

FASHION WEEK Tägliche Modeseiten

Zum Schluss wollen wir uns den Inhalten zuwenden, denen der Goodiebags. Der offizielle von Mercedes-Benz war diesmal ein trauriger Anblick: es gab Hundefutter, Wasser, einen Drogerie-Riegel und Alkohol, den man nach so einer Mahizeit braucht. Konsequenter wäre es da, auf den Quatsch zu verzichten, wie es Designer wie Valdimir Karleev und Michael Sontag getan haben.



MICHALSKY MACHT DAS LICHT AUS Selbst im Dunkeln würde man seine Kollektion noch leuchten sehen. Mit seinem Couture-Label „Atelier Michalsky“ setzte er wie auch andere Berliner Designer diese Woche auf Knallfarben. Hochgeschlossene, wallende Kleider in grellem Pink und Blau. Ansonsten: graue Leder-Bustiers, die an Rüstungen denken lassen; Schutzhelme, die wie Origami-Kunstwerke aussahen. Und überall scharfe Kanten. Titel der Kollektion war dieses Mal „Elektrischer Hedonismus“. Die Outfits sind aber auch wie gemacht für eine Party in der Zukunft. Wundert uns nicht, denn mit Partys kennt sich Michael Michalsky bekanntlich aus. Dieses Mal lud er für seine „Style Nite“ in das E-Work.



Fotos: Sören Stache/epa (3)



MARINA LÄSST DIE PUPPEN TANZEN Rätselfrage: Mit welchem Land hat sich Marina Hoernsander diese Saison beschäftigt? a. Russland, b. Russland, c. Russland? Richtig, die Designerin hat nicht den Hauch eines Spielraums gelassen. Maso-Matroschka, volkstümliche Stickereien und russischen Schick wie Satin, Volants und Glitzer, dazu Trainingsjacken, wie sie gerade in Paris in Erinnerung an sowjetische Plattenbauten neu interpretiert werden. Das war einfach nur rüber, aber es ist konsequent und auf eine wachsende Fangemeinde ausgerichtet. Die hat auch Michael Sontag (rechts), der mit großer Schaffenskraft eine sehenswerte Kollektion entworfen hat, diesmal standen Hosen und nicht das Seidenkleid im Mittelpunkt. gth



Fotos: M. Skolimowska/epa, J. Carstensen/epa, S. Kuhlmey/Imago

Bitte beweg dich Events für mehr Fotos

Modenschauen sind so oldfashion! Dass sich viele Designer, vorneweg Demna Gvasalia von Vetements, darüber beklagen, dass die Zuschauer nur noch durch das Display ihres Smartphones auf ihre Entwürfe schauen, ist zwar verständlich, aber auch ein bisschen heuchlerisch. Was wären all die Marken ohne Instagram-Accounts, zahllosen Einträgen auf Facebook und Filmen via Snapchat. Wahrscheinlich nichts, oder eben nur einem sehr kleinen und ausgewählten Kreis von Liebhabern skurriler Mode bekannt.

Aber so weiß alle Welt, dass nicht nur der Paketbote toll in seinem DHL-Shirt

ANZEIGE

SUSANNE ASENDORF



REICHSSTRASSE 104 14052 BERLIN TELEFON 030/5023123

aussieht, sondern auch die Influencer. Auch in Berlin erinnern einige Events nur noch entfernt an die alt ehrwürdige Modenschau mit Ansager und Nummern, die die Models in den Händen halten, damit man später als Händler sein Lieblingskleid zuordnen konnte.

Nathini van der Meer stellte Gemälde von den Models in ihrer Kollektion aus, später stellten sich die Models in eben jener Kleidung davorn. Bei Antonia Goy mussten die Models tanzen, flirtieren und mit Gästen abhandeln. Das passiert vor allem aus einem Grund: So können die Gäste noch bessere Fotos machen. gth

MODE FÜR ALLE



Noch mehr Design von hier

Die Fashion Week kann man am Sonntag entspannt mit ein bisschen Shopping ausklügeln lassen. Dabei tut man schließlich ganz direkt was für die Berliner Modewelt. Die Projektgalerie veranstaltet in der Lobby des Amano Hotels in Mitte von 11 bis 21 Uhr einen Sale mit über 30 Berliner und internationalen Labels. Dabei sind grellbunte kostümhafte Outfits wie von Tata Christiane, aber auch schlichtes Understatement vom Berliner Label Beko. akkr Amano Hotel Auguststraße 43 10119, Berlin Mitte

Arbeit für alle

So direkt hat sich die Mode schon lange nicht mehr an der klassischen Berufskleidung bedient: Müllmannhosen, Kappen wie beim Lieferservice und Blaumänner. Aber auch Asien, Knallfarben, und Mantel hatten die Berliner Designer im Sinn

VON ANN-KATHRIN RIEDL & GRIT THÖNNISSEN



Work hard play hard

Nein, der Mann links hat sich nicht durch Zufall auf die Fashion Week verirrt. Arbeitskleidung, wie sie zum Beispiel Müllmänner tragen, ist auf einmal auf dem Laufsteg zu sehen. Seit das Label Vetements in Paris mit einer sehr speziellen Mischung aus Work- und Streetwear die Modewelt in Aufregung versetzt, ist diese neue Ästhetik überall zu sehen, auch in Berlin. Da zeigte Ivanman am Dienstag Blaumänner und sah aus, als ob sie gekommen wären, um den Abfluss zu reparieren. Das Designerkollektiv Last Heirs, das bei dieser Fashion Week zum ersten Mal zeigte und aus deren Kollektion das Outfit links stammt, ging sogar noch einen Schritt weiter und ließ die Models während ihrer Präsentation Siebdrucke herstellen. Die Mode hat ein neues Arbeitsfeld gefunden. Denn klassische Berufskleidung ist als Inspirationsquelle noch relativ unverbraucht. Zuletzt wurde sie so massiv in den neunziger Jahren von den Designern verarbeitet. Den Reiz macht das Spiel mit dem Hässlichen aus.

Kimono reloaded

Der Kot ist ein sehr wertvolles Tier, in Asien kostet so ein japanisches Spitzenkarpen schon mal mehr als 200 000 Euro. Deshalb passt es auch, dass Dawid Tomaszewski diese Fische als Druck auf seiner Kleidung verwendet. Aber nicht nur das, auch seine Kleider erinnern an die Gewänder von Geishas, bodenlang

und um die Brust gewickelt. Nicht nur Tomaszewski ließ sich in dieser Woche von Asien für seine aktuelle Kollektion für Frühjahr/Sommer 2018 beeinflussen. Kleider im Kimono-Stil sah man auch bei Antonia Goy. Die Designerin entwickelte aus dem traditionellen Gewand ein Hemdblusenkleid, dass sie in vielen Varianten über den Laufsteg schickte. Dabei stand immer wieder die gegurtete Taille im Mittelpunkt. Auch William Fan, der sich in seiner letzten Kollektion noch direkt auf seine Heimat Hong Kong bezog, zeigte viele Anleihen an den asiatischen Stil. Aber überhaupt passt die schlichte und strenge Linie der asiatischen Kleidung gut zu vielen Berliner Designern.

Farben mit Ausrufezeichen

Es knallte bei der Fashion Week. Und zwar in Orange, Gelb, Babyblau und schreiendem Pink. So derart grell sind die Farben, dass sie beinahe in den Augen wehtun. Besonders wenn sie auch noch zusammen getragen werden, so wie bei Marc Cain, wo giftgelbe Overknees unter pinkfarbenen Kleidern einen beim Anblick beinahe erschlagen. Solche Kleidungsstücke sind wie ein Ausrufezeichen. Schau mich an! Bei Antonia Goy wird der Knalleffekt sparsamer eingesetzt, etwa in Form eines orangefarbenen Mantels, der über einem cremefarbenen Pullover getragen wird. Ivanman hingegen setzt auf knallblaue Komplett-Outfits. Aber auch bei vielen anderen Designern wurden richtige Farben westgensts als Akzent zu ansonsten schlichten Outfits



Das knallt. Der Mantel ist von Antonia Goy (Mitte oben). Diesen Farbton sah man immer wieder auf der Fashion Week. Foto: promo

eingesetzt, besonders gerne als Socken wie bei Dawid Tomaszewski. Klassischerweise schön ist das alles eher nicht. Hier zeigt sich der gleiche Gedanke wie bei dem Trend Arbeitskleidung. Was uns einst abgestoßen hätte, wird nun gefeiert.

Gut ummantelt

Bei einer Fashion Week, die eigentlich Mode für den Sommer 2018 zeigt, über Mäntel zu sprechen, mag vielleicht irritierend scheinen. Aber längst hat sich in der Mode ein jahreszeitloser Ansatz breit gemacht, das haben wir auch schon bei der vergangenen Berliner Modewoche beobachten können. Die leichten Sommermäntel, wie sie nun gezeigt wurden, sind aber auch zu schön, um sie nur die Hälfte des Jahres zu tragen, kaum eine Kollektion kann ohne sie aus. Oft hatten sie dreiviertel lange Ärmel, Bindegürtel, die lang herabhängen und große Revers, wie bei Antonia Goy. Bei Michael Sontag waren sie aus weichem Leder, oft kimonoartig geschnitten. Bei William Fan waren sie rosafarben oder hellblau, sie glitzerten oder wirkten wie chrombeschichtet. Und sie wurden von Männermodels gezeigt. Nicht nur bei William Fan wurden wieder einmal die Geschlechtergrenzen überwunden. Die meisten Mantelmodelle, die auf der Fashion Week zu sehen waren, können von beiden Geschlechtern gleichermaßen getragen werden. Und so ein Mantel ist immer ein guter Schutz in unsicheren Zeiten.

Kleidung auseinandergenommen

Apropos unsichere Zeiten: Es ist eine alte Sitte unter Designern, wenn die Welt Kopf steht, wird Kleidung gerne dekonstruiert. Um so diesen Gemütszustand auch nach außen hin sichtbar zu machen. Mode wird auseinandergenommen, zerstört, zerlegt und neu zusammengesetzt. Bis nichts mehr dort ist, wo es klassischerweise einmal hingehört hat. Bei Lara Krude, die den Nachwuchspreis „Designer of Tomorrow“ gewann, heißt das, als die Schulter einer Bluse wird einfach eine zweite genäht. Oder zwei Mäntel werden zu einem verhackstückelt. Vladimir Karaleev, ohnehin der Berliner Großmeister der Dekonstruktion, verkehrt unten nach oben und oben nach unten und setzt Blusen und Jacken so frei aus Stoffteilen mit unklarer Form zusammen, dass sich der ein oder andere bestimmt fragt, wo genau denn nun der Arm durch muss. Und Michael Sontag schneidet in seine Kleider kreisrunde Löcher und lässt wie als Symbol für die Verstimmlung deren ausgefranste Ränder einfach am Kleidungsstück hängen.



Viel Stoff. So richtig viel zuzutrauen scheinen die Designer dem nächsten Sommer nicht. Dafür haben sie viele Mäntel entworfen, wie William Fan (links). Dekonstruiert wurde auch beim Nachwuchs, hier Lara Krude (Mitte). Gearbeitet wird auch bei Ivanman (rechts). Foto: promo (3)

Alles Neue macht der Boss

Jason Wu entwirft die Frauenlinie bei Boss. Ihm ist es zu verdanken, dass die größte deutsche Modemarke wieder in Berlin ist



Die Messe ist gesungen. Das Metzinger Modeunternehmen Hugo Boss zeigte seit langer Zeit wieder in Berlin in einer Kirche. Die Rückkehr gelang. Foto: Jens Kalene/dpa

und konnte so die Entwürfe genau in Augenschein nehmen. Und das war auch die Intention: Man sollte sehen, dass sie sich bei Boss etwas Neues für die Frauen ausgedacht haben, passend zur neuen Unternehmensausrichtung, sich jetzt wieder mehr auf die Männerlinien zu konzentrieren. Für Jason Wu, der einmal im Monat für ein paar Tage ins Boss-Hauptquartier nach Metzingen kommt, eine positive Entwicklung: „Die Frauenlinie von Boss ist jetzt mutiger. Als ich anfing, war sie mehr an die Menswear angelehnt. Jetzt sieht man ihren Charakter.“ Jason Wu ist für die Präsentation zum ersten Mal in Berlin. „Ich komme seit vier Jahren nach Deutschland, aber ich war noch nie in Berlin – und ich fand die Stadt immer so modern, so energetisch. Also habe ich eine Kollektion gemacht, die die Energie der Stadt widerspiegeln soll.“ Manchmal braucht es halt jemanden von außen, der die Vorzüge der Stadt zu schätzen weiß. Und der das Offensichtliche sieht. „Ich dachte, es ist sehr angemessen für eine deutsche Marke, wieder zur Berliner Fashion Week zurückzukkeh-

Aber immer noch ist der Anzug das, was sich die meisten Menschen alltags halt nur nicht mehr steif sein. Jason Wu möchte damit die Trägerin glücklich machen. Das ist überhaupt sein Hauptanliegen. „Die Welt ist so verrückt geworden, da braucht man Mode, die Spaß macht.“ Für ihn ist Mode nicht politisch. Auch wenn um ihn herum alle davon sprechen, wie auf der Modekonferenz des „Zeitmagazins“ am Donnerstag, an der auch er teilnahm. „Ich bin in die Mode gegangen, um Spaß zu haben.“ Er kommt gut ohne gedruckte Parolen auf seine T-Shirts aus. Vielleicht trägt er auch deshalb an diesem Abend eines mit einer leeren Sprechblase. „Es reicht, frei und man selbst zu sein, das ist vielleicht die stärkste Aussage, die man heute machen kann. Es geht einfach nur darum, was du als Person machst und nicht, was du darstellst.“ GRIT THÖNNISSEN

Die Highlights der Berliner Fashion Week finden Sie auf: www.tagesspiegel.de/modo

ren und etwas zu machen, was künstlerisch ist. Das Gefühl, dass er jetzt mehr Freiheit im Entwerfen seiner Kollektion hat, kann Jason Wu nur bestätigen. „Der Designer Ingo Wilts hat mich geradezu dazu gedrängt, mir meine Freiheit zu nehmen – er ist ein toller Boss für mich.“

Schluss mit leeren Versprechungen

Prabal Gurung zeigt sonst in New York, wo er auch lebt. Jetzt kam der Amerikaner mit nepalesischen Wurzeln für eine Schau nach Berlin

Im Moment sieht man T-Shirts mit Slogans wie „Feminist“. Sie waren einer der Ersten, die den Trend losgetreten haben. Könnten diese Worte dadurch beliebig werden? Diese Gefahr gibt es. Als ich die Worte in meiner Kollektion benutzte, habe ich mich monatelang damit auseinandergesetzt. Aber wenn Marken sie benutzen, obwohl sie nie zuvor eine Verbindung zu dem Thema hatten, ist das keine gute Entwicklung. Käufer müssen misstrauisch sein. Die Leute sollten sich rühren, wenn sie das Gefühl haben, dass etwas keinen Sinn macht. Sie aber verknüpfen Ihre Aussagen mit konkreten Handlungen, haben in ihrer Heimat Nepal eine Stiftung gegründet.



Prabal Gurung, 38. Seine Cocktailkleider trug schon Michelle Obama.

In Nepal konnten wir das Leben von hunderten Menschen durch Bildung verbessern. Das Projekt begann zwei Jahre nachdem ich mein Label aufgebaut hatte. Ich wollte die große Aufmerksamkeit, die mir geschenkt wurde, einsetzen. Und ich hatte eine Begegnung mit einer Modekritikerin, die zu mir sagte: „Prabal, es geht in unserem Job doch nur um Mode, wir retten keine Leben.“ Das hat mir zu den-

ken gegeben. Wer eine Plattform hat, sollte sich positionieren. Sie lassen fast ausschließlich in New York produzieren, statt in Billigländern. Weil mir Amerika eine Chance gab, als ich als Migrant hierherkam. Ich wollte etwas zurückgeben. Außerdem kann man so die Qualität besser kontrollieren. Sie haben vor Kurzem eine Übergrößenkollektion entworfen und dafür teils sehr ablehnende Kommentare bekommen. Die Modeindustrie ist sehr strikt in ihren Vorstellungen von Schönheit. Oft heißt

das: jung, blond, blaue Augen, Size Zero. In meinem Umfeld gibt es Menschen aller Kleidergrößen und Ethnien. Meine Arbeit soll das reflektieren. Das muss man immer wieder neu durchsetzen. Die Modeindustrie ist von Angst getrieben: Ist das cool genug? Bin ich cool genug? Sie zehrt von den Unsicherheiten, die wir alle in uns tragen. Das ist aber überholt. Es ist an uns, Risiken einzugehen. Wie spiegelt sich das in der Resort-Kollektion, die Sie hier in Berlin zeigen? In meiner Arbeit geht es um Diversität: im Sinne von Größe, Alter, Ethnien. Mit dieser Kollektion fokussiere ich mich besonders auf Ethnien. Ein wunderschönes farbiges Model wird die Schau eröffnen. Die Mädchen sind sehr durchmischte, das war eine Herausforderung. Als wir den ersten Vorschlag für die Auswahl der Models bekamen, waren nur blonde Mädchen darunter. Ich war geschockt. Ist das Thema eines Ihrer Hauptanliegen? Ich will nicht den Zeigefinger heben, ich will nur sagen, dass diese Ungerechtigkeit existiert. Ich kann mich erinnern,



Multikulti. In Berlin zeigt Prabal Gurung seine Resort-Kollektion 2018, dieses Mal inspiriert von der Kultur Marokkos. Foto: Simone Kuhlmey/Imago

wie es war, aufzuwachen und niemanden auf dem Cover von Magazinen zu sehen, der aussah wie ich. Jemand wie ich wurde nicht als schön empfunden. Das beeinflusste mich. Es dauert, bis man sich so annehmen kann, wie man ist, wenn die Medien gleichzeitig etwas anders zeigen. Ich will, dass meine Nichte und meine Nefen mit einem anderen Schönheitsideal aufwachsen. Ihre Botschaft passt gut zum Lebensgefühl in Berlin. War das auch ein Grund, warum Sie die Kollektion hier zeigen wollten?

Happy Birthday, Fashion Week! Die Modenschauen haben Jubiläum

Eigentlich wäre diese Ausgabe der Fashion Week ein Grund zum Feiern gewesen. Genau zehn Jahre gibt es nun die Modenschauen der Mercedes-Benz Fashion Week, die Bilder davon sind, wenn auch nicht überall auf der Welt, dann doch in Deutschland überall zu sehen.

Aber das ist bei all dem Abschiednehmen und Herummörgeln völlig untergegangen. Es war wohl das letzte Mal, dass sich die Agentur IMG mit dem Geld von Mercedes darum kümmerte, dass es einen zentralen Ort gibt, wo vor allem deutsche Designer ihre Mode zeigen können. Dabei konnte man in den vergangenen Tagen sehen, dass es so eine dominante Plattform gar nicht mehr braucht, damit die Berliner Modewoche funktioniert.

Zuerst einmal wären da die mehr als zehn Messen zu nennen. Die beiden größten, die Premium am Gleisdreieck und die Panorama in den Messehallen verkündeten nach Torresschluss am Donnerstag, sie seien zum Verkauf nicht mehr brauchbar, allerdings waren sie insgesamt weniger Besucher.

Dass ausgerechnet das Modeunternehmen Marc O'Polo sein Jubiläum am Donnerstag in Stephanskirchen feiern musste – und dafür viele Modefachleute von Berlin nach Bayern reisten – zeigt, dass es noch nicht so richtig klappt mit dem Zusammenhalt in der deutschen Mode. Da nützt es nichts, wenn Wirtschaftsminister Ramona Pop mit Zahlen bestätigt, dass die Mode in Berlin durchaus eine Rolle spielt. Mehr als 24000 Menschen arbeiten in der Branche, die rund 4 Milliarden Euro Umsatz macht.

Wer nach Berlin kam, konnte nicht nur neue Mode finden, sondern auch jede Menge Informationen über die Branche. Was viele Einzelhändler umtreibt ist, wie man Kunden überhaupt noch in die Läden bekommt. Wie es der Chefredakteur der Textilwirtschaft, Michael Werner bei einem Vortrag sagte: Mode allein macht Konsumenten heute nicht mehr glücklich, sie geben ihr Geld lieber für Reisen, Smartphones und andere virtuelle und reale Erlebnisse aus.

Die Mode muss spezieller werden. Gerade kleineren Designern muss es erkennbar sein. Marina Hoernsander (siehe oben) ist dafür ein gutes Beispiel. Ein klareres Profil könnte auch der nächsten Fashion Week im Januar guttun. Schon jetzt tat sich hinter den Kulissen vom Berliner Mode Salon, der am Freitag die Woche mit einer Gruppenausstellung von 47 Designern beendete und der Lobbyvereinigung „Fashion Council Germany“ einiges, um neue Formate auf die Beine zu stellen. GRIT THÖNNISSEN

Berlin und generell Europa stehen schon wieder im Schatten der USA. Als eine unabhängige, selbst finanzierte Marke müssen wir überlegen, wo wir als Nächstes expandieren wollen.

Sie haben mal gesagt, Sie würden auch Melania Trump einkleiden. Viele Ihrer Kollegen boykottieren die First Lady.

Ich hatte noch keine Anfrage von ihr. Aber ich würde ihr ein Kleid geben. Mit meiner Marke stehe ich für Toleranz, für Feminismus, für Diversität. Ich bilde mir ein, wenn sie sich für ein Kleid von mir entscheidet, dann entscheidet sie sich auch für die Werte meiner Marke und zeigt Solidarität. Was First Ladies tragen, wird immer analysiert. Michèle Obama hat dieses Spiel perfekt beherrscht. Aber auch für uns alle gilt: Was wir tragen, sagt viel über das aus, wofür wir stehen. Es gibt Designer, die sich gegen die Ehe für alle aussprechen. Wenn jemand Kleider von ihnen kaufen will, weil sie schön sind, ist das in Ordnung. Ich will nur sagen, es gibt eine bessere Möglichkeit.

Das Gespräch führte Ann-Kathrin Riedl