

Berlin Fashion

LABELS×LIFESTYLE×LOOKS

JULIA STELZNER

Berlin Fashion

LABELS × LIFESTYLE × LOOKS

PRESTEL

MÜNCHEN · LONDON · NEW YORK

INHALT

08 LABEL
**MICHAEL
SONTAG**

12 LABEL
LALA BERLIN

16 STIL
**MARLENE
SØRENSEN**

19 ESSAY
FRISCH ERBLÜHT

22 LABEL
**FIONA
BENNETT**

26 LABEL
ACHTLAND

30 STIL
**HERBERT
HOFFMANN**

33 STIL
JULIA FREITAG

36 LABEL
**PERRET
SCHAAD**

40 LABEL
MICHALSKY

44 STIL
**JUTTA
OHMS**

47 ESSAY
**INVESTITION
IN MODE**

50 LABEL
**BOBBY
KOLADE**

54 LABEL
**AUGUSTIN
TEBOUL**

58 STIL
**DAVID
KURT KARL
ROTH**

61 ESSAY
**INSPIRATION:
MIGRATION**

64 LABEL
**ISSEVER
BAHRI**

68 LABEL
**ISABELL
DE HILLERIN**

72 STIL
**JESSICA
WEISS**

76 LABEL
**SABRINA
DEHOFF**

80 LABEL
BLAENK

84 INTERVIEW
**»MEHR DEMUT
VOR DEM
HANDWERK«**

88 STIL
ALEX & ANTON

91 STIL
**KERSTIN
GEFFERT**

94 LABEL
RITA IN PALMA

98 LABEL
KAVIAR GAUCHE

102 LABEL
JULIAANDBEN

106 STIL
MELANIE
DAL CANTON

109 ESSAY
IM WESTEN
WAS NEUES

112 STIL
CHRISTIANE
BÖRDNER

116 LABEL
**VLADIMIR
KARALEEV**

120 LABEL
LUNETTES

124 STIL
HADNET
TESFAI

127 ESSAY
POP-UP, POP WEG

130 LABEL
HIEN LE

134 LABEL
BLAME

138 STIL
SONJA HEISS

141 STIL
LÚCIA
VICENTE

144 LABEL
SLOE

148 LABEL
UMASAN

152 ESSAY
BERLIN
BEAUTYS

156 STIL
MELISSA
DRIER

160 LABEL
**MALAIKA
RAISS**

164 LABEL
FIRMA

168 STIL
BORIS RADCZUN

171 ESSAY
VOLL ENTSPANNT

174 LABEL
SISSI GOETZE

178 LABEL
**VONSCHWANEN-
FLÜGELPUPKE**

182 INFO
SHOP TILL
YOU DROP

188 INFO
ALL YOU READ

VORWORT

2010 war ein gutes Jahr für die Berliner Mode. Denn es war das Geburtsjahr einer neuen Generation von jungen Modemachern, die heute zu den großen Modeversprechen zählen. Sie folgen auf die erste Welle erfolgreicher Labels wie Lala Berlin, Michalsky oder Firma. Ihre Namen sind Achtland, Perret Schaad, Hien Le, Sissi Goetze oder Blame, ihre Entwürfe sind puristisch und handwerklich einwandfrei. Die Modernisierung, die zuletzt das Berliner Straßenbild an allen Ecken und Kanten sanierte, hat auch vor der Mode nicht haltgemacht. Letzte Indizien der Ungezügtheit: der olivgrüne Parka und das Paar Dr. Martens, wengleich sie heute zur Designerhandtasche getragen werden.

Doch das war nicht immer so. Setzt man für die Berliner Mode die Zeit nach der Wende an, Jahrzehnte nach der florierenden Berliner Konfektion (mehr zur Zeit davor in den Essays von Alfons Kaiser und Timo Feldhaus, S. 19 und S. 171), dann dominierte damals die Lust am Experimentieren und Improvisieren. Die Avantgarde-Strickmode von Claudia Skoda, die Plastiklooks der Love-Parade-Raver und Unmengen an Siebdruckshirts sind nur drei Beispiele. Die Maxime: Hauptsache auffallen – im Gegensatz zu den Spießern in Düsseldorf, München und Hamburg.

Als das »neue Berlin« spätestens 2008 die Pubertät und damit die wilden Zeiten hinter sich gelassen hatte, kam der Paradigmenwechsel hin zu einer wohlgeformten Zeitlosigkeit. Die Mode wurde ein Stück weit, ja, erwachsen. Das zeigt sich nicht nur auf der Mikroebene der Labels. Das sieht man auch an dem ganzen Drumherum: Seit 2003 residiert schon die »Bread & Butter« in Berlin, ebenso die »Premium«, zwei wichtige Modemessen. 2007 debütierte die Berlin Fashion Week, sozusagen das Festzelt der Hauptstadtmode sowie der großen nationalen Marken. Es gibt insgesamt zehn Modeschulen und eine Produktionsstätte (siehe das Interview

von Franziska Klün, S. 84). Die meisten erfolgreichen Berliner Labels haben einen multikulturellen Hintergrund (wie Lisa Strunz berichtet, S. 61), was den internationalen Charakter einer Metropole stärkt. Nicht zu vergessen ist die Förderung durch den Senat (die Grit Thönnissen nachzeichnet, S. 47). Und natürlich sind da all die neuen Shoppingdestinationen (unter anderem benannt im Text von Nicole Urbschat, S. 109), die alles führen. Außer Mode »Made in Berlin«.

Genau das ist nämlich die Krux. In Berlin liefert sich die Professionalisierung des Modesektors immer noch ein Gefecht mit dem Hang zur Privatisierung. Hier Supper Clubs, da die letzten Kellerclubs und zwischendrin jede Menge Start-ups. Das subkulturelle Moment, dass jeder einfach so vor sich hinwerkelt, gilt nach wie vor auch für die Mode. Das war in New York und London jedoch nicht anders. Vor einem Jahrzehnt waren Proenza Schouler aus New York und Preen aus London nur wirklichen Modeliebhavern ein Begriff. Heute kosten ihre Kleider mehr als 1.000 Euro und Michelle Obama trägt sie bei öffentlichen Auftritten. Seien wir also nicht ungeduldig mit der Berliner Mode und vergleichen wir sie schon gar nicht mit Paris oder Mailand. Denn es ist gerade die Zeit des unkontrollierten Wachstums, die so spannend ist.

Einen aktuellen, möglichst vielschichtigen Einblick in diese ereignisreiche Zeit, insbesondere in Form der genannten Essays, soll dieses Buch liefern. Es porträtiert 25 starke Labels und befragt 15 Stilpersönlichkeiten zu ihrem persönlichen Look. Zuletzt folgt ein umfassender Shopping-Guide, da die beste Förderung immer noch der Konsum ist. Und wer weiß: Angela Merkel in Achtland, auch das ist eine reizvolle Vorstellung. Wir dürfen gespannt sein. Bis es so weit ist, kaufen Sie reichlich Berliner Mode. Es lohnt sich!



MICHAEL SONTAG

9

DECENT DRAPES

Mit Skizzen kann Michael Sontag nichts anfangen. Seine wichtigsten Werkzeuge beim Konstruieren neuer Looks sind nicht Stift und Papier, sondern Stoff und Kleiderpuppe. Mit Seide oder Baumwolle formt er, dreidimensional wie ein Bildhauer, die Silhouette, die den Schnitt vorgibt. Nicht umsonst fallen Michael Sontags Kleider und Mäntel deshalb besonders locker und umhüllen den Körper. Denn sie sind subtil drapiert, nicht streng vernäht, was mittlerweile zu Michael Sontags Markenzeichen geworden ist. So zieht der Absolvent der Kunsthochschule Weißensee konsistente Kollektionen dem Experimentieren vor und entwickelt bestimmte Stücke gezielt weiter. Beispielsweise die langen Seidenkleider, die – so weit kann man durchaus gehen – die Präsenz einer griechischen Göttin verleihen und zu deren Trägerinnen die Schauspielerin Iris Berben gehört. Aber auch international überzeugt der aus Oberbayern stammende Designer. Die scharfsinnige Modekritikerin Suzy Menkes nennt Michael Sontag beim Sichten seiner ersten Kollektion 2009 in der International Herald Tribune »a designer to watch«. Im gleichen Jahr gewinnt Sontag den ersten Preis sowohl des Wettbewerbs »Start your Fashion Business« als auch den »Textil+Mode Innovationspreis« des Gesamtverbands der deutschen Textil- und Modeindustrie e.V. in der Kategorie Modedesign. Die Preisgelder hat er gut investiert: Nach über fünf Jahren Selbstständigkeit ist Michael Sontag einer der beachtetsten Berlin-Exporte, insbesondere auf dem asiatischen Markt. Seine Mode zielt übrigens auch das Cover dieses Buches.

GEGRÜNDET: 2008 / ADRESSE: Lobeckstraße 36, 10969 Berlin

WEB: michaelsontag.com



LINKE SEITE

OHNE TITEL, SS 2014

RECHTE SEITE

OHNE TITEL, SS 2013





Julia Stelzner

Berlin Fashion

Labels Lifestyle Looks

Paperback, Broschur, 192 Seiten, 16,5 x 24,0 cm

160 farbige Abbildungen

ISBN: 978-3-7913-4884-1

Prestel

Erscheinungstermin: März 2014

Berlin wirkt anziehend, und das nicht nur auf Kreative aus aller Welt. Seit den Erfolgen der Berlin Fashion Week, der Messen Bread & Butter und PREMIUM, die 2013 mit mehr als 270.000 Besuchern ihre bislang erfolgreichste Saison erlebten, steht fest: Mode und Berlin – das gehört zusammen wie Alex und Fernsehturm. In Berlin hat sich eine spannende Szene aus Designern, Fotografen, Journalisten, Bloggern und Modeenthusiasten etabliert, welche die Freiräume der Stadt für ihre Visionen nutzt und dabei ein Netzwerk mit Kontakten in alle Welt bildet. Signifikant dafür sind unter anderem die zahlreichen Labelgründungen der letzten Jahre, die mit eigenwilligen und neuen Ansätzen auch über deutsche Grenzen hinaus für Aufmerksamkeit sorgen: Berlin Style – das experimentelle Image der Stadt ist längst zum etablierten Markenzeichen geworden. Berlin Fashion versammelt in fünf Kapiteln – von Label-Porträts über Stil-Interviews und Essays bis hin zum Shopping-, Blog- und Magazin-Guide – alles Wissenswerte über Mode in Berlin. Ein nützlicher Begleiter für die nächste Einkaufstour in der Mode-Hauptstadt oder zum Blättern zu Hause.



Der Titel im Katalog