

MODE

In Deutschland weltbekannt

Die Berliner Modewoche wollte sich mit den großen Fashion-Metropolen messen. Der Versuch darf als gescheitert betrachtet werden.

Kilian Kerner sucht nach richtigen Kerlen. Aber in Berlin ist das gerade schwierig. „Ich habe Mühe, männliche Models zu finden“, sagt der 31-jährige Modedesigner, der am Freitag seine Winterkollektion in einem Zelt am Bebelplatz vorstellen will. Statt bei der dortigen Fashion Week laufen viele der Herren lieber bei der Konkurrenzveranstaltung, den Männerschauen in Paris.

Und die Models sind nicht das Einzige, woran es Kerner und den anderen hiesigen Modemachern mangelt. Wenn die Fashion Week am Dienstag startet, wird es in Berlin auch an bedeutenden Einkäufern fehlen, an wichtigen Modekritikern – und sogar an zugkräftigen Marken.

Die wenigen wirklich bekannten heimischen Namen wie Jil Sander oder Strenesse präsentieren ihre Kollektionen lieber in Mailand. Andere kämpfen selbst schon ums Überleben wie Wunderkind Wolfgang Joops kränkelnder Haute-Couture-Spross entlässt gerade einen Teil der ohnehin kleinen Belegschaft, streicht Kollektionen und kürzt Investitionen (SPIEGEL 2/2010).

Dabei wollten sie an der Spree einst den großen Fashion-Metropolen Paroli bieten, als sie sich 2007 von der US-Agentur IMG erstmals ihre „Berlin Fashion Week“ organisieren ließen – wie die Firma das auch für New York macht. Der hiesige Ableger ist bisher allerdings eher Prenzlauer Berg geworden denn Paris, weniger Mailand als Moabit.

Das Grundproblem der Berliner Show: Sie hat die kritische Masse und Klasse nie erreicht, die dann erst den Glanz wirklich prominenter Kunden und mit ihnen das Geld großer Investoren anzieht.

Berlin lockt Promis an vom Schlage der Immernoch-Lothar-Matthäus-Gattin Liliana. Ebenfalls stets in der ersten Reihe präsent: der Regierende Bürgermeister Klaus Wowereit, der sich dann gern mit Schönheiten wie Sarah Nuru, Gewinnerin von „Germany's Next Topmodel“, schmückt. Wichtige



Besucher Wowereit, Nuru
Trendy wie ein Tupperabend



Fashion-Week-Schau in Berlin: Weniger Paris als Prenzlberg

Einkäufer großer Nobelkaufhäuser wurden dagegen nie gesichtet.

Immerhin: Im Jahr 2007 zählten die Veranstalter 11 Designer, dieses Jahr stehen über 40 Schauen auf dem Plan. Zum Begleitprogramm gehören auch die „Showroom Days“ von Galeria Kaufhof, was in etwa so avantgardistisch klingt wie ein Tupperabend in Frankfurt an der Oder. Nur Hugo Boss hält Berlin die Treue – und der Designer Michael Michalsky, der bedingungslos an den Standort glaubt: „Die Stadt hat ein eigenständiges Profil, sie steht für Mode des 21. Jahrhunderts. Die Schauen in Paris und Mailand sind antiquiert. In Berlin geht es um Streetwear und Subkulturen.“

Aber zu sub sollte es eben auch nicht werden. Aus der Not fehlender Top-Namen wollten die Berliner Veranstalter eine Tugend machen und sich als Schaufenster des lokalen Nachwuchses präsentieren. Die Folge: Opulenz verströmen in Berlin weder die Schauen noch die gezeigte Mode.

Der neudeutsche Purismus hat handfeste Gründe: Die aktuellen Berliner Zeltmieten von 10 000 bis 20 000 Euro für 20 Minuten Laufsteg-Brimborium sind

für junge Designer mittlerweile eine riskante Investition. Viele haben die vergangenen Rezessionsjahre finanziell nicht überlebt.

Wer in Berlin von der Lokalpresse gerade noch als in Deutschland weltbekannter Star gefeiert wurde, kann im nächsten Moment bereits gescheitert sein: So machte das Label Unrath & Strano weniger durch seine Kollektionen als sein Insolvenzverfahren auf sich aufmerksam. Seine exzentrischen Abendroben wurden zwar gelobt, aber nicht gekauft.

In diesem Jahr wagt das Designerduo mit einer alltagstauglichen Kollektion einen Neubeginn. Andere haben ganz aufgehört. Auch Jungtalent Kerner stand immer wieder vor dem Aus: „Die Nachfrage ist zwar gestiegen, aber ich konnte die Aufträge nicht vorfinanzieren“, sagt er.

Statt Kleidung zu entwerfen, suchte Kerner nach Sponsoren und nahm Nebenjobs an. Mittlerweile hat er einen Investor gefunden. Nicht auf der Modewoche,

sondern ganz zufällig. Ein Rechtsanwalt stieg bei ihm ein.

Noch dabei ist in Berlin auch „Anja Gockel London“, was allerdings internationaler klingt, als es ist. Eigentlich müsste das für seine immerhin tragbaren Outfits bekannte Label eher „Anja Gockel Mainz“ heißen, weil die Modeschöpferin längst nicht mehr in der britischen Hauptstadt arbeitet. Im vergangenen Jahr ließ sie lediglich das britische Topmodel Alek Wek einfliegen, um ihre Berliner Schau aufzuwerten. Wek gab fröhlich zu, dass sie von der Designerin noch nie etwas gehört habe, aber Lust hatte, sich Berlin anzuschauen.

Zwar profitiert die Mode nicht von der Stadt, aber die Stadt von der Mode. Weil parallel zur Fashion Week zwei Modemessen stattfinden, rechnen Hotels mit 200 000 zusätzlichen Übernachtungen, Taxifahrer und Restaurants machen gute Umsätze. Die Berlin Tourismus Marketing GmbH schätzt die Mehreinnahmen auf 100 Millionen Euro.

Doch für die Designer zählt vor allem, wer bei ihnen im Publikum sitzt – oder eben nicht. Top-Modejournalisten wie die US-„Vogue“-Chefin Anna Wintour fehlen. Wenn in der deutschen Hauptstadt junge Designer ihre Mode zeigen, bleiben selbst die Plätze für die hiesigen Chefredakteurinnen meist leer.

RICARDA LANDGREBE