

## 4. Berliner Mode-Tage : "Berlin ist eine Reise wert!"

Autor(en): **Geisler, Kurt**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Textiles suisses [Édition multilingue]**

Band (Jahr): - **(1984)**

Heft 60

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-795246>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

### **Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

## 4. BERLINER MODE-TAGE



Eine glückliche Hand im Kombinieren von Stoff und Modell bewies hier Mercedes Engelhardt, Berlin, (Mitglied der K.A.B.). Der Mantel – federleicht und mit einem Hauch sympathischer Extravaganz – aus «Gazamour». Hier handelt es sich um eine Exklusivität der Stehli Seiden AG. Dazu – betont schlicht in der Linienführung – der Organza-Anzug aus der Kollektion Weisbrod-Zürrer AG.

Foto: Marion Schult, Berlin

“BERLIN  
IST  
EINE REISE  
WERT!”

**B**erlin hat modisch wieder aufgeholt – so lautet das Fazit der 4. BERLINER MODE-TAGE. Die Basis von 700 Mio. D-Mark auf dem Gebiet der Textilstufe (Gewebe, Gewirke usw.) pro Jahr, dazu 900 Mio. D-Mark Produktionskapazität im Bereich Damen-Oberbekleidung, die vielen Pelzkonfektionäre und Kürschner, die einmalige Mode-Avantgarde – dies alles und attraktive Premieren schafften beste Voraussetzungen, um die Modewelt wieder nach Berlin zu locken.

Da wäre zuerst die Avantgarde zu nennen. Mit dem Designer Wolfgang Joop zusammen versprühten 13 Berliner Mode-Avantgardisten ein Feuerwerk an Ideen. Neue Show-Elemente aus «Light & Sound» in der Halle des gigantisch anmutenden «ICC Berlin» boten fast einmalige Anregungen und Informationen. «Bombenstimmung» – ein Begriff, der treffender die Situation und die Reaktion des in die Tausende gehenden Publikums nicht charakterisieren könnte, das mit Begeisterung und Applaus auf offener Szene die Super-Show im ICC verfolgte. Der Laser-Spektakel überbot auch gewohnten Show-Effekt und -Glimmer.

Weiteres herausragendes Ereignis: Die 2. Deutsche Designer Schau. Bekannte Kreative zeigten ihre Kollektionen und gaben damit der Fachwelt einen Überblick über die Mode für Frühjahr/Sommer '85. Last but not least – die «Modell-Premiere» in Berlin. Dabei wurden Modelle gezeigt, die vorher noch auf keiner öffentlichen Modeschau zu sehen waren. Sie repräsentierten kompetente Richtlinien für Sommer '85. Für Designer-Schau und Modell-Premiere bot der Konzertsaal der Hochschule der Künste den passenden Rahmen. Über die attraktiven Schauen hinaus boten sich 250 Kollektionen im Hotel Inter-Continental Berlin und bei Berliner Stadtausstellern an.

Ob Modefarben oder nicht: Laser-Kanonen schossen am «heissen Wochenende» in Berlin Regenbogenfarben von der Gedächtniskirche kilometerweit über den Kurfürstendamm in den Himmel!

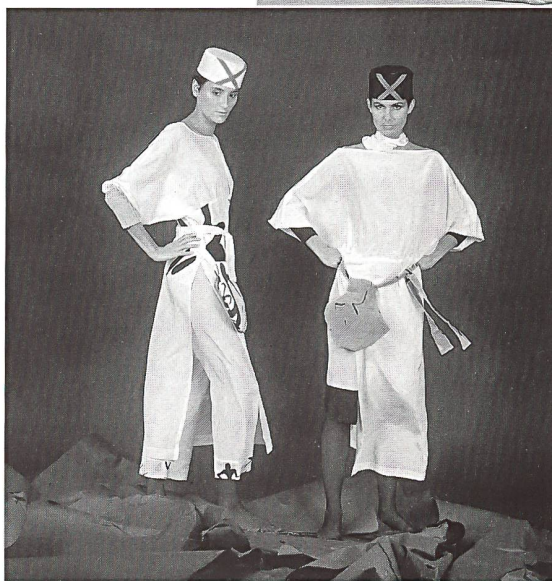
Mode, Szene, Attraktionen – Ambiance und Rahmen für die in zahlreichen Kollektionen entdeckten Nouveautés aus der Schweiz, die bestätigten, wie stark die Branche der modischen Interpretation und der damit verbundenen Aussage des differenzierten Schweizer Angebots vertraut.

Die besondere Liebe zu hochwertigen und edlen Stoffen aus Seide erklären die starke Präsenz aus Schweizer Stoffkollektionen bei Mercedes Engelhardt, Berlin. Der Umhang ist aus «Gazamour» von Stehli Seiden AG, das avantgardistische Kleid aus Crêpe de Chine der E. Schubiger + Cie AG.

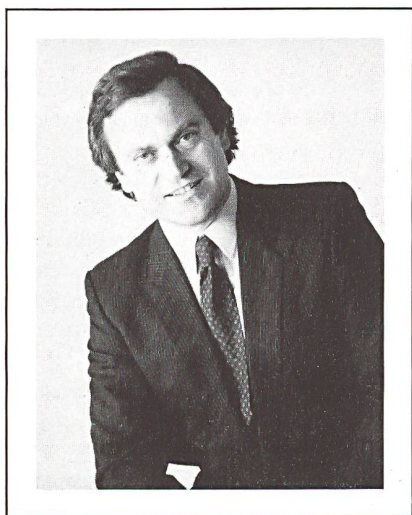
Foto: Marion Schult, Berlin



Exklusive Kreationen aus edlem Crêpe de Chine von Weisbrod-Zürrer AG. «Meine Kollektion ist aus Seide gearbeitet und erhält zum Teil mit Hilfe der Malerei eine expressive Aussage», erläutert Mercedes Engelhardt aus Berlin ihre Modelle.



## MODEPLATZ BERLIN MIT "ERFRISCHENDER BRISE"



Ein Interview mit KURT GEISLER, Geschäftsführer der Berliner Mode-Messegesellschaft

Berlin – die zweigeteilte Millionenstadt – ist modisch unterbewertet. Hier prallen nicht nur zwei Welten rechts und links der Mauer aufeinander, sondern auch zwei völlig verschiedene Lebensstile und -auffassungen. In dieser Stadt hat Diplomvolkswirt Kurt Geisler sich ans Werk gemacht, er will hier wieder aufbauen, was durch die Entwicklung der Jahre langsam in einen Dornröschenschlaf zu fallen drohte. Seit eineinhalb Jahren ist er Geschäftsführer der Berliner Mode-Messegesellschaft, die zur Hälfte vom Verband der Berliner Bekleidungsindustrie, vom Modeforum (26%) und der Textilvereinigung Berlin (24%) getragen wird. Als ehemaliger Journalist bei deutschen Modefachzeitschriften und früherer Mitarbeiter im DIH kennt er das Metier aus verschiedenen Perspektiven.



Crêpe de Chine von Weisbrod-Zürer AG wählte Mercedes Engelhardt, Berlin, für diese beiden Modelle. Die Ethnologin und Malerin hat die weissgrundige Seidenqualität von Hand bemalt (schwarz/blau).

### Wie zeigt sich die Situation nach 1 Jahr Mode-Messegesellschaft?

**„W**ir standen vor der schwierigen Aufgabe, einen Neu-Aufbau verwirklichen zu müssen. In der ersten Phase musste es darum gehen, zu ergründen, welche Möglichkeiten im Reigen der vielen in- und ausländischen Mode-Messen verbleiben, es musste die Personelle und organisatorische Basis der künftigen Tätigkeit gelegt werden. Und: Es musste eine Konzeption gefunden werden, die längerfristig währt. Um auf die gestellte Frage direkt einzugehen: Es hängt von den Erwartungen ab, die möglicherweise hier und da gehegt wurden. Es gibt Stimmen, die Berlin schon abgeschrieben hatten. Da kann ich allerdings eindeutig gegenhalten. Für's erste kam es darauf an, das Mode-Berlin wieder ins Gespräch zu bringen. Und das scheint ziemlich gelungen. **“**

### Wie sieht die Langzeit-Konzeption aus?

**„S**ie ist als 3-Phasen-Konzeption angelegt. Phase 1 gilt als abgehakt. Hier handelt es sich darum, die heutige Image-Lücke Berlins als Mode-Messe-Stadt zu schliessen. Wir haben dabei auf das Machbare abgestellt. Und das ist: Reaktivierung der Modestadt Berlin. Nicht einmal der Fachmann weiss unbedingt, dass Berlin immer noch an erster Stelle Europas steht, was das Produktionsvolumen in Damenmode betrifft. Nahezu 900 Mio. DM werden in Berlin umgesetzt, ein Drittel mehr als in Paris mit seiner Haute Couture und dem Prêt-à-Porter. Was hier deutlich wird: Der Ruf ist schlechter als die eigentliche Situation, anscheinend muss die Mode für die politische Situation büssen. In diesen Zusammenhang gehören auch die 1,1 Mrd. DM Textilproduktion in Berlin als solider Unterbau. Dazu kommt die interessante Modeszene, die sich in einer vielseitigen Kreativität niederschlägt. Avantgardisten, Mode-Alternative, Designer, junge Mode, Mode in allen Grössen – das alles zusammen macht die Modestadt Berlin aus. **“**

### Ist der «alte» Ruf bereits erreicht?

**„J**ahrelange negative Entwicklungen brauchen Zeit, um sie umzukehren. Wir wollen durch unsere Aktivitäten Berlins Kompetenz als Modestadt zurückerobern. Das ist die Stufe 2. Danach, so hoffen wir, wird auch das Thema Messeplatz eine neue Bedeutung gewinnen. Nachdem der quantitative Unterbau steht, wollen wir durch attraktive Veranstaltungen, durch impulsgebende Schauen, durch Förderung der Kreativität, auch des Nachwuchses und der Avantgarde, den qualitativen «Überbau» draufsetzen. Produktionspotenz und Kreativität machen das aus, was man von der Modestadt erwarten kann. Immerhin – man spricht wieder von Berlin. **“**

«Luxus nach Mass» – so umschreibt die bekannte deutsche Designerin Ella Singh, Neu-Isenburg, ihre Kollektion aus hochwertigen Materialien, die vorwiegend aus Schweizer Stoffkollektionen stammen.  
(2. Deutsche Designer-Schau, Berlin)



## Und die Resonanz beim Fachhandel?

„Ich glaube, dass die Entwicklung positiv verläuft. Die Neugier auf das neue Mode-Berlin zieht zuerst die Einzelhändler an und bringt sie dann auch zu Ordertätigkeiten. Einkäufer grosser Häuser, aber auch Boutiquebesitzer aus dem ganzen Bundesgebiet waren im August präsent. Die intensive Werbung als weitere Marketing-Massnahme stellt die attraktiven Veranstaltungen in den Vordergrund, Anziehunggrund für Einzelhändler, die auch Berliner Firmen in ihren Räumen besuchen. Viele sind ja am Kurfürstendamm und rund um die Gedächtniskirche angesiedelt. Zusätzlich ist das Hotel Inter-Continental unser Aussteller-Hotel. Aber trotz Supershows im August und somit noch nie Dagewesenem muss sich wohl die textile Öffentlichkeit an Berlin erst wieder gewöhnen, denn die Stadt liegt abseits des üblichen Pilgerwegs der Modeleute. Leider und zu unrecht. Die Flugzeiten aus Deutschland und dem benachbarten Ausland sind so kurz und brauchen kaum mehr als eine Stunde. Die Flug- und Hotelpreise sind niedriger als anderswo, das kulturelle Angebot grösser und vielseitiger, die kreativen Impulse intensiver. Berlin ist eine Weltstadt. Berlin ist Modestadt. Die Berliner sind Trend-Städter. Die Branche sollte sich zweimal im Jahr gönnen, Mode – und mehr – in Berlin zu geniessen.“



Crêpe de Chine, Seide und Seidenstickereien aus Schweizer Kollektionen, mit der richtigen Idee und mit viel Handarbeit verbunden, das macht die individuelle, hochwertige Kollektion von Ella Singh, Neu-Isenburg, aus.  
(2. Deutsche Designer-Schau Berlin)

# KLUB DER MODE- AVANTGARDE BERLIN K.A.B.

Berlin ist mit dem Bemühen um die jungen Modekünstler nicht allein in Deutschland, sieht man dabei auch nach Düsseldorf und München. Tatsache ist: Die erste deutsche Designer-Schau fand in Berlin statt. Damit ist der richtige Kurs bestätigt.

Berlin ist schon seit längerer Zeit ein Begriff für Kenner der Musik- und Kunst-Szene. Daneben existiert eine ausgeprägte Mode-Szene, die bei Insidern bereits als Geheimtip gehandelt wird. In dieser kreativen Umwelt entwickelte sich der Klub der Mode-Avantgarde Berlin, kurz K.A.B. genannt. K.A.B., das sind 11 Berliner Mode-Designer-Teams, die durch gemeinsame Aktivitäten im In- und Ausland die traditionelle Modestadt Berlin wieder ins Gespräch bringen.

Grosse Beachtung bei Presse und Fachpublikum fanden die K.A.B.-Modeschauen. Die vielseitigen Kollektionen der K.A.B.-Designer wurden in für Modeschauen ungewöhnlichem Rahmen, wie beispielsweise einer stillgelegten Pumpstation oder einem Bus-Depot der Berliner Verkehrsbetriebe, präsentiert.

Die K.A.B.-Designer legen besonderen Wert auf die hochwertige Verarbeitung ihrer ausschliesslich in Berlin hergestellten Modelle. Diese Philosophie beinhaltet auch trendgerechte, hochwertige Stoffe aus der Schweiz. Lobend wurde die grosse Flexibilität der schweizerischen Stofflieferanten unterstrichen. Interessantes Detail: Barbara Dietrich, seit 17 Jahren in Berlin zu Hause, ist Schweizerin und immer noch von der Atmosphäre dieser Stadt an der Spree fasziniert.

## **K.A.B.-Mitglieder sind:**

<i>Sylvia Cossa</i>	<i>Brigitte Haarke</i>
<i>Ute Reitmaier</i>	<i>Jutta Meierling – Andrea</i>
<i>Hans Jung</i>	<i>Schuricht Leder &amp; Co.</i>
<i>Marion Ecker</i>	<i>Knut Schaller</i>
<i>Barbara Dietrich</i>	<i>Mercédes Engelhardt</i>
<i>Sabine Schmitsdorf</i>	

Die während der 4. Berliner Modetage im ICC gezeigten Avantgarde-Modelle im Matrosenlook tragen die unverwechselbare Handschrift von Barbara Dietrich, einer in Berlin arbeitenden Schweizer Designerin, die das K.A.B. wesentlich geprägt hat. Das Material: hochwertige, feine Baumwolle von Mettler + Co. AG.

Die farbliche Vielfalt im Stoff-Angebot lässt den kreativen Möglichkeiten viel Raum. «Ich verarbeite am liebsten kostbare Materialien der gehobenen Preisklasse und damit liege ich mit Schweizer Stoffkollektionen richtig», präzisiert Barbara Dietrich.

