

BERLIN FASHION WEEK

## Es fehlten die kleinen Geschmacklosigkeiten

Die etablierten Berliner Modemacher halten Kurs, doch die Impulse setzten während der Modewoche junge Labels wie Augustin Teboul und Achtland.

VON Tillmann Prüfer | 08. Juli 2012 - 09:17 Uhr



© Augustin Teboul

Die deutsch-französischen Designer Annelie Augustin und Odély Teboul zeigten eine dunkle von floralen Elementen geprägte Kollektion.

In einem kann Berlin schon mit allen anderen Modemetropolen mithalten: dem Verkehrschaos. Weil bis zum vergangenen Wochenende noch die Fanmeile am Brandenburger Tor aufgebaut war, wurde das Zelt für die Mercedes Benz Fashion Week an der Siegessäule am Tiergarten aufgebaut. Es war nach dem Bebelplatz und dem Brandenburger Tor der dritte Campingplatz für die Berliner Mode – und mit Abstand der abgelegenste. Wer zu Fuß, mit den Taxi oder gar mit öffentlichen Verkehrsmitteln zum Laufsteg gelangen wollte, musste viel Zeit mitbringen. Ausgerechnet die hatte man aber nicht, angesichts eines Schauen- und Veranstaltungskalenders, der so dicht gepackt war, wie noch nie.

Neben der Fashion Week wurden die Bread&Butter, die Premium und einige kleinere Modemessen abgehalten. Die Stadt war voll ausgebucht und bot dem Fashion-Volk einige Überraschungen. Die einzige Marke von Weltrang, die in Berlin präsentierte, war Hugo von Hugo Boss. Chefdesigner Eyen Allen zeigte eine entspannte, schmal geschnittene Damen- und Herrenkollektion, aufgemischt mit schillernden Hologramm-Elementen. Die Marke Joop!, früher regelmäßig im Modezelt zu Gast, hat sich nun auf die Messe Bread&Butter verlagert, auch Strenesse blieb der Fashion Week wieder fern. Dafür zeigten

Rena Lange, Escada Sport, Dorothee Schumacher und Laurél ihre Kollektionen an der Siegestsäule.

Wer sich dort ein ums andere Mal auf den Stuhlreihen niederließ, bekam kaum Geschmacklosigkeiten zu sehen, noch seltener leuchteten allerdings sogenannte *fashion moments* auf. Die meisten Kollektionen sahen aus, als wären sie direkt vom Kleiderbügel in der Boutique auf den Laufsteg verfrachtet worden. Die Mode war so gut klimatisiert wie die Luft im Zelt, die Stimmung am Laufsteg geradezu gemütlich, sodass man sich fast wünschte, man bekäme mal eine modische Entgleisung zu sehen, wie sie in den ersten Jahren der Fashion Week so oft zu erleben waren: keine Diskokugel-Outfits mehr, keine FKK-Präsentationen, keine Tüll-Explosionen und keine wallenden Roben im Fallschirm-Look. Man hätte vor Entspannung eine Duftkerze entzünden wollen.

Man soll darüber nicht meckern. Die Mehrzahl der deutschen Modemarken orientiert sich an den Bedürfnissen ihrer Kunden, und die honorieren keine Überraschungen. Kollektionen, die praktisch nur für den Show-Effekt entworfen werden, wie in Mailand und Paris üblich, kann man den mittelständischen Modeherstellern in Deutschland nicht vorsetzen.

Vielleicht ist es auch ganz gut, dass auf dem Berliner Laufsteg nicht zwingend Trends für das nächste Jahr präsentiert werden. Das würde nämlich bedeuten, dass auch der Sommer 2013 von Schock-Neonfarben beherrscht wird. Von Laurél bis Kilian Kerner war jede Menge Neongrün, Neonorange und Neongelb zu sehen. Interessanter als fast alles, was im Fashion-Camp an der Siegestsäule zu sehen war, ist aber der sich abzeichnende Generationenwechsel in der Berliner Modeszene. Die Innovationen kommen nicht von den etablierten Marken, aber auch nicht mehr von den kleinen Labels, die man einst mit der neuen Berliner Szene verband.

Kaviar Gauche zeigte sehr schöne Teile mit digital anmutenden Cutouts, aber auch jede Menge Seidenkleider, bei denen die Designerinnen Elemente aus ihrem eigenen Frühwerk übernahmen. Bei Perret Schaad gab es wieder flatternde Seide, gerade Schnitte und rund geformte Schultern. So wie jedes Mal. Selbst Labels, die sich kaum etabliert haben, bedienen sich also schon aus ihren eigenen Archiven. Sie müssen ihre Bestseller reproduzieren, nur so können sie wirtschaftlich überleben. Für die jeweilige Marke ist das wohl sinnvoll. Für die Modestadt Berlin gehen von so einer Strategie aber keine Impulse mehr aus.

Die kreativen Höhepunkte boten andere. So etwa das Designer-Duo Augustin Teboul, die heimlichen Stars der Modewoche. Annelie Augustin und Odély Teboul zeigten eine dunkelromantische Kollektion, in der sie florale Muster mit Plissés, Häkeleien, elegantem Tüll und rockigem Leder kombinierten. Oder Achtland, die Marke, hinter der Thomas Bentz und Oliver Lühr stehen. Sie zeigten im Department Store des Quartier 206 ihre

zweite Kollektion. Die erste wird dort bereits verkauft. Kleider, in denen sich Macramé-Spitze mit Perlenschnüren in Korallenfarben und pastellblauer Seide verbindet.

Lühr ist Absolvent des Londoner Central Saint Martins College, sein Partner Bentz übernimmt die geschäftliche Seite. Die beiden Designer hätten ihr Geschäft auch in irgendeiner anderen Stadt beginnen können, sie wählten aber Berlin. Weil ihnen die Stadt mit ihrer Internationalität, dem Zusammentreffen von Mode- und Kunstszene und ihren immer noch moderaten Lebenshaltungskosten ideal vorkommt. Viele, die heute in Berlin eine Modemarke gründen, bringen schon internationale Erfahrung mit. So wie die Designerinnen Silke Geib und Nadine Möllenkamp, die ihr Label Blaenk im *Vogue*-Salon vorstellten, zu dem Vogue-Chefredakteurin Christiane Arp eingeladen hatte. Sie haben zuvor für die belgischen Designer Viktor & Rolf gearbeitet. Und sie haben eine genaue Vorstellung von dem Produkt, das sie herstellen. Die Blaenk-Kollektion wird von Vintage-Kleidern inspiriert. Teils sind die Vorbild für neue Modelle, teils werden alte Stücke neu verarbeitet.

Was wird aus diesen jungen Marken? Werden sie der Modestadt Berlin das eindeutige internationale Profil geben, das so oft vermisst wird? Schwer abzusehen, wie alles in Berlin. Nicht einmal auf die Style Nite des Designers Michael Michalsky ist Verlass. Bislang war er eher dafür bekannt, von Sportswear inspirierte Kollektionen mit etwas zu viel Goldglanz, etwas zu ausladenden Kleidern und etwas zu lauter Musik zu präsentieren. Und nun hat er eine Kollektion von ausnehmender Erwachsenenheit präsentiert, mit plissierten Hosenkleidern, die um die Frauen, die sie trugen, zu schweben schienen. "Ich habe mich richtig angestrengt", kommentierte Michalsky seine Kollektion. So kommt Berlin also weiter. Wenn man sich richtig anstrengt, kommt auch etwas dabei heraus. Hey, vielleicht eines Tages sogar ein Flughafen.

COPYRIGHT: ZEIT ONLINE

ADRESSE: <http://www.zeit.de/lebensart/mode/2012-07/modewoche-berlin-junge-designer>