nur die Köpfe bzw. deren Haare und Ohren, die Körper in weiße Lakenkleider gewickelt. Das Bild: weltentrückt, passend dazu der Untertitel *Spiritus*. Ein Buch so reich an Sprache, Zeitgeist und Bildgewalt, das ich gar nicht weiß, wo ich anfangen soll, um die Frage zu beantworten: Wer war, wer ist diese Honey-Suckle Company?

Jede Metropole hat wohl ihre prägenden Ikonen. Jene Geister, die feinfühlig sind und damit in der Lage, den Vibe der Stadt, in der sie leben, vorzuempfinden, aufzugreifen, mitzugestalten. Für das Berlin der 1990er und Nuller Jahre war dies eindeutig die Honey-Suckle Company. Als Künstler-, Musik und Modekollektiv und spirituelle Gemeinschaft lebte sie über mehr als ein Jahrzehnt nach ihren eigenen Vorstellungen, unabhängig und konventionslos. Berlin 1995, eine kalte abgeravte Elektrostadt, die den frisch zugezogenen Gründungsmitgliedern der HSC wie eine unästhetische Technowüste erschien. Anstelle von David Bowie fanden sich hier nur Buffalo tragende Raver im Kunstrasen-Kuhfell-Look. Was die Szene nicht hergab, musste folglich selbst geschaffen werden:

eigene Mode, eigene Musik, sprich eine eigene Jugendbewegung. Das Kollektiv war geboren – und vereinte Punk, Pop und Avantgarde. „Tape your own identity“ lautete der Schlachtruf zur ersten Kollektion, in der Fellohrenmützen (bestückt mit Platinen und zehnssekündigen Samplern) Punk und Elektroästhetik vereinen sollten. Am Rande sei nur erwähnt, wie sich schon an diesem Beispiel die mögliche Tragweite des modischen Einflusses der Honey-Suckle Company verorten lässt, denn nur ein Jahr später liefen bei Maison Margiela die ersten Fellperücken über den Laufsteg und erst in diesem Jahr tauchten bei Gucci Variationen ebenjener verspielten Manga-ähnlichen Mützen auf, die auf den ersten Polaroids der Honey-Suckle Company zu sehen sind.



©Gucci Men FW16 / Backstage



© Bless N°00, Winter 1997/'98

Vielleicht alles Zufall – und doch ist der originäre Genius, welcher dem Kollektiv innewohnte, nicht zu übersehen.

Es wurde gemeinsam gelebt und gearbeitet, anfänglich noch in einer Wohnung in Friedrichshain. „Besetzen, Strom anmelden, wohnen“ lautete das Motto. Jeder in der Gruppe hatte seinen eigenen Aufgabenbereich: Fotografie, Performance, Musik, Tanz, Installation, Mode, Architektur, Ernährungswissenschaften, Heilpraktiker – ohne ein Konzept zu propagieren, herrschte doch eine klare Ordnung im inneren Betrieb.

In erstaunlicher Schnelle produzierte die Gruppe zeitgleich Modekollektionen, Kunstinstallationen und Musik. Vom Elektro-Punk

ging es zur Bauhaus-Ästhetik, es entstanden Kleider im Arbeiterlook, inspiriert von Gudrun Ensslin und der Knastklamotte der RAF-Mitglieder. Ein Tabubruch sondergleichen, das Ziel klug auf inhaltlicher wie ästhetischer Ebene formuliert: Der Fluch der RAF-Gefängnis-Optik sollte entmystifiziert werden, die Arbeiterklamotte ihre Würde zurückerhalten. Ein modische Statement des Dekonstruktivismus entstand daraus. Da die Honey-Suckle Company, die als künstlerisches Modekollektiv oder modische Kunstgruppe weder in der einen noch in der anderen Disziplin wirklich anerkannt wurde, blieben ihre Ideen und Konzepte fatal unterschätzt.



©„Malewitsch Couture“, aus der Werkgruppe „Neu West End“, gezeigt im Rahmen der Ausstellung „Children of Berlin“ im PS1, New York 1999



©"Vom Schatten ins Licht treten" , Teile der Arbeit "Odessa", Kollektion Tanz, Installation und Film. Atelier Heidestrasse, Berlin

Bereits im Jahr 2000 entstand das Prozentkleid, als Reaktion auf den Rückzug der Designerin Jil Sander aus dem eigenen Modebetrieb. Sander, die ihre Hauptanteile an den Prada-Konzern verkauft hatte, wurde vom Miteigner zu Konzessionen in Herstellung und Design gedrängt. Die Honey-Suckles schneiderten daraufhin im Bricolage-Verfahren ein Kleid, das zu unterschiedlichen Originalbestandteilen jene Modehäuser widerspiegelte, an denen Prada zusätzlich zu Jil Sander Prozenzte hielt. Ein kluger Kommentar zu der Monopolisierung des Modebetriebes, der einen kleinen Ausblick auf das weitere Spektrum der Honey-Suckle Company

geben kann, die stets unkonventionell, unangepasst und nie Pathos schürfend ihre Visionen und Ziele verfolgte. Aus diesen kleinen Ausschnitten über das Schaffen des Kollektivs wird doch deutlich, das ihm etwas zu eigen gewesen ist, was im heutigen Kunst- und Modebetrieb zu fehlen scheint: der neuschaffende Genius, der ohne Blick auf Reproduktions- und Vermarktungsmöglichkeiten mit sensiblem Gespür innovativ kreiert. Die Honey-Suckle Company existiert bis heute, ihre letzte Show namens *Materia Prima* fand 2007 im Kunstverein Harburger Bahnhof statt. Derzeit ist eine Retrospektive ihrer Fotografien in der Galerie für Moderne Fotografie in Berlin zu sehen.

erschienen auf HEY WOMAN! 06/2016

<http://hey-woman.com/2016/past-perfect-honey-suckle-company/>



v. l. Konrad Sprenger, Zille Homma Hamid, Peter Kisur, Nina Rhode; Sitzend v. l. Simone Gilges, Friedrich M. Ploch, Nico Ihlein



©Honey-Suckle Company, NON EST HIC,
Installationsansicht Kunsthalle Basel,
2006 Fotografie, Courtesy Honey-Suckle



© Honey-Suckle Company, Company, Mit
Musik geht
alles besser, 2005, Fotografie,
Courtesy Honey-Suckle Company



©Honey-Suckle Company, erstes Polaroid,
1995 Polaroid, Courtesy Honey-Suckle
Company