

<http://www.faz.net/-hrx-8zqph>

STELLENMARKT LEBENSWEGE SCHULE

FAZ.NET

E-PAPER

Anmelden **Abo** Mobil Newsletter Mehr

HERAUSGEGEBEN VON WERNER D'INKA, JÜRGEN KAUBE, BERTHOLD KOHLER, HOLGER STELTZNER



Donnerstag, 17. August 2017

VIDEO

THEMEN

BLOGS

ARCHIV

POLITIK

WIRTSCHAFT

FINANZEN

FEUILLETON

SPORT

GESELLSCHAFT

STIL

TECHNIK & MOTOR

WISSEN

REISE

BERUF & CHANCE

RHEIN-MAIN

Home Stil Mode & Design Berliner Modewoche: Designerkooperation zwischen Modelabels

Berliner Modekooperationen

Gemeinsame Sachen machen

Broschen, Brillen, Schuhe - während der Berliner Modewoche musste man Modelabels ohne Designkooperationen fast schon suchen. Warum machen das gerade alle?

15.07.2017, von CELINA PLAG, BERLIN

Teilen

Twittern

Teilen

E-mailen

Veröffentlicht: 15.07.2017, 19:24 Uhr



© HERSTELLER

Kein Seepferdchen-Abzeichen: Brosche aus der Kooperation zwischen Designerin Stephanie Hahn und dem Schmucklabel Hornemann

Badespaß an Frankreichs Küsten - während der **Berliner Modewoche** befindet sich Stephanie Hahn längst in den Sommerferien, zumindest inspirativ. Mit ihrer Frauen- und Männerkollektion für den kommenden Sommer hat die Düsseldorfer Designerin die Erinnerungen an die Strandtage ihrer Kindheit heraufbeschworen. Für ihr Label *22/4 Hommes Femmes* entwarf sie maritim gestreifte leichte Baumwollhemden, lockere Shorts mit Seemanns-Kordeln und sportliche Reißverschlüsse, die an jene auf Taucheranzügen erinnern. Auch die Accessoires erzählen vom Meer: um den Hals baumelnde Badeboxen und das ikonische Seepferdchen-Abzeichen, hier und da auf die Kleider genäht.

Weitere Abzeichen zieren die Kollektion: Anstecknadeln aus Gold, Silber und Acrylglas in abstrakt-geometrischen Formen, die in dieser Saison gemeinsam mit der Goldschmiede Georg Hornemann entstanden sind. Die Schmuckstücke stehen hier nicht für sportliche Leistungen - sondern für einen künstlerischen Austausch auf hohem handwerklichen Niveau. „Ich hätte früher nie gedacht, dass ich einmal in die Welt des Echtschmucks hinein schnuppere und bin überrascht, wie matchy sich alles zusammen fügt“, sagt Designerin Hahn, deren Kooperation gleich zweimal präsentiert wurde:

zur Gruppenausstellung im Berliner Mode Salon sowie im intimeren Rahmen in Hornemanns Showroom in Charlottenburg. „Die Idee, gemeinsam etwas zu gestalten, existiert bereits seit zwei Jahren“, ergänzt Alexander Hornemann, der die Werkstätten der Familienschmiede in diesem Jahr zusammen mit seiner Frau Claudia von Düsseldorf nach Berlin übersiedelte.



Erinnerungen an Frankreichs Küsten: Entwurf von Designerin Hahn für ihr Label 22/4 Hommes Femmes

Bilderstrecke

© HERSTELLER

22/4 Hommes Femmes und Georg Hornemann waren nicht die einzigen, die zur Modewoche gemeinsame Sache(n) machten. Die Lust am gestalterischen Dialog ist dieser Tage dermaßen verbreitet, dass man eher nach Labels suchen müsste, die in Berlin keine disziplinübergreifende Kooperation eingegangen sind.

Designer Hien Le hat sich mit der Porzellankünstlerin Claudia Schoemig zusammengetan, um Knöpfe aus Porzellan für seine Blusen und Röcke zu entwerfen. Michael Sontag, für seine fließenden Satinkleider berühmt, kombiniert die feinen Stoffe zu derbem Schuhwerk, auch hier eine Kooperation. Die Ankle Boots in Referenz auf die 1990er entstanden gemeinsam mit der Berliner Schuhmanufaktur Trippen. Anne Gorke bringt die Drucke der Textilkünstler Teuber Kohlhoff auf ihre Kleider. Und die Münchner Schmuckdesignerin Saskia Diez ist mit zwei Gemeinschaftsprojekten angereizt: Bereits zum zweiten Mal präsentiert sie rahmenlose Sonnenbrillen zusammen mit dem Schweizer Eyewear Label VIU, und in diesem Jahr kam dazu Nagellacke in sommerlichen Farben, den sie mit der Berliner Beautymanufaktur Uslu Airlines entwarf.

Hier kooperieren David und David

Dass Modemarken miteinander kooperieren, ist kein neues Phänomen. Auf die Spitze treiben das große Marken wie Adidas oder H&M, die sich gerne mit sehr etablierten oder sehr angesagten Designern zusammentun. In der Regel funktioniert der Austausch hier aber nicht diametral: Die Künstler und Designer sind auf die größeren Einnahmen aus und die Multiseller wollen den Glanz des kreativen Namens nutzen. In der Modeszene in Berlin aber passiert derzeit etwas anderes. Zwar freuen sich auch in Berlin Designer beizeiten, wenn sie dank der Zusammenarbeit mit einer solventen Marke wie Swarovski die Produktion ihrer nächsten Kollektion gewährleisten können. Doch bei den momentan so verbreiteten Kooperationen tun sich nicht etwa David und Goliath zusammen, sondern David und David: Es geht in erster Linie um den schöpferischen Austausch auf Augenhöhe.

So steht auch für Alexander Hornemann ganz klar die Freude am künstlerischen Experiment im Vordergrund, und die Zusammenarbeit mit Kreativen ganz unterschiedlicher Disziplinen begleitet bei der Goldschmiede seit jeher die Arbeitspraxis. In der Vergangenheit entstanden so bereits Schmuckstücke mit Rita McBride, Kris Martin, Alicja Kwade oder dem Schweizer Modehaus Akris. Die Zusammenarbeit mit anderen Künstlern empfindet er als „horizontweiternd“, denn jede Kooperation sei von anderen Herausforderungen gezeichnet.

Mehr zum Thema

- Legendärer Concept-Store Colette in Paris schließt
- Berliner Modewoche: Empathie auf dem T-Shirt [Interaktiv](#)
- Gute Laune über den Dächern Berlins [Interaktiv](#)
- Harald Glööckler und Dandy Diary ironisieren die Berliner Modewoche
- Berliner Modewoche: Siegt der FC Germany?
- DJane Susanna Kim: Musiktips für die Modewoche
- Willkommen im Club: Shopping als Erlebnis

Über die aktuelle

Zusammenarbeit sagt er: „Stephanie (Hahn) macht Mode für selbstbewusste Männer und Frauen, die sich nicht in Schubladen stecken lassen. Ihr Ansatz ist nicht unisex, sondern geschlechterliberalisierend. Die Herausforderung bestand darin, Schmuck zu gestalten, der gleichermaßen von beiden Geschlechtern getragen werden kann. Von Anfang an war deshalb klar, dass wir nichts Figuratives oder Florales umsetzen wollen, was man mit klassischerweise weiblich konnotierten Broschen verbindet.“ Entstanden ist ein Spiel von Formen, Farben und Materialien. Kräftige Grün- und Blautöne finden sich in der 22/4-Kollektion wieder. Perforiertes Goldblech nimmt die Optik vom ebenfalls gelöcherten luftigen Funktionsmaterial Mesh auf.

Beide Welten fügen sich gegenseitig etwas hinzu. Der schnelleren, jüngeren Mode wird etwas so Haltbares wie Haute Joaillerie gegenüber gestellt. Der teure Schmuck wiederum bekommt durch das Tragen an Kleidung einen Bezugsrahmen fernab verschlossener Vitrinen. Das disziplinübergreifende Zusammenarbeiten fördert nebenbei die Qualität. Hilft, dass handwerkliches Fachwissen nicht verloren geht. Nicht jeder Modedesigner kann gute Schmuckstücke, Schuhe oder Brillen entwerfen, hätte diese aber dennoch gerne innerhalb seiner.

Das würde auch Modedesignerin Anne Gorke unterschreiben. Bereits zum zweiten Mal präsentiert sie gemeinsam mit anderen Freidenkern eine Capsule Kollektion unter dem Motto „Bauhaus Made“, angelehnt an die Leitprinzipien der Design-Lehre. Ziel ist es, in jeder Saison mit Kreativen aus unterschiedlichen Disziplinen zu arbeiten und sich gegenseitig zu befruchten, um am Ende vielmehr unabhängig funktionierende Editionen zu erhalten. „Mich interessieren spannende Einzelteile heute mehr als der saisonale Kollektionsrhythmus“, sagt sie.



Die neue digitale Zeitung F.A.Z. PLUS

Die ganze F.A.Z. jetzt auch im Web, mit zusätzlichen Bildern, Videos, Grafiken. Hier geht's zum Test.

MEHR ERFAHREN

Gorke, die selbst an der Bauhaus-Universität studierte und heute zwischen Weimar und der Mecklenburgischen Seenplatte pendelt, präsentierte mehrere Saisons lang ganz klassische Laufstegmode im Rahmen der Berliner Modewoche. Das Abrücken vom saisonalen Diktat und die Hinwendung zu Künstlerkooperationen beschreibt sie auch als Prozess des „Mithaltens“: „Das Moderat dreht sich immer weiter, immer schneller. Praktisch wöchentlich kommen neue Kollektionen auf den Markt, das können kleine Labels überhaupt nicht liefern.“

Fördern und Kundenkreise zusammenschmeißen

Sie wundert sich deshalb nicht, dass Kooperationen momentan gehäuft auftauchen. Bei aller Konkurrenz untereinander spreche das auch dafür, dass sich Kreative zusammenschließen, miteinander reden und sich auf eine Gewisse Art und Weise so auch gegenseitig unterstützen. „Wir stehen alle vor den gleichen Unwegsamkeiten“, sagt Gorke. „Das löst schon den Impuls aus, sich zu fördern. Gerade für kleine Marken ist es nicht leicht, sich am Markt zu behaupten. Neben dem Spaß

am kreativen Austausch haben Kooperationen natürlich den günstigen Nebeneffekt, dass sich Kundenkreise zusammenschmeißen lassen“, sagt sie lachend.

Modedesigner Hien Le beschreibt das als „Win-Win-Situation“. Claudia Schoemig, die Porzellankünstlerin, welche die Knöpfe zu seiner jüngst gezeigten Kollektion liefert, erschließt sich durch die Präsenz auf der Berliner Modewoche ein vollkommen neues Publikum – „und vielleicht ist ja der eine oder andere neue begeisterte Kunde dabei.“ Er selbst spare die Kosten für die Knöpfe. „Und zusätzlich überlegen wir, die Knöpfe auf Anfrage auch losgelöst von der Kollektion zu verkaufen“, so Le.

Auch diese Strategie ist von den Großen der Branche längst bekannt: Zwei Logos auf einem Produkt verdoppeln unter Umständen die Zielgruppe – und idealerweise auch den Umsatz. Was bei Global Playern jedoch oft wie ein weiterer billiger Geldscheffel-Trick anmutet, Konsumenten dazu zu bringen noch mehr zu kaufen, ist bei den kleinen Labels ein willkommenes Selbsthilfetool. „Durch die Kooperationen zeigen wir auch nach außen, dass wir eine gemeinsame Modeszene sind“, ergänzt Anne Gorke: „Auch so lässt sich das Bild Deutscher Mode festigen.“

Quelle: FAZ.NET

[Zur Homepage](#)

Themen zu diesem Beitrag: [Berlin Fashion Week](#) | [Berlin](#) | [Designer](#) | [Gold](#) | [Schmuck](#) | [Blusen](#) | [Ankle Boots](#) | [Alle Themen](#)

Hier können Sie die Rechte an diesem Artikel erwerben

Weitere Empfehlungen

Volants, Blümchen, Rosa

Die Rüschen sind zurück!

In diesem Sommer zieren Rüschen und Volants Blusen, Tops und Kleider. Vor allem junge Frauen, die mit Jeans und Turnschuhen groß geworden sind, begeistern sich dafür. Muss man alarmiert sein? [Mehr](#) Von SABINE SPIELER
09.08.2017, 16:42 Uhr | Stil



„Tiny Houses“

Ein Eigenheim in Autogröße

Wie viel Platz braucht der Mensch? In Berlin stellt der Architekt Van Bo Le-Mentzel zehn Quadratmeter große „Tiny Houses“ her. Sie könnten Flüchtlingen oder Berlinern Obdach bieten, die keine bezahlbare Wohnung finden. [Mehr](#)
14.08.2017, 10:56 Uhr | Gesellschaft



Michael Müller

Warum Berlins Bürgermeister nicht mehr beliebt ist

Erst war er beliebter als Klaus Wowereit, mit dürftigem Ergebnis wurde Michael Müller gewählt – jetzt verliert sich Rot-Rot-Grün in Berlin im Klein-Klein. [Mehr](#) Von MECHTHILD KÜPPER, BERLIN
10.08.2017, 16:59 Uhr | Politik



Kulinarische Zuwanderung

Bulgarische Küche in Berlin

Das Pfannengericht Misch-Masch ist in Bulgarien beliebt. Vor allem im Spätsommer, dann gibt es überall frische Paprika. Auch Maria Duness-Rose vom Berliner Restaurant PriMaria nutzt viel Paprika für die vegetarische Spezialität. [Mehr](#)
23.07.2017, 11:10 Uhr | Stil



Mareike Krügels Roman

Schreibt Geld gute Bücher?

Mareike Krügels vierter Roman ist mit großer Spannung erwartet worden: Ihr neuer Verlag hofft auf einen Bestseller und hat dafür entsprechend bezahlt. „Sieh mich an“ will nun alles richtig machen. [Mehr](#) Von ANDREAS PLATTHAUS
08.08.2017, 22:32 Uhr | Feuilleton



Anzeige