



Heimatliebe Die Berliner Designerin Eva Gronbach hat eine ganze Kollektion in Schwarz-Rot-Gold entworfen



1917

Berliner Mode vom Feinsten: Abendkleider im griechischen Stil



1926

Marlene (Dietrich) als Model für Kunstseidenstrümpfe



1952

Einflussreich: Persianermantel von Heinz Oestergaard – dem Designer der Fifties



1968-2005

Queen of Clean Jil Sander kurz nach der Eröffnung ihrer Hamburger Boutique (o.m.). Links: die aktuelle Kollektion

DER NEUE HÖHENFLUG DER DEUTSCHEN MODE

SCHWARZ

Von den goldenen Zwanzigern in Berlin bis zu den internationalen Erfolgen einer neuen, kreativen Designer-Generation: ein Essay über die aufregendsten Stationen der deutschen Mode.

Es war im Dezember 2003 und es geschah in Hamburg: Plötzlich sah man an allen Ecken hippe Hanseaten in Sweaterjacken mit Hamburg-Schriftzug. Das Friseur-Duo „Cut for Friends“ hatte diese Bekenner-Mode erfunden. Auf Shirts, wo zuvor der Name eines US-Baseball-Teams stand, wird seitdem das neue Heimattgefühl ausgerufen. Mittlerweile gibt's Stadt-Jacken als Billigkopie auf dem Grabeltisch in jeder Fußgängerzone. Man trägt deutsch – und damit ist nicht nur die Mode von der Stange gemeint. Neben witzigen Newcomern und Luxus-Konfektionären wie Strenesse oder Boss finden auch experimentierfreudige Neuschneider einen Platz. International bekannte Designer wie Bernhard Wilhelm oder Eva Gronbach, Darja Richter oder Markus Lupfer zeigen, dass Mode mehr ist als die schöne Hülle für das Wesentliche.

Nach dem teutonischen Mode-Tief zieht endlich wieder eine Schönwetter-Zone auf, Schwarz-Rot-Gold kehrt zurück auf die Mode-

Landkarte. Dabei lag der Mittelpunkt der europäischen Damen-Modewelt schon einmal in Deutschland: um das Jahr 1830 am Berliner Hausvogteiplatz. Damals beginnen Textilhändler dort, Mode im großen Stil zu fertigen. Bald wird die Gegend das „Konfektionsviertel“ genannt.

„1921 tragen schicke Berlinerinnen keine Pariser Mode, sondern Modelle von Couturiers wie Manheimer, Gerstel, Gerson-Prager-Hausdorff oder Max Becker“, sagt Professorin Ingrid Loschek, die an der Hochschule Pforzheim Mode-Geschichte und Mode-Theorie lehrt. Viele Mode-Häuser befinden sich bis zu Adolf

Hitlers Machtergreifung 1933 in jüdischem Besitz. 1934 werden bei Modeschauen zum letzten Mal Entwürfe jüdischer Mode-Häuser gezeigt. Nazi-Damen wie Magda Goebbels, die Frau des Propagandaministers, tragen allerdings trotzdem nicht deutsch: Sie bevorzugen Pariser Haute Couture. In der „Reichskristall-

IN DEN 50ERN WAR MAN IN DEUTSCHLAND MODEBEGEISTERT

ROT GOLD

nacht“ am 9. November 1938 brennen am Hausvogteiplatz die Läden der jüdischen Mode-Macher.

Es ist ein Vernichtungsschlag, der bis 1945 nicht nur tausende Mode-Kreative das Leben kostet, sondern auch den unbelasteten Blick auf das Kulturgut Mode in Deutschland verstellt. „Allerdings gibt es in den 50er Jahren in Deutschland durchaus eine große Liebe zur Mode“, erklärt Prof. Ingrid Loschek. „Sie hat einen hohen Stellenwert. Handschuhe, Schuhe, Accessoires: Alles muss zusammenpassen, man geht möglichst nie ohne Hut, die Berliner Mode-Szene blüht wieder auf.“

Den künstlerischen Eigensinn, die Begeisterung für Schnitte, Stoffe und Farben haben die Nazis nicht völlig ausrotten können. Auch in der Sport-Mode etablieren sich deutsche Firmen. 1948 gründet Adi Dassler in Herzogenaurach die Firma Adidas, sein Bruder Rudolf Dassler etabliert die Marke Puma. Und Mode-Macherin Maria Bogner kleidet in den fünfziger und sechziger Jahren die deutschen Skidamen in Keilhosen, die in den USA schon bald das Synonym für Skihosen sind und schließlich „the Bogners“ genannt werden, wie Ingrid Loschek in ihrem Buch „Fashion of the century“ schreibt. In den Fünfzigern steigt auch erneut ein Berliner zum führenden Modeschöpfer der Deutschen auf: Heinz Oestergaard, der neben einer Haute-Couture-Linie

auch Modelle für das Quelle-Versandhaus entwirft. „Mode für Millionen“ heißt sein Credo – einflussreicher als Oestergaard ist nach dem Krieg eigentlich nur die Burdamode. Das Schnittmuster-Modemagazin schraubt extravagante Schneiderkunst aufs nachnäbbare Mittelmaß zurück, das Heft hat Spitzenauflagen von fast zwei Millionen Heften.

Erst die Hippies beenden diese Entwicklung, die Fransen- und Batikhemdenwelle schwapt in den sechziger Jahren auch nach Deutschland. Plötzlich ist Schluss mit dem Fünfziger-Jahre-Gekuschel, der Mode-Markt globalisiert sich, und das sieht man der neuen Design-Generation auch an: 1967 eröffnet Jil Sander eine Boutique in Hamburg, 1973 stellt die „Queen of Clean“ ihre erste Kollektion vor und verbindet auf ihre unverwechselbare Art Schneiderkunst mit einer klaren gestalterischen Aussage. Fast zeitgleich entwirft Heinz Oestergaard die froshgrüne deutsche Polizeiform, in der die Beamten bis heute ihren Dienst tun – doch die Internationalisierung der Mode bremsen Heinz Oestergaards Polizeifrosche nicht.

Die Parole der achtziger Jahre heißt zwar „No future“, für deutsche Luxus-Konfektionäre sieht die Zukunft aber ziemlich gut aus. Gabriele Strehle baut Strenesse zur internationalen Marke aus. Wolfgang und Margaretha Ley etablieren Escada. ▶



1984-2005

Preisgekrönt Wolfgang Joop mit „Goldenem Spinnrad“, dem Mode-Preis der Stadt Krefeld

WUNDERKIND

Comeback in der internationalen Mode-Welt: Die Marke „Joop“ hat er verkauft, mit „Wunderkind“ meldet sich Wolfgang Joop erfolgreich auf dem Laufsteg zurück



1980

Ausgezeichnet Mode-Macher Karl Lagerfeld – vier Jahre später ging er als Chef-Designer zu Chanel



Wolfgang Joop stellt seine erste Damen-Kollektion in Stoff und Leder vor – die „New York Times“ entdeckt in seinen Entwürfen einen „deutschen Stil“.

Aber was ist deutsch an deutscher Mode? Ist es der Minimalismus eines Entwurfs von Jil Sander? Oder die Ansicht, dass Mode doch nur Flitter ist und kein Kulturgut? „Deutsche Mode ist selten glamourös, eher zurückhaltend und subtil“, stellt Prof. Ingrid Loschek fest. Ganz anderer Meinung ist da der 1998 ermordete Modeschöpfer Gianni Versace. Er soll auf die Frage, ob Karl Lagerfeld nicht längst ein Franzose sei, geantwortet haben: „Ganz und gar nicht. Denn er hat die deutsche Kultur. Und die kommt nicht nur in seinen schönsten Kleidern zum Ausdruck, sondern auch in seinen grässlichsten. Von ihm habe ich das Wagnis gelernt, konventionelle Moderegeln zu überschreiten.“

MIT DEM MAUERFALL IST BERLIN WIEDER INS ZENTRUM GERÜCKT

Zurückhaltend oder wagemutig? Die Wahrheit über deutsche Mode liegt wohl dazwischen. Es fällt auf, dass die neue Designer-Generation sehr konzeptionell arbeitet. Ihre Entwürfe sind oft klug und manchmal genial. Nachwuchstalent Dirk Schönberger hat zum Beispiel Ende der Neunziger neben überzeugenden Anzugvariationen auch die so genannte „Bananenhose“ kreiert: Durch einige Abnäher bekommt die Hose an den Knien eine Rundung und passt sich so der Körperform an. Mick Jagger und David Beckham tragen seine Kreationen.

Überhaupt gewinnen deutsche Mode-Macher seit den Neunzigern an Bedeutung:

Obwohl einflussreiche deutsche Designer meist ihr Handwerk im Ausland lernen und von dort aus arbeiten, orientiert sich die Branche nicht mehr nur an Paris, Mailand und London. Mit dem Mauerfall wächst das Interesse an den Kleidern der Deutschen. Plötzlich tragen Hollywood-Stars wie Sharon Stone Unterhemden mit dem Bundesadler, mit dem Jahrtausendwechsel wird Berlin endgültig zur Trend-Metropole. Dior-Designer Hedi Slimane setzt der Stadt mit seinem melancholischen Bildband „Berlin“ ein Denkmal, das Hauptstadt-Magazin „Deutsch“ setzt mit einer Mischung aus Style und unverkrampftem Patriotismus neue Trends.

Deutschland wird zum Mode-Land. Gerry Weber, Marc O'Polo, Hugo Boss, Rena Lange, Windsor, Tom Tailor, René Lezard: Die stilbildenden Konfektionäre und Designer etablieren sich jenseits nationaler Grenzen, mittlerweile ist Deutschland nach Italien und Frankreich Europas drittgrößter Mode-Produzent. **Mode ist also nicht nur Kulturgut, sondern auch Wirtschaftsgut.** Letzte Zweifler überzeugt der internationale Erfolg von Adidas und vor allem Puma. Und auch die Geschichte kehrt zurück: Im Sommer 2004 nennen die Organisatoren der Berliner Avantgarde-Modemesse „Bread & Butter“ ihre Ausstellung „Berlingold“, um eine Brücke zwischen dem Zeitgeist des

ANJA GOCKEL

Großer Auftritt Die Mainzer Designerin Anja Gockel hat bei Vivienne Westwood gelernt und steht mit ihrem eigenen Label für große Roben und Extravaganz



STRENESSE

Verdienst Strenesse-Chefin Gabriele Strehle erhielt für ihr Mode-Engagement das Bundesverdienstkreuz



Y3 ADIDAS

Neue Lässigkeit Heute entwerfen internationale Designer wie Yohji Yamamoto oder Stella McCartney für deutsche Firmen wie Adidas

21. Jahrhunderts und Berlins goldenen zwanziger Jahren zu schlagen.

Besonders viel Aufmerksamkeit erregt die Designerin Eva Gronbach. 2001 verarbeitet sie für ihre erste Kollektion das Material, das Joseph Beuys in einigen seiner weltberühmten Arbeiten verwendet hat. Gronbachs erdfarbene Filzmäntel sind eine Huldigung an den bedeutenden deutschen Konzeptkünstler und die unverwechselbare Aura seiner Arbeit. „Déclaration d'amour à l'Allemagne“ nennt Eva Gronbach ihre Kollektion – Liebeserklärung an Deutschland.

2003 geht die Kölnerin, die zuvor für Yohji Yamamoto, John Galiano und Hermes gearbeitet hat, mit „mutter erde vater land“ noch einen Schritt weiter und entwirft eine Kollektion komplett in Schwarz-Rot-Gold – ihre Entwürfe sind eine provokante Kombination aus Lässigkeit und Vaterlandsliebe. Auch Bernhard Wilhelm, von der internationalen Mode-Kritik gefeiert, spielt mit nationalen Eigenarten, verarbeitet Loden und zitiert Schwarzwald-Folklore in seinen Entwürfen.

Deutschlands neue Mode-Generation bricht die düstere Macht nationaler Symbole, in dem sie sie demonstrierend zur Schau stellt. Und sie versucht, dem Deutschsein spielerisch jene Dumpfheit zu nehmen, die ihm durch alte und neue rechtsradikale Parolen innewohnt.

Designer wie Wilhelm und Gronbach zeigen, dass Mode mehr ist als witzige Stadtjackett-Konfektion à la „Cut for Friends“. In Frankreich und Italien ist Mode Kunst und steht gleichberechtigt neben Theater, Oper und Literatur. Und auch die neuen deutschen Mode-Designer legen mit ihrer Arbeit ein künstlerisches Bekenntnis ab.

Zurückhaltend und trotzdem unkonventionell! Irgendwie trifft

beides auf die deutsche Mode zu: Sie kann Extravaganz tragbar machen, eine neue Schnittstelle finden zwischen Haute Couture und Konfektion, die feine Linie zwischen Tragbarkeit und Individualität.

Namen wir Anett Röstel, Lutz Huelle oder Stephan Schneider stehen für Innovation. Und demnächst winkt uns ja auch eine neue Polizeiuniform, das Oestergaard-Zeitalter ist damit wohl endgültig vorbei. Eva Gronbach hat sich zu diesem Thema übrigens auch Gedanken gemacht: Ihre Herbst/Winter-Kollektion 2004/2005 heißt „Meine neue deutsche Polizeiuniform“ und stellt unter anderem ein Outfit für deutsche Ordnungshüter vor. Keine Frage: Die Mode-Zukunft ist Schwarz-Rot-Gold.

Christa Thelen

DIE NEUE MODE? EIN KREATIVER MIX AUS LÄSSIGKEIT UND VATERLANDSLIEBE!

Auf den nächsten 30 Seiten sehen Sie eine Hommage an die deutsche Mode und ihre Designer. ▶