Die Berliner Modewoche wird oft dafür kritisiert, nicht glamourös genug zu sein. Eigentlich sollte es doch darum gehen, die gezeigte Mode zu analysieren.

GRUND ZUM MECKERN, GRUND ZUM FREUEN?

Die Schlange am Akkreditierungsstand wird immer länger. Seit geschlagenen fünfzehn Minuten versuchen zwei junge Mädchen die Mitarbeiter am Eingang zu überzeugen, dass auch sie wichtig genug sind, um in das weiße Zelt am Brandenburger Tor vorgelassen zu werden. Sind sie vielleicht die ersten Opfer des neuen Grundsatzes, den IMG Chefin Catherine Bennett im Dezember verkündete, das künftig weniger Blogger eingeladen werden sollen, weil die Fashion Weeks dieser Welt zum Zoo verkommen? Der Unmut der hinter ihnen Wartenden steigt jedenfalls mit jeder Sekunde, der kalte Berliner Ostwind pfeift durch sorgsam zusammengestellte Outfits, Hände mit sorgsam manikürten Nägeln fangen an zu zittern. Hinter der weißen Plastikplane des großen Zelts im Hintergrund fand hier vom 14. bis 18. Januar die Berliner Modewoche statt – und es gibt tatsächlich noch Leute, die viel tun würden, um hier reinzukommen. Das sollte man nicht vermuten, wenn man den Gesprächen der anderen Wartenden in der Schlange lauscht. Hier wird viel gemeckert. Etwa darüber, dass Berlin nicht mit Paris, New York oder Mailand zu vergleichen sei. Dass die großen Labels langsam abwandern und bei den jungen nichts Verkaufsträchtiges nachkommt. Doch schauen wir genauer hin: Das Argument, dass Berlin nicht Paris ist, stimmt zweifellos, ist aber keine große Überraschung. Mit einer vergleichsweise jungen Fashion Week in einer stark verschuldeten Stadt, in einem Land, in dem Mode, um es vorsichtig zu sagen, nicht an erster Stelle der Dringlichkeiten steht und anders als in Skandinavien und England nicht mit eigens eingerichteten Fashion Councils gefördert wird, kann man keine große Couture à la Paris erwarten. In der Medienwahrnehmung wird zudem vor allem nach vermeintlichen Promis gesucht, man sollte aber nicht vergessen, dass die Fashion Week in erster Linie eine Messe für Einkäufer und Redakteure ist, keine Glamour Veranstaltung. Als solche teilt sich die Berliner Fashion Week tatsächlich in zwei Sparten: Auf der einen Seite verkaufsfreundliche Marken wie Anja Gockel, Marc Cain oder Rebecca Ruetz, die genug verkaufen aber nicht unbedingt neue Trends setzen, auf der anderen spannende Junglabels wie Hien Le, Vladimir Karaleev oder Perret Schaad, die zwar noch nicht viel verkaufen, aber in der Kritik hochgelobt werden.

In der Sparte der gut verkaufenden Labels trauert Berlin tatsächlich noch immer einigen Labels hinterher, die bereits in der letzten Saison Berlin verließen: Escada, Rena Lange, Strenesse und Boss zeigten nicht bei der Berliner Fashion Week. Dafür sind immer mal wieder auch internationale Marken in Berlin vertreten. Gerade die Skandinavier, die Deutschland mehr und mehr als Markt für ihre Mode entdecken. Vor zwei Jahren waren die dänischen Überflieger von Wood Wood zu sehen, diese Saison zeigte das schwedische Erfolgslabel Filippa K. – allerdings nicht im offiziellen Zelt am Brandenburger Tor, sondern in einer Altbauwohnung am Kurfürstendamm. Zu sehen gab es tatsächlich die Winterkollektion 14/15 – die damit in Berlin bereits vor der offiziellen schwedischen Fashion Week gezeigt wurde.

Und einige Verkaufslieblinge sind auch immernoch da, zum Beispiel Laurèl, Schuhmacher oder Kilian Kerner. Bei den jüngeren Labels gibt es zwar durchaus Avantgardisten, wie Vladimir Karaleev und Augustin Teboul, aber auch sehr

Zweimal jährlich wird Berlin zur internationalen Bühne für Fashion und Lifestyle. Highlights sind die Schauen der Mercedes-Benz Fashion Week am Brandenburger Tor. Der nächste Termin: 8. bis 13. Juli 2014

FOTOS: MERCEDES-BENZ FASHION WEEK BERLIN

erfolgreiche und gleichzeitig tragbare Labels wie Achtland. Es ist also alles gar nicht so schlimm, und abseits der Schauen am Brandenburger Tor werden sogar neue Rekorde aufgestellt. Denn neben dem Blitzlichtgewitter im Zelt sind es vor allem die großen Messen für das Fachpublikum, die die Berliner Fashion Week so wichtig machen. Die Premium, mit über 900 internationalen Ausstellern im Bereich High-Fashion ist hierbei die wichtigste. Mit einem Plus von insgesamt knapp 20 % mehr Besuchern im Vergleich zur Vorsaison stellte die Messe dabei einen neuen Besucherrekord auf. Der zweite große Messestandort ist die Bread and Butter, mit einem Markenportfolio von mehr als 500 ausstellenden Brands weltweit eine der wichtigsten Messen für Street- und Urbanwear. Diese Messe, mit der in Berlin alles anfing, fand im Januar bereits zum 30. Mal statt – und zum letzten Mal als exklusive Veranstaltung fürs Fachpublikum. Im Sommer wird hier ein großer Schnitt gemacht werden: Statt bisher nur für Einkäufer und Presse öffnet die Messe ihre Tore dann an zwei Tagen auch für interessierte Endkonsumenten. Veranstalter Karl-Heinz Müller ist jedenfalls überzeugt von der Öffnung hin zum Endverbraucher: „Das müssen wir nun kollektiv angehen, die Marken, Label und Designer, die Modehäuser, Stores und Boutiquen, die PR- und Marketing Agenturen sowie die gesamte Mode- und Lifestyle Presse und natürlich wir, die Bread & Butter. Wir alle zusammen kennen die Leute, die wir sehen wollen. Wenn sich die genannten Marktteilnehmer, die ja alle das gleiche Interesse haben, zusammenschließen und sie gemeinsam um diesen Endkonsumenten werben, entsteht ein gewaltiger Run auf Berlin. Dann werden wir einen unvergleichlichen Lifestyle Event erleben."

Auch wenn der Großteil der Berliner Modewoche eher von tragbarer Ready-To-wear bestimmt wird, gibt es einige Designer, die einen Hauch von Couture in ihre Entwürfe einfließen lassen.

Das hört sich zwar wieder nicht so an, als würde in der nächsten Saison allein die Mode im Vordergrund stehen, aber dort werden die beiden jungen Mädchen am Akkreditierungsstand vielleicht nicht so lange um Einlass betteln müssen.

Dawid Tomaszewski

„Berliner Glamour" nennt Dawid Tomaszewski seine gleichzeitig glamouröse und coole Mode. Regelmäßig tragen Schauspielerinnen Iris Berben oder Bettina Zimmermann seine Roben auf dem Roten Teppich, als Gäste bei seiner mittlerweile achten Show bei der Fashion Week saßen neben Zimmermann auch Ursula Karven, Valerie Niehaus und Model Franziska Knuppe in der Frontrow. Der in Danzig geborene und in Berlin lebende Tomaszewski legt Wert auf eine besondere Atmosphäre. Zu Beginn der Show huschte im Dunkeln eine Horde von Helfern auf den Catwalk und bedeckte diesen vollständig mit echtem Herbstlaub. In den ersten Reihen konnte man das Laub sogar riechen, ein cleverer Schachtzug von Tomaszewski: Der ungewöhnliche starke Sinneseindruck (abseits des Schauens) ist eine Seltenheit im eher sachlich-anonymen Fashion Week Zelt und rüttelte das Publikum mit einem Schlag wach.
Noch dazu diente das rot-goldene Herbstlaub als Farbakzent und Hintergrund für Tomaszewskis fast ausschließlich in diversen Grau und Schwarztönen gehaltenen Winter-Kollektion 14/15.
„Heavenly Bodies" ist der Name dieser Kollektion, die zeitlose weibliche Schönheit und geometrische Abstraktion verbinden soll. Tomaszewski lässt sich gerne konkret von moderner Architektur inspirieren, in dieser Saison kam das Jenseits als metaphysisches Thema hinzu. Umgesetzt wird die Gegensätzlichkeit der Inspirationsthemen durch Mäntel mit opulenten Pelzkrägen, dekoriert mit Elementen preußischer Militäruniformen, Epauletten und metallischen Abzeichen und als Gegenbild dazu anthrazitfarbene, fließende Seidenkleider oder schwarzgrün schimmernde Federjacken. „Außerdem gibt es in der Kollektion viel Strick, wir haben nämlich gerade mit Maschinenstrick angefangen und haben in dieser Saison zum ersten Mal richtig mit Leder gearbeitet", erzählt Tomaszewski. Zu detailliert bestickten Stoffcollagen und geometrischen Mustern kommen außerdem Swarovski-Kristalle, allerdings nicht bunt glitzernd, sondern in geheimnisvollem schwarz. Eine düster glamouröse Kollektion ist Tomaszewski da gelungen, die trotzdem sehr modern wirkt.

Achtland

Ein weiteres Label, das tatsächlich mit Couture Elementen spielt ist Achtland. Erst in der letzten Saison zeigten die beiden Designer Oliver Lühr und Thomas Bentz zum ersten Mal eine Laufsteg-Show auf der Fashion Week und wurden begeistert aufgenommen. In dieser Saison galt

das erst 2011 gegründete Label gar als heimliches Highlight der gesamten Veranstaltung, was sich bei der prominent besetzten ersten Reihe widerspiegelte: Julia Malik, Katharina Schüttler oder Christiane Paul waren nur einige der Damen, die in der Front-Row Platz nahmen. Das Markenzeichen von Achtland sind

Couture-Glamour und Inspirationen aus der Architektur

klare Silhouetten und eine reduzierte Formsprache, die dann mit vielen Details an der Oberfläche kombiniert wird. In der letzten Kollektion gab es aufwendige Stickereien zu sehen, dieses Mal zeigen Oliver Lühr und Thomas Bentz Blütenmuster aus Lederapplikationen und feine Zeichnungen auf Seide, die die Designer mit den Vor-Skizzen eines Malers vergleichen. Mehrlagige Chiffonkleider ergeben sanfte und pudrige Farbtöne, die mit kräftigeren Farben wie Apfelgrün und Türkis gemischt wurden.

Inspiration für die gesamte Kollektion waren die Werke des Künstlers Gary Hume, und damit befinden sie sich in guter Gesellschaft: Gerade präsentierte auch Stella McCartney in ihrer Pre-Fall 2014 Kollektion von Gary Hume inspirierte Drucke. Wie bei Tomaszewski kommt bei Achtland auch zeitgenössische Architektur als Ideengeber hinzu. Die Bauwerke von David Chipperfield, besonders das neue Museum in Berlin standen Pate für die Formsprache des Designerduos. „Diese teilweise roh belassenen und doch renovierten, unheimlich kunstvollen Wände faszinieren uns“, erklärten die Designer im Interview. Das neue Museum konnten die beiden zwar nicht als Location für ihre Show nutzen, der glamouröse Bärensaal mit Marmorfußboden in der Nähe des Alexanderplatzes war aber ein guter Ersatz. Das Berliner Duo Perret Schaad zeigte übrigens tatsächlich in einem Raum von David Chipperfield, nämlich im Chipperfield-Büro in einem Hinterhof in Berlin Mitte.

Großes Gesprächsthema während der Achtland Show: Die Schuhe! Aufgrund von Geldmangel sieht man in Berlin oft billige High Heels der großen Bekleidungsketten an den Füßen der Models, bei Achtland wird auch hier auf Qualität gesetzt.

In der letzten Saison gab es eine Kooperation mit Christian Louboutin, dieses Mal kamen die Schuhe von Unnützer. Die Loafers mit Lederquasten und High Heels waren kunstvoll-unangestrengt mit Farbklecksen oder Glitzerstaub bedeckt, so als wäre das Model auf dem Weg zur Show einmal falsch abgebogen und durch ein Maleratelier gelaufen. Es ist diese perfekt inszenierte Liebe für Details, die Achtland zu einem der ganz großen Lichtblicke der Berliner Modewoche machen.

Annika Zieske

FOTOS: MERCEDES-BENZ FASHION WEEK BERLIN (18), STEFAN KNAUER (2)