



Fotos: Michael Lübke

Die *Model-Macher*

Modeln ist ein Traumjob für viele. Das perfekte Gesicht, die richtigen Körpermaße und das gewisse Etwas haben aber nur die wenigsten. Anna Chistyakova und Gina Beyer von der Agentur Model Pool filtern geeignete Bewerber heraus. Nur auf die Besten wartet **eine internationale Karriere**.

N

Nein, Models wollten sie nie werden. „Ich bin nicht groß, nicht schlank genug, habe nicht das passende Gesicht“, sagt Anna Chistyakova. Ähnlich sieht es Gina Beyer: „Meine Selbsteinschätzung war so gut, dass ich wusste, ich habe keine Chance.“ Wehmut schwingt bei beiden nicht mit, eher Realitätssinn. Davon braucht man in der Branche eine Menge. Chistyakova und Beyer wissen das. Als Booker der Düsseldorfer Agentur Model Pool, einer der ältesten Modelagenturen Deutschlands, entdecken, betreuen und vermitteln sie Frauen und Männer, die besonders gut aussehen.

Große Augen, volle Lippen, eine gerade, nicht zu große Nase und reine Haut – so sollte das Gesicht eines Models aussehen. Die Branche hat ihre Idealvorstellungen. Unverzichtbar ist eine schlanke Figur.

Anna Chistyakova (links) und Gina Beyer von der Agentur Model Pool sind immer auf der Suche nach schönen Gesichtern und perfekten Körpern.





Info Model Pool wurde vor 33 Jahren gegründet, ist damit eine der ältesten Modelagenturen Deutschlands und die älteste in NRW. Heute leiten Gabriele Haase und Torsten Fuhrberg die Geschäfte. Vier Booker kümmern sich um Models und Kunden, Anna Chistyakova als Head-Booker.

„In Deutschland müssen Models nicht so extrem dünn sein wie in Mailand oder Paris“, sagt Gina Beyer. Kleidergröße 36 bis 38 ist gefragt, zudem Körpergrößen ab 1,73 Metern. Letztlich hängt aber alles von den Präferenzen des Kunden ab – Mode-, Kosmetik- und Lebensmittelersteller, Kaufhäuser, Versandhäuser und Messen. Die circa 1,72 Meter „kleine“ Engländerin Kate Moss brachte es auch ohne Mindestgröße zum Topmodel. Genau wie Laetitia Casta. „Sie haben ein interessantes Gesicht und das I-Tüpfelchen oben drauf. Bei ihnen stimmt es einfach“, sagt Anna Chistyakova, Head-Booker bei Model Pool. Am gefragtesten seien aktuell Frauen mit natur-blond-braunen Haaren und grün-grauen Augen, die keiner bestimmten Region zuzuordnen sind. So wie Gisele Bündchen, das laut Wirtschaftsmagazin „Forbes“ aktuell bestbezahlte Model der Welt.

So wie die Brasilianerin arbeiten und leben wollen viele. Immerhin trudeln täglich 20 Bewerbungen allein in der Agentur an der Elisabethstraße ein – plus die Bewerbungen von Kindern. Tatsächlich gelingt nur einem erlesenen Kreis der Sprung in die Agentur-Kartei, mit rund 350 Frauen und Männern prall gefüllt. Noch weniger schaffen es bis an die Spitze. Wer glaubt, direkt ein Leben als Star füh-

ren zu können, den holt Anna Chistyakova auf den Boden zurück: „Die meisten spielen in der mittleren Liga, machen fleißig ihre Jobs, darunter richtig gute“, sagt die 37-Jährige. „Aber es ist ein anstrengender Job.“ Dennoch stehen die Bewerber Schlange. Wenn 2012 die nächste Staffel von „Germany’s next Topmodel“ anläuft und eine Menge Glamour suggeriert, werden umso mehr 18-Jährige ihr Glück nach dem Abitur versuchen. Die Düsseldorferinnen Chistyakova und Beyer schauen sich alle Bewerbungen an. Zu groß ist die Gefahr, die nächste Claudia Schiffer auf den Amateuraufnahmen zu übersehen. „Ein potenziell gutes Model erkennen wir auf dem ersten Bild“, sagt Beyer, die für ihre Ausbildung zur Veranstaltungskauffrau bei Model Pool ihr Wirtschaftswissenschafts-Studium sausen ließ. Viel Hoffnung steckt in diesen Bewerbungen, manchmal aber auch Gedankenlosigkeit, erzählt die

29-Jährige. „Wenn im E-Mail-Betreff steht ‚In live sehe ich besser aus.‘, kann ich das nicht ernst nehmen.“

Weil die Auswahl an geeignetem Nachwuchs nicht eben üppig ist, durchforsten die Booker zusätzlich das Internet, oder Fotografen empfehlen Talente oder ein Model eine Freundin. Auf der Straße dagegen oder in der Disco wie einst Claudia Schiffer werden die wenigsten entdeckt – gerade in Düsseldorf. „Wie ein Modells-cout gezielt zu suchen, macht nur in Metropolen wie Paris, London, Hamburg oder Berlin Sinn, weil dort mehr Mädchen ihr Glück als Model versuchen“, erklärt Anna Chistyakova. „In Düsseldorf ist es wie einen Trüffel zu finden – ein absoluter Zufall.“ Dennoch halten die Booker ihre Augen offen. „Wenn man in der Straßebahn ein potenziell gutes Model sieht, ist man immer bereit, seine eigenen Pläne umzuschmeißen“, sagt Anna Chistyakova,

„Das Klischee vom Model, das nichts im Kopf hat, stimmt nicht.“

| ANNA CHISTYAKOVA

JEDER TAG HAT SEINEN MOMENT,
JEDE FRAU IHREN GLANZ.



KONPLOTT

Miranda Konstantinidou

Paris – Moskau – Valencia – Singapur – **Düsseldorf** – Peking – Luxemburg – Hamburg – Shanghai



Bei Mariya stimmt nicht nur das Aussehen, sie hat auch die richtigen Maße.

früher Journalistin für eine Tageszeitung in Russland. „Es wäre eine Schande, es nicht anzusprechen.“ Die meisten meldeten sich später. Denn für viele ist Modeln ein Traumjob.

Vielleicht liegt es auch an den Verdienstmöglichkeiten zwischen 1200 und 5000 Euro für ein eintägiges Foto-Shooting. Nicht nur für Studentinnen ein schöner Nebenverdienst – sie bilden die größte Gruppe in der Model-Pool-Kartei –, sondern offenbar auch für Menschen, die mitten im Berufsleben stehen, wie die Ärztin, die Richterin, die Anwältin und der Investmentbanker. „Das Klischee vom Model, das nichts im Kopf hat, stimmt also nicht“, sagt Anna Chistyakova. Doch natürlich zählt zuerst das gute Aussehen. „Man mag das für oberflächlich halten, aber in diesem Geschäft geht es nun mal darum. Das muss man akzeptieren.“

Wer die erste Hürde bei Model Pool – Bewerbung und Vorstellungsgespräch – genommen hat, sammelt Erfahrungen und Fotos bei Test-Shootings mit Profi-Fotografen. Überzeugende Frauen und Männer werden für Jobs vorgeschlagen. Ob ein Mo-

del für eine Modenschau, eine Werbekampagne oder einen Katalog infrage kommt, entscheidet ein Kunde zuerst anhand der Sedcard, eine Art bebilderte Visitenkarte, und des hochwertigen Modelbuchs. Oft sind weitere Fotos nötig oder ein Live-Casting, bis ein Kunde ein Mädchen bucht. „Im besten Fall bedankt sich der Kunde nach den Aufnahmen und bucht es wieder, im schlimmsten Fall ruft er an, weil sich das Model verspätet, fünf Kilo zugenommen, die Haare abgeschnitten und das alles vorher nicht angekündigt hat“, sagt Anna Chistyakova. „Aber das passiert Gott sei Dank selten.“

Sie und Gina Beyer jonglieren täglich mit den mitunter äußerst hohen Ansprüchen der Kunden und mit den Entwicklungen der Mädchen. Mit ihnen stehen sie ständig in Kontakt, fragen für Shootings an, analysieren und planen von der Elisabethstraße aus deren Karriere. „Wenn ein Mädchen toll ist im Beauty-Bereich, sollten wir es nicht für ein Durchfallmittel werben lassen“, erklärt Chistyakova schmunzelnd. „Es ist wichtig, dass die Mädchen sich gut betreut und fair bezahlt fühlen.“ 25 Pro-

zent des Verdienstes müssen Models in der Regel an ihre deutschen Agenturen abgeben. In Mailand und Paris ist es doppelt so viel.

Gleichzeitig erwartet die Agentur Professionalität und Disziplin. „Die Schule geht natürlich vor. Krankheit ist eine Entschuldigung, aber alles andere wie Ausgehen oder den Geburtstag der Großmutter feiern zählt nicht als Ausrede, um einen Kundentermin nicht wahrzunehmen“, sagt Anna Chistyakova. Die Kunden erwarten ausgeschlafene, gut gelaunte Models, die zeigen, dass ihr Produkt top ist. So wie Mariya, die für die Fernsehwerbung eines Keksherstellers im vergangenen Jahr verführerisch in dessen neue Praline biss. Oder die blonde Viktoria, die im TV-Spot eines Sekt-Herstellers für ihre Freundinnen und ein Glas Sekt ihren Freund in der Badewanne sitzen ließ. Anna Chistyakova und Gina Beyer erinnern sich auch an eines ihrer Models, das trotz der Trennung von ihrem Freund am Vorabend ein Shooting für Hochzeitskleider durchzog und dem Kunden besonders positiv auffiel. „Das ist professionell“, sagt Chistyakova. Wie es auf einem Shooting zugeht, zeige die TV-Sendung „Germany’s next Topmodel“ recht realistisch. „Auch wenn den Models dort innerhalb von 90 Minuten so viel passiert wie anderen normalerweise in einem Monat nicht“, sagt Gina Beyer schmunzelnd. Wirklichkeitsnah seien auch die Reaktionen der Mädchen, wenn sie mal keinen Job ergatterten. Bei ihren Models müssen Chistyakova und Beyer dann Aufbauarbeit leisten und die Mädchen an deren Sinn für die Realität erinnern. Chistyakova: „Denn eine Absage heißt nicht, dass man schlecht war, sondern jemand anders besser geeignet ist für eine Kampagne. In diesem Geschäft darf man dann nicht schnell geknickt sein.“

Sabrina Tilgner