

FASHION EXTRA



MODE IN UND AUS MITTE & PANKOW

- | | |
|--|-------|
| KURZE GESCHICHTE der Berliner Modebranche | S. 04 |
| BUY LESS, CHOOSE WELL ... Mode und Nachhaltigkeit | S. 13 |
| DIE GROSSE FREIHEIT – Modisch geht in Berlin alles | S. 20 |
| TRENDS & TIPPS von René Koch | S. 26 |



www.pankow-wirtschaft.de

mein/4
DAS BERLINER FACHMAGAZIN

ed ito. rial

Wer über die Entwicklung in Pankow
und Mitte auf dem Laufenden gehalten
werden möchte, schreibt bitte eine kurze E-Mail an:
nadine.thomas@ba-pankow.berlin.de



**Liebe Berlinerinnen,
liebe Berliner,**

unsere Stadt gilt als Zentrum der Kreativität. Ob Kunst, Musik, Film oder Mode – hier brodeln die Ideen, und hier werden die Trends von morgen kreiert.

Aktuell durchleben wir alle herausfordernde Zeiten, die Zusammenhalt, Flexibilität, Verantwortung und Verständnis erfordern. Corona hat die Kreativwirtschaft, zu der auch all die schöpferisch-kreativen Designerinnen und Designer gehören, hart getroffen. Umso mehr freue ich mich, dass ich das Sonderheft Mode im Stadtmagazin mein/4 mit ein paar Gedanken einleiten darf.

Über 3.000 Unternehmen mit mehr als 25.000 Beschäftigten sind in der Hauptstadt im Modebereich tätig – das ist die höchste Dichte in Deutschland. Dabei reicht das Spektrum von hochpreisiger Couture und Schneiderkunst über Eco Fashion bis zu Streetwear und von Einzelstücken bis hin zu Kollektionen. Und Berlin steht für Talente: Viele Auszeichnungen und Preise gehen Jahr für Jahr an Modelabels aus Berlin. Green Fashion und Upcycling gewinnen zusehends an Bedeutung: Immer mehr Modelabels berücksichtigen Nachhaltigkeitskriterien. An neun Hoch- und Fachschulen gibt es modespezifische Studiengänge – auch das ist Spitze. Das Internationale Design Zentrum Berlin oder das Netzwerk NEMONA bietet Service für Designerinnen und Designer. Und nicht zuletzt zeugt die Berlin Fashion Week von der internationalen Bedeutung der Modestadt Berlin.

Mode spiegelt ein Lebensgefühl wider und ist ein Ausdruck menschlicher Identität: Mit ihr ordnen wir uns gesellschaftlichen Gruppen zu oder unterstreichen unsere eigene Individualität. Gleichzeitig ist Mode ein Kultursymbol, denn sie weist immer auch auf gesellschaftliche

Themen ihrer Zeit hin. Denken wir zum Beispiel an die Mode der 50er Jahre, die mit enganliegenden Kleidern oder Bleistiftrocken ein Sinnbild des neuen Wohlstands war. Oder nehmen wir die Mode der 70er Jahre, die ganz im Zeichen der Hippie-Kultur stand, wohingegen die Musik einen besonderen Einfluss auf die Mode der 90er Jahre hatte. Und das ist nur ein kurzer Blick auf die letzten Jahrzehnte in Deutschland. Auch

Modetrends durch die Jahrhunderte symbolisierten gesellschaftliche Veränderungen, wie beispielsweise das Bestreben nach Repräsentanz oder Freiheit.

Doch Mode ist noch mehr: Sie ist ebenso eine Kunstform. Kunst ist auch geprägt durch politische Hintergründe und wird häufig dazu genutzt, gesellschaftliche Entwicklungen zu kritisieren. Der Einfluss der Kunst auf die Mode zeigt sich deutlich bei einem Streifzug durch die letzten Jahrzehnte: Mit Pop Art verzierte Kleider in den 60er Jahren seien nur als ein Beispiel genannt. Spätestens Ende der 80er Jahre wurde Mode selbst zum Kunstwerk, sie brach Tabus und zeigte sich einzigartig. Mit Blick auf die Laufstege dieser Welt lässt sich feststellen: Es sind Kunstausstellungen auf hohem Niveau!

Mode ist wandelbar und passt sich an ihre jeweilige Zeit an. Wertschätzung rutscht heute immer weiter nach oben: Nachhaltiges Design und faire Produktionsbedingungen gewinnen an Bedeutung. Viele Designerinnen und Designer der Hauptstadt entwerfen und produzieren inzwischen fair und nachhaltig. Diese Tendenz wird unter anderem anhand der vorgestellten Läden und Labels in der Sonderbeilage Mode deutlich.

Auch wenn wir eine Weile nicht zusammenrücken dürfen, so können wir zusammenhalten. Die Sonderbeilage Mode macht es vor. Dafür danke ich der Wirtschaftsförderung der Bezirke Mitte und Pankow sowie dem Stadtmagazin mein/4, ohne deren Initiative und Engagement das nicht möglich wäre.

Lassen Sie sich inspirieren und unterstützen Sie tatkräftig die Start-ups und Modelabels vor Ort. Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Stöbern.

Bleiben Sie gesund!

Ihr

Dr. Klaus Lederer

Bürgermeister von Berlin und
Senator für Kultur und Europa

DIE ZUKUNFT DER BERLINER MODEBRANCHE



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das Thema Nachhaltigkeit ist inzwischen in aller Munde. Auch die Welt der Mode ist hier nicht ausgenommen. Im Café, auf der Vernissage oder beim Treffen mit Freunden wird darüber diskutiert und gestritten, wie sie aussehen kann: die neue, nachhaltige Modewelt. Eine Welt, in der Menschen gesunde Arbeitsbedingungen haben und gerecht bezahlt werden. Eine Welt, die klimafreundlich, gesund und besonders ist.

Dabei vergessen wir allzu oft, wie schwer es die kleinen lokalen Modedesignerinnen und Modedesigner haben, in einer Stadt wie Berlin zu überleben. Das Geschäft mit der Mode ist aufwendig. Die Designerinnen und Designer investieren viel Herzblut und Geld, bis die wunderbaren Stücke im Laden präsentiert werden können. Ist das Design entwickelt, fängt die eigentliche Arbeit erst an. Nachhaltige Stoffe müssen gefunden werden und ein lokaler Produktionsbetrieb, der auch kleine Stückzahlen realisieren kann. Dabei ist Transparenz in der gesamten Lieferkette eine wichtige Voraussetzung, um den nachhaltigen Ansprüchen gerecht zu werden. Marketing- und Vertriebsstrategien verschlingen eine Menge Zeit und Geld. Das gilt vor allem, wenn auf Kommission verkauft werden muss. Daher muss auch hier sorgfältig ausgewählt werden, welche Strategien zum Einsatz kommen. Oftmals bleibt am Ende der Saison kaum etwas für die Designerinnen und Designer übrig. Aber wie würde es laufen, wenn mehr Dinge gemeinsam

gemacht würden? Wäre es nicht sinnvoll, gemeinschaftlich einzukaufen, zu verkaufen oder gemeinsame Projekte zu starten? Viele Designerinnen und Designer haben das Problem, dass sie nicht alles alleine schaffen können. Sie brauchen ein Netzwerk, Kooperationspartner und Brancheninformationen, um ihr Geschäft breiter aufzustellen. Sie brauchen häufig auch Spezialmaschinen, die sie mieten können, oder Know-how vom Modeprofi.

Genau aus diesen Gründen arbeiten die Bezirksämter in Pankow und Mitte in Kooperation mit dem Modenetzenwerk NEMONA daran, ein Modehaus aufzubauen - um die Zukunft der Berliner Textil- und Modebranche zu gestalten. Neben Vernetzungs- und Professionalisierungsangeboten soll es einen Makerspace, ein Forschungslabor und Ateliers geben. Außerdem ist eine Boutique geplant, in der man die nachhaltige Mode der lokalen Designerinnen und Designer kaufen kann.

Im angeschlossenen Café können wir uns dann wieder verabreden und über die Zukunft philosophieren und danach gemeinsam in die Boutique schlendern. Damit die Berliner Modewelt ein bisschen besser wird.

Mit besten Grüßen

Rona Tietje, Bezirksamt Pankow

Bezirksstadträtin für Jugend, Wirtschaft und Soziales



Liebe Leserinnen und Leser,

unsere Hauptstadt gleicht einem riesigen, bunten Modeschaukasten - ob lässig-cool, schnittig-schick oder elegant-gewagt, es sind alle Stile vertreten. Gerade in Sachen Nachhaltigkeit mit Slow Fashion und in Sachen Technologie mit Fashion Tech zeigt sich die Hauptstadt von ihrer innovativen, zukunftsweisenden Seite.

Berlin zeichnet sich durch eine pulsierende, dynamische und breit aufgestellte Modeszene mit internationaler Strahlkraft aus. Die Stadt steht für die enge Verbindung von coolem, experimentellem Lifestyle, Kunst, Designinnovation und Nachhaltigkeit.

Die Entwicklung Berlins zum europäischen Modestandort hat sich seit der Jahrtausendwende vollzogen. Neben einer Vielzahl lokaler Designerinnen und Designer siedelten sich zunehmend Flagship-Stores internationaler Marken an. In den letzten Jahren hat gerade grüne und nachhaltige Mode aus Berlin für Aufmerksamkeit gesorgt, und einige derzeit international „gehyppte“ Brands kommen aus der Hauptstadt.

Nachhaltigkeit nimmt in Berlin bei den Modeschaffenden und ambitionierten Newcomern einen sehr hohen Stellenwert ein. Mit der höchsten Dichte an Modeunternehmen und den meisten nachhaltigen Labels Deutschlands, hat sich

Berlin in der modernen Modeszene etabliert. Die „berlintypische“ Mode ist so bunt wie die Berlinerinnen und Berliner, sie ist geprägt von all den kulturellen Einflüssen, und sie versinnbildlicht die Berliner Lebenseinstellung: freiheitsliebend und aufgeschlossen, vielfältig und hip. Nicht zuletzt die Offenheit Berlins hat die Kreativwirtschaft in den letzten Jahren angekurbelt und viele kleine Unternehmerinnen und Unternehmer angelockt. Doch gerade kämpfen diese Unternehmen, wie so viele Branchen, um ihr Überleben.

In der jetzigen Zeit und in der bevorstehenden Weihnachtszeit liegt die Chance darin, Entschleunigung und Besinnlichkeit tatsächlich zu leben. Mit ihren Kiez-Geschäften, ihrer persönlichen Beratung und vertrauensvollen Atmosphäre können Händlerinnen und Händler sowie Modeschaffende punkten und dieses Lebensgefühl verstärken. Umgekehrt sind die Unternehmerinnen und Unternehmer auf Ihre Initiative und Unterstützung angewiesen!

An dieser Stelle möchte ich all den kreativen Unternehmen meinen Dank und meine Anerkennung aussprechen. Denn nur Ihretwegen ist Berlin zu der kreativen, lebendigen und facettenreichen Metropole mit internationaler Anerkennung geworden. Möge sie das trotz aller aktuellen Herausforderungen bleiben.

Ich wünsche Ihnen in dieser schwierigen Zeit Kraft und Durchhaltevermögen.

Ihr Bezirksbürgermeister in Mitte,

Stephan von Dassel

Kurze Geschichte der Berliner Modebranche

von **MARC LIPPUNER**

DENKZEICHEN AM HAUSVOGTEIPLATZ

V erlässt man den U-Bahnhof Hausvogteiplatz über den östlichen Ausgang, übersieht man sie leicht, die beschrifteten, in die Treppenstufen eingelassenen Metallstreifen, auf denen jüdische Firmennamen, Adressen am Platz und teilweise auch Jahreszahlen zu lesen sind, von denen die jüngsten „bis 1939“ beziffern. Erst an der obersten Stufe erfährt man, dass es sich um Auszüge aus dem „Adreßbuch der Berliner Konfektionsfirmen“ handelt. Hebt man den Blick, schaut man auf drei hohe, schmale, einander zugeneigte Spiegelflächen, die an Ankleidespiegel erinnern, wie man sie aus der Modebranche kennt. Tritt man zwischen die zu einem offenen Dreieck arrangierten Elemente, sieht man sich selbst vielfach, während die Umgebung, der ebenfalls dreieckige Hausvogteiplatz, nur bruchstückhaft eingefangen wird. Im Kopfsteinpflaster verankert sind drei Metalltafeln, die über das Schicksal der hier ansässigen jüdischen Unternehmer erzählen, die nach 1933 systematisch und mit zunehmender Gewalt aus der Konfektionsbranche verdrängt wurden, in die Emigration mussten oder den Tod in den Konzentrationslagern fanden. Seit nunmehr 20 Jahren erinnert Rainer

Görß' Denkzeichen Modezentrum Hausvogteiplatz an das Ende einer einhundertjährigen Erfolgsgeschichte, die 1837 begann.

DIE ERFINDUNG DER KONFEKTION

I n jenem Jahr eröffneten die Brüder David und Valentin Manheimer, mutmaßlich nach einem Lottogewinn, in der Jerusalemer Straße 17 das textilverarbeitende Unternehmen *Gebr. Manheimer*. Möglich machte diese Firmengründung die Lockerung der Gewerbeordnung wenige Jahre zuvor, die Juden, denen bis dato nur der ambulante Handel mit alten Kleidern und Kurzwaren erlaubt war, die Gelegenheit bot, im vertrauten Geschäftsbereich Fuß zu fassen, nun aber auch neue Kleidung anzufertigen. Bereits zwei Jahre nach der Eröffnung schied Valentin Manheimer aus dem Unternehmen,



das Herrenmäntel und -schlafrocke anfertigte, aus. Keine 200 Meter entfernt eröffnete er in der Oberwallstraße 6 mit V. Manheimer eine Fabrik, in der Damenmäntel aus dickem Wollstoff seriell und standardisiert gefertigt wurden, um sie zu erschwinglichen Preisen einer neuen Klientel – der Mittelschicht – anbieten zu können. Das Konzept ging auf, das Sortiment wurde sukzessive erweitert. Kundinnen, denen auf Maß gefertigte Kleidung zu teuer war, hatten fortan die Möglichkeit, ihre Kleidungsstücke aus fertigen Kollektionen und in verschiedenen Konfektionsgrößen auszuwählen: *prêt à porter* (deutsch: bereit zu tragen) – von der Stange zwar, aber *en vogue*.

Nur ein Jahr später bot auch der als Hirsch Gerson Levin geborene Hermann Gerson in Serie gefertigte Damen- und Herrenmäntel an, die vielleicht eine Spur exklusiver waren. Bereits 1836 hatte er ein Ladenlokal eröffnet, das „weiße Stickerei, Blonden, Tüll, Kanten, Gardinstoff und weiße Waaren“ offerierte. Das Geschäft befand sich in der Königlichen Bauakademie, die seinerzeit nicht nur Lehr- und Verwaltungsgebäude war, sondern im Erdgeschoss auch zwölf Läden mit hochwertigen Angeboten beherbergte. Wie Manheimer war auch Gerson schnell erfolgreich, er avancierte zum Hoflieferanten und expandierte, indem er in unmittelbarer Nachbarschaft, am Werderschen Markt 5, gegenüber der Friedrichwerderschen Kirche, ein prachtvoll ausgestattetes Konfektionshaus bauen ließ. Der 1849 eröffnete *Modebazar Gerson* galt als „das geschmackvollste, großartigste und bedeutendste Manufakturwarengeschäft in Deutschland“, dem vielfach auch zugesprochen wird, das erste Berliner Kaufhaus gewesen zu sein.

HOHE PREISE UND NIEDRIGE LÖHNE

Der Erfolg lockte Mitbewerber an: 1860 hatten sich um den Hausvogteiplatz bereits 20 Konfektionsfirmen angesiedelt, als Berlin elf Jahre später Reichshauptstadt wurde, waren es doppelt so viele, spätestens zur Jahrhundertwende lebte das ganze Viertel von der Textilbranche: Kontorhäuser entstanden und Zulieferfirmen wurden ansässig, sodass Produktion, Handel, Marketing und Verkauf eng miteinander verzahnt waren. In jenen Jahren etablierte sich auch die *Berliner Durchreise*, die älteste Modemesse der Welt. Zweimal im Jahr erschienen die wichtigsten Reiseeinkäufer aus Europa und Übersee, um die neuesten Trends der Berliner Modewelt zu begutachten und zum Exportschlager zu machen. Zugleich wurden Einkäufer in die Trendsettermetropolen Paris, London,



Das „Harrods von Berlin“

Den Titel als erstes Kaufhaus Berlins dürfte Gersons Konfektionspalast das Kaufhaus Nathan Israel streitig machen, das bereits 1843 im Nikolaiviertel entstand. Bis in die 1920er-Jahre hinein wurde es sukzessive erweitert, indem die Gebäude der Nachbargrundstücke erworben und integriert wurden, zum Teil, ohne sie architektonisch anzugleichen. 1928 beschäftigte das „Harrods von Berlin“, das neben Kleidung und Konfektionswaren auch Haushaltsgeräte, Spielzeug, Parfüm, Uhren und Möbel verkaufte, knapp 2.000 Angestellte, für die die Firma auch soziale Verantwortung übernahm, indem sie Weiterbildungen ermöglichte und Pensionsregelungen schuf. Der letzte Inhaber des Kaufhauses, Nathan Israels Urenkel Wilfrid, musste sich 1939 dem politischen Druck der Nationalsozialisten beugen und den Familienbetrieb verkaufen.

Zu dieser Zeit und auch nach seiner Emigration in seine Geburtsstadt London beteiligte Wilfrid Israel sich aktiv an der Rettung von Juden aus Deutschland. So spielte er eine wichtige Rolle bei der Organisation der Kindertransporte nach den Novemberpogromen 1938. Am 1. Juni 1943 kam Israel bei einem Flugzeugabsturz infolge eines Geschosstreifers der deutschen Wehrmacht ums Leben. Im selben Jahr fiel der Kaufhauskomplex im Bombenhagel in Schutt und Asche. Heute erinnern zwei Stolpersteine in der Spandauer Straße an das Kaufhaus und an Wilfrid Israel.

Mailand und Wien entsandt, um modische Impulse der Haute Couture aufzunehmen, die für die Stange adaptiert wurden. Während in den Konfektionshäusern die Kleidung in zunehmend glamouröseren Vorführsalons präsentiert, angepasst und verkauft wurde, war die eigentliche Herstellung frühzeitig ausgelagert worden und verteilte sich auf mehr als 600 selbstständige Schneider, sog. Zwischenmeister, die anhand vorgezeichneter Schnittmuster die aus den Konfektionshäusern gelieferten Stoffballen zuschnitten. Mit dem Nähen beauftragten diese wiederum Frauen, die mit ihren Kindern in den Mietskasernen der Berliner Außenbezirke zu erbärmlichen Niedriglöhnen in Heimarbeit beschäftigt waren. Bis zu 100.000 Näherinnen sollen auf diese Weise saisonal für die Konfektionsbranche tätig gewesen sein – anfangs noch händisch, später mithilfe der Nähmaschine, der eine elementare Bedeutung in der Erfolgsgeschichte der seriellen Fertigung von Kleidung zukommt. 1856 brachte der Amerikaner Isaac M. Singer eine erste haushaltstaugliche Nähmaschine auf den Markt, sieben Jahre später wurde bei Frankfurt/Main die erste deutsche Nähmaschinenfabrik eröffnet, womit das „Schnellnähdings“ auch hierzulande seinen Siegeszug antrat: Arbeitserleichterung versprechend, zugleich eine enorme Produktionssteigerung garantierend.



TINKA BELL NÄHWERKSTATT

Die Tinka Bell Nähwerkstatt näht seit 2005 für verschiedene Designerinnen und Designer in Berlin und deutschlandweit überwiegend DOB, aber auch Produkte wie Mützen und Accessoires. Das Unternehmen beschäftigt ausschließlich feste Mitarbeitende, die über dem Mindestlohn bezahlt werden.

Aufträge werden nicht an Subunternehmer weitergegeben, alles wird in Berlin produziert. Die Nähwerkstatt verfügt über einen modernen Maschinenpark und hat viel Erfahrung in der Verarbeitung von elastischen Materialien und von leichter bis mittlerer Webware.

Bei Tinka Bell wird Zuverlässigkeit großgeschrieben – sowohl was die Qualität angeht als auch was die Einhaltung vereinbarter Termine betrifft. Deine Produktion ist hier in guten Händen!

Tinka Bell Nähwerkstatt

Jacobsonstraße 10
13086 Berlin

Werkstattzeiten

Mo – Do: 8 – 17
Fr: bis 14.30 Uhr

tinkabell.info



WOLLMEISTER.BERLIN: FEINSTE BEKLEIDUNG AUS MERINOWOLLE FÜR JEDEN TAG

Bei Jonas Sanders bist du willkommen, auch wenn du nur in Stöber- und Plauderlaune bist. Ist aber dein Interesse für ein Kleidungsstück geweckt, erwartet dich eine freundschaftliche und kompetente Beratung. Denn mit Merinowolle, die kühlt und wärmt, geruchsabweisend und schmeichelnd ist, hat Jonas Sanders Erfahrung: Auf seinen Reisen, beim Paragliding, Skifahren und Bergsteigen hat er alle Vorzüge des Materials kennengelernt. Und neuerdings überzeugt er sich auch als Vater von den Eigenschaften der Merinowolle. Kleidungstechnisch gibt es nicht nur Funktionswäsche, sondern vor allem Lieblingsstücke für jeden Tag und jede Gelegenheit.

Dabei kennt Jonas meistens die Hersteller der kleinen Labels persönlich und auch die nachhaltigen Produktionswege. Wer also Lust auf Qualität und Schnitt hat, sollte unbedingt vorbeischaun.

Wollmeister.Berlin

Jonas Sanders
Dunckerstraße 11
10437 Berlin

Öffnungszeiten

Di – Sa: 11 – 19 Uhr

wollmeister.berlin



BELAPLUME: EIN WORT. EINE SCHRIFT. EIN GEFÜHL.

Bei Belaplume werden Geschichten und Emotionen durch die Kunst der Buchstaben hervorgebracht. Gestaltet und handbedruckt mit Liebe in Berlin. 100 Prozent organisch & fair.

In unserem Alltag sind wir umgeben von Buchstaben – von Büchern, Zeitung und iPhone-App über Bushaltestelle und Schaufenster bis zu Mode und zur Bierflasche. Jede Schriftart erzeugt ein einzigartiges Gefühl. Sie repräsentiert meist eine bestimmte Epoche, eine besondere Stilrichtung oder ein bekanntes Image.

Ziel von Belaplume ist es, Schriften zu finden oder zu konzipieren, die dem Inhalt entsprechen. Die T-Shirts sind aus 100 Prozent Biobaumwolle. Jedes einzelne Teil wird von Hand bedruckt in der eigenen Siebdruckwerkstatt in Wedding.

Belaplume

Kopernikusstraße 21
10245 Berlin
Ab November auch im
Concept Store NOW and THEN

belaplume.com



Stilikone Louise Brooks (1925)

Selbst in den 1920er-Jahren konnte der Bedarf an Bekleidung in Deutschland noch komplett im Inland hergestellt werden.

BERLINER CHIC

In den Jahren der Weimarer Republik erlebte die Berliner Modebranche ihren Höhepunkt. Die kriegsbedingten wirtschaftlichen Probleme steckte die Konfektionsindustrie gut weg. Mit der Entstehung von Groß-Berlin wurde die Stadt zur Weltmetropole, die neuen Freiheiten der fragilen Demokratie wurden ausgetestet. In der Damenmode der „Goldenen Zwanziger“ dominierte der „Berliner Chic“: figurbetont, androgyn, elegant und frech – die „Neue Frau“ war *en vogue*. Frauen emanzipierten sich, junge Designerinnen eröffneten Modeateliers und Hutsalons. Filmstars wurden zu Stilikonen, Modejournalistinnen zu Meinungsmacherinnen. Illustrierte Modezeitschriften berichteten von neuesten Trends, einige enthielten Schnittmusterbögen für die Hausschneiderei, um Modeaffinen aller Schichten zu ermöglichen, sich trendbewusst zu kleiden, was den guten Geschäften der Konfektionshäuser keinen Abbruch tat.

UNTERGANG EINES WIRTSCHAFTSZWEIGS

Erst die Weltwirtschaftskrise dämpfte 1929 die Euphorie – die Berliner Konfektion geriet unter Druck. Die Firma *Manheimer* gab 1931 die Geschäfte auf, das Unternehmen *Hermann Gerson* durchlief im Jahr darauf erfolgversprechend ein Insolvenzverfahren, die Machtübernahme der Nationalsozialis-

ten vereitelte jedoch die angelaufene Sanierung. In den Folgejahren wurden jüdische Betriebe „arisiert“ oder stillgelegt. Die einhundertjährige Tradition fand ein brachiales Ende, die wirtschaftliche Bedeutung des bis dahin zweitgrößten Berliner Industriezweigs wurde vorsätzlich zerstört. Von 2.700 rund um den Hausvogteiplatz ansässigen Unternehmen blieben im Jahr 1939 noch 98 nicht-jüdische übrig.

Eines davon war das *Kaufhaus Rudolph Hertzog*, das, da die Besitzer christlich waren, als einziges aus der Gründerzeit der Konfektion die Zeit des Nationalsozialismus überstand. Im selben Jahr wie Gerson hatte Rudolph Hertzog 1839 ein Manufakturwarengeschäft eröffnet. In der Breiten Straße 13 verkaufte er Meterware, aber auch Teppiche und Möbel zu Festpreisen. Die Geschäfte liefen dank regelmäßig gedruckter Reklameanzeigen und ausgefallener Marketingideen so gut, dass das kleine Ladenlokal in den nächsten Jahrzehnten mehrfach umgebaut und erweitert werden konnte und schlussendlich das 102-fache seiner ursprünglichen Nutzfläche hatte. Während das Lebenswerk der jüdischen Mitbewerber von den politischen Machthabern zerstört wurde, verkaufte *Rudolph Hertzog* als *Deutsches Fachgeschäft für Textilwaren* neben eleganter Damen- und Herrenmode zwischen 1936 und 1945 auch „parteiamtliche Bekleidung

Berlins ältestes Hutgeschäft



Das traditionsreiche Geschäft Kleemann Hüte wurde 1905 am heutigen Standort in der Schönhauser Allee 131 eröffnet. Es ist das älteste noch existierende Hutgeschäft Berlins. Im Hinterzimmer befindet sich eine kleine Werkstatt, in der Hüte maßgefertigt, angepasst, repariert oder aufgepeppt werden. Mit seiner Original-einrichtung aus den 1930er-Jahren verbindet das Ladenlokal nostalgische Gemütlichkeit mit zeitgemäßem Sortiment. Die Modistin Doreen Persche, die das Geschäft 1998 übernommen hat, möchte sich nicht auf Trends festlegen, bemerkt jedoch – dank der Fernsehserie *Babylon Berlin* – ein grundsätzliches Revival der Hutmode der 1920er-Jahre: Topfhüte für die Damen und Ballonmützen für die Herren.

1847

1848

1849



1849 eröffnete der Modebazar Gerson

1898

1899

1900



[Uniformen, Mützen etc.] und Ausrüstung“, ob dies bereitwillig geschah, muss hier unbeantwortet bleiben. Der Enkel des Firmengründers betonte im Entnazifizierungsverfahren seine „parteiliche Zurückhaltung“ – erfolglos. 1949 erfolgte die Enteignung des durch Luftbombardements stark beschädigten Gebäudes, von dem heute nur eine Fassade an der Scharrenstraße erhalten ist. Nach der Sanierung 1970 befanden sich bis zum Ende der DDR ein Jugendmode-Kaufhaus und ein Hochzeitsausstatter in den Räumlichkeiten.

MODE IM NACHKRIEGSBERLIN

Erstaunlicherweise begann der Wiederaufschwung der traditionsreichen Modeindustrie in Berlin direkt in den ersten Nachkriegsmonaten. Modejournale und Frauenzeitschriften, denen alsbald wieder Schnittmuster beilagen, entstanden unter alliierter Lizenz mit dem Argument, dass „ein wichtiges Gebiet weiblichen Lebens“ nicht verdrängt werden soll, „nur weil die materielle Erfüllung beschränkter ist als früher“. Modesegmente in Wochenschauen ga-

ben praktische Upcycling-Tipps: wie aus einem Filzvorhang ein Herbstmantel wird oder Seidenreste zu einem eleganten Turban. Flickkleider waren in der Mode des ersten Nachkriegsjahres der letzte Schrei. Zahlreiche Mode- und Mannequinschulen wurden wieder- oder neueröffnet. Fotoshootings und Modenschauen zwischen Berliner Ruinen verkündeten eine allmählich zurückkehrende Normalität. Die Mode der Nachkriegszeit bestimmte ab 1947 der elegante, taillenbetonte „New Look“ des französischen Designers Christian Dior, der auch die Berliner Modewelt inspirierte.

662 Kleidungsbetriebe, die etwa 50.000 Menschen beschäftigten, zählte der Berliner Magistrat bereits 1946. Das Konzept von Zwischenmeistern und Heimarbeit erlebte eine Renaissance. Der Großteil der Firmen siedelte sich jedoch nicht am ausgebombten Hausvogteiplatz an, sondern nahm im Westen, rund um Kurfürstendamm und Tauentzienstraße, aber auch in Wilmsdorf und Grunewald Quartier. Die Kreationen entstanden in Westberlin, die Stoffe kamen aus West-



REINBERGER COUTURE: HANDWERKLICHER LUXUS FÜR FRAUEN

REINBERGER Couture ist handwerklicher Luxus für Frauen von Designer Stefan Reinberger.

Alle Modelle der Musterkollektion sind so eigenständig wie die Frauen, die sie tragen. Jedes Kleid, jeder Mantel, jeder Anzug und jede Abendrobe wer-

den vor Ort im Showroom in privater Atmosphäre entworfen. Alle Stücke sind handgemacht in Berlin und komplett maßgefertigt. Qualität geht bei Stefan Reinberger immer vor Quantität. Kaufe weniger und liebe es für immer: Kombiniert mit besten Materialien ist das wahre Nachhaltigkeit in der Mode. Deshalb hält sich das Label auch nicht an modische Zyklen – der Designer setzt lieber auf zeitlose Relevanz des Designs.

Als permanente Kollektion bietet der Showroom die meisten Stücke das ganze Jahr über an. Eventuell kommen dabei alternative Materialien zum Einsatz, da nur limitierte Mengen von einem Stoff benutzt werden, um den Unikatcharakter zu wahren. Sobald du orderst, fertigt REINBERGER Couture dein gewähltes Modell speziell für dich an. Das braucht ein wenig Zeit, man nennt es Slow Fashion.

Die Musterkollektion dient als Basis, um eigene Wünsche einfließen zu lassen. Das Wunschmodell kann in regulären Konfektionsgrößen oder auf Maß gefertigt werden.

Reinberger Couture

Am Friedrichshain 10, 10407 Berlin

Termine nach Vereinbarung

Tel.: 030 - 42 800 816

reinberger-couture.com





Kaufhaus Rudolph Hertzog (1900)

Institut für Bekleidungskultur (1955)



© Bundesarchiv, Bild 183-32476-0019 / Klein

1952

1953

1954

1955

1968

1969

1970

deutschland. Als bald erschwerte die Berlin-Blockade das Geschäft: Stoffe wurden während der Luftbrücke von dort nach Berlin geflogen, hier verarbeitet, um dann wieder ausgeflogen zu werden. Für die Berlinerinnen blieb die neue Mode ein Traum, denn ein Großteil der Waren war für den Export bestimmt.

MODE IM GETEILTEN BERLIN

Bedingt durch den zunehmenden Inselstatus der westlichen Halbstadt wurden Düsseldorf und München ab den 1950er-Jahren zu Modezentren ausgebaut und stellten schnell eine ernsthafte Konkurrenz dar. Wenngleich auch Westberlin vom Wirtschaftswunder dieser Jahre profitierte, mit der *Durchreise* die älteste Modemesse der Welt wiederbelebt, mit dem *Bikini-Haus* am Zoo 1957 einen neuen Produktions- und Präsentationsstandort für Berliner Designerinnen und Modemacher schuf, und obgleich jedes dritte in Westdeutschland verkaufte Kleid hier produziert wurde, begann der schleichende Niedergang, der mit dem Mauerbau 1961 unaufhaltsam voranschritt. Kreative

und Zulieferer verließen die Stadt, die in den Messehallen am Funkturm gebündelte Modemesse *interchic* konnte sich als Nachfolgerin der dezentral veranstalteten *Durchreise* nicht etablieren. Einzelne Designer wie Uli Richter hielten die Fahne hoch, Berlin wurde Tummelplatz des Nachwuchses und der Avantgarde. Als Wirtschaftsstandort spielte Westberlin jedoch in der Modewelt keine Rolle mehr.

Im Ostteil der Stadt wurde Betriebe der Konfektionsindustrie zunehmend verstaatlicht, 1952 zog das *Institut für Bekleidungsindustrie*, das als nachgeordnete Einrichtung des Ministeriums für Leichtindustrie gegründet wurde, ins *Haus der Mode*, das vom Krieg verschont gebliebene *Kaufhaus Jandorf* an der Brunnenstraße. 1957 wurde es in *Deutsches Modeinstitut*, 1972 in *Modeinstitut der DDR* umbenannt. Seine Aufgabe bestand in der „Erarbeitung der theoretischen Grundlage für die Entwicklung der Mode, die Gestaltung der Erzeugnisse der Textil-, Leder- und Bekleidungsindustrie und der Publizierung und Präsentation der Modelinien“. In den bis unters Dach eingerichteten Werkstätten für Schmuck,



EISDIELER: HOCHWERTIGES STYLING VON KOPF BIS FUSS

1995 gründeten vier Modedesigner eine Ateliergemeinschaft mit Verkaufsraum in einer ehemaligen Eisdiele in Berlin-Mitte. Ganz im Stil der Neunzigerjahre wählten sie den Namen nach dem, was der Laden früher mal war. Statt kaltem Eis gab es nun kalte

bis Fuß gibt. Die eigenen Entwürfe werden immer noch zu fairen Bedingungen in Deutschland, Polen und der Türkei in kleinen Serien hergestellt. Dabei verwenden die Designer hochwertige Stoffe und legen großen Wert auf die Verarbeitung.

Es ist immer noch eine der Adresse für jene, die keine Fast Fashion suchen und ihren Einkauf gerne mit gutem Gewissen ein paar Jahre tragen möchten. Seit letztem Jahr gibt es zudem einen Onlineshop. Der stationäre Laden bleibt weiterhin das Aushängeschild von Eisdieler und freut sich seit 25 Jahren auf treue Stammkunden und neugierige Kunden von morgen.

Winter und eine spärliche Ofenheizung. Trotzdem nähten sie mit viel Elan hinten und verkauften vorne.

1999 zog der Laden in die Kastanienallee 12 nach Prenzlauer Berg. Nebst der eigenen Mode fanden nun auch andere Marken für Schuhe und Accessoires den Weg ins Sortiment von Eisdieler, sodass es heute eine umfangreiche Auswahl für ein Styling von Kopf

Eisdieler

Kastanienallee 12, 10435 Berlin

eisdieler.org





JULIYA KROS: EXKLUSIVE DAMEN-DESIGNERMODE, DEREN ÄSTHETIK ZEITLOS IST

JULIYA KROS ist eine Marke für Damenbekleidung, die 2015 von der Designerin Julia Perekrestova kreiert wurde. Seit der Debütshow der SS2016-Kollektion nimmt die Marke regelmäßig an der Ukrainian Fashion Week teil. In ihren Kollektionen offenbart die Designerin ein neues Gefühl weiblicher Sexualität – verborgen und unausgesprochen. Auf der Suche nach neuen Silhouetten, experimentiert die Designerin mit dem Schnitt und verwendet die Technik der japanischen Modellierung, die sich von Formen in der Skulptur und Architektur inspirieren lässt. Die Verwendung von Schwarz und Weiß ist Teil der Markenphilosophie, da diese nicht von der Hauptidee ablenken und ein klares Bild schaffen. Durch Falten, Verdrehen, Schneiden und Stecken wird der Stoff neu erfunden, und somit entsteht schließlich eine dreidimensionale Form. Die Besonderheit ist, dass die verschiedenen Teile im Schnitt die vielfältige Wandelbarkeit des Modells ermöglichen.

„Mon gothique“ (französisch: meine Gotik) ist der Name der Juliya-Kros-Kollektion der Saison Herbst/Winter 20/21. Als Inspiration hierfür diente die Gotik der mittelalterlichen Kunst, die ihren Ursprung in Frankreich hat. Die Designerin betrachtet diesen Stil durch das Prisma der Moderne und vermittelt durch seine Entwürfe die eigene Wahrnehmung der historischen Periode.

NK-Line. Design Atelier Berlin

Trarbacher Straße 8
13088 Berlin

fashion-nkline.de



Hüte, Schuhe und Bekleidung wurden Musterkollektionen auf internationalem Niveau entworfen, die angesichts von Rohstoffengpässen nur ansatzweise umgesetzt werden konnten. Trotz materieller Beschränkungen wurden die Ergebnisse zweimal jährlich vorgestellt, ebenso wurden internationale Modewettbewerbe mit Fachleuten aus ganz Osteuropa abgehalten. Darüber hinaus versuchte das Institut modische Richtlinien vorzugeben, selbst solch kleinen, inhabergeführten Manufakturen, wie dem Berliner Pantoffelhersteller Jünemann.

Um die vorgeschlagenen Trends bekannt zu machen, gab das Modeinstitut auch die größte Modezeitschrift der DDR heraus: *Sibylle*, die 1956 erstmals erschien, durch anspruchsvolle Ästhetik bestach, wenngleich die gezeigte Mode nur wenig mit der realsozialistischen Wirklichkeit gemein hatte. Die Bekleidungsherstellung war über die ganze Republik verteilt, Berlin wurde mit dem im Lichtenberg ansässigen *VEB Bekleidungswerke Fortschritt* zum größten Produzenten von Herrenmode. Wie im Westteil der Stadt etablierte sich in den 1980er-Jahren auch in Ostberlin eine Nische für avantgardistische junge Modermacherinnen und -macher: So sollen Modegruppen wie *chic, charmant & dauerhaft* oder *Allerleirauh* mit bizarren Inszenierungen den VEB-Designern den Schneid gestohlen haben.

AUFBRUCHSTIMMUNG

Bei Null musste die Modeszene in Berlin nach dem Mauerfall also nicht anfangen, jedoch war die Stadt weit davon entfernt, eine Modemetropole zu sein. Während die Bekleidungsbetriebe der DDR abgewickelt oder durch die Treuhand privatisiert wurden, etablierten sich Mitte und Prenzlauer Berg in den 1990er-Jahren zu angesagten Modespots: Ateliers, Manufakturen und Designerläden entstanden rund um den Hackeschen

Berlins letzter Pantoffelmacher

1908 begann Bernhard Jünemann in seiner Magdeburger Wohnung mit der Herstellung von Pantoffeln. 1927 zog sein Sohn Otto nach Berlin und eröffnete ein Ladengeschäft mit Werkstatt in der Lottumstraße. Seit 1981 ist der Betrieb in der Torstraße 39 (damals Wilhelm-Pieck-Straße) beheimatet. Gab es zur Wendezeit noch sieben Pantoffelhersteller in Berlin, ist Jünemanns Pantoffeleck seit 1992 das einzig verbliebene Unternehmen.



Seit 2007 führt Reno Jünemann das Geschäft in vierter Generation. Da Mode vergänglich ist, möchte er seine Hausschuhe gar nicht als Mode bezeichnen. Dass sie zunehmend auch von jungen Leuten wiederentdeckt werden und langsam Kultstatus erreichen, mag Jünemann selbst manchmal kaum glauben.

Markt und die Auguststraße. Hier eröffneten beispielsweise Stefan Dietzelt und Martin Ruppert direkt nach der Modeschule in einer ehemaligen Eisdiele ihr erstes Geschäft. 1999 zogen die *Eisdieler* in die Kastanienallee. Sie waren die ersten Modemacher in der gänzlich unterentwickelten Straße, für die Gentrifizierung noch ein Fremdwort war. Schnell folgten weitere Berliner Label, Boutiquen, Showrooms und Vintage-Läden, von denen viele, aber längst nicht alle, wieder verschwunden sind: Die Kastanienallee wurde zur Castingallee, ein Ruf, der ihr bis heute anhaftet. Auch den Bremer Stefan Reinberger zog es nach Prenzlauer Berg, obwohl die Kundinnen seiner maßgeschneiderten Couture-Kollektionen in den 1990er-Jahren eher am Ku'damm flanierten. Wenngleich die Grenze heute nicht mehr so scharf gezogen werden kann, steht der gutbürgerliche Westen der Stadt jedoch

nach wie vor für hochwertige Couture, während in Berlins Mitte eher Streetstyle geschneidert und verkauft wird.

MODEMETROPOLE

Anfang des neuen Jahrtausends machte Berlin einen wichtigen Schritt in Richtung Modemetropole: 2003 wurde die erste *Premium*-Messe in einem U-Bahn-Tunnel am Potsdamer Platz als Businessplattform für zeitgenössische Mode ausgerichtet, im selben Jahr fand auch die *Bread & Butter* als Leitmesse für Streetwear und Alltagsmode erstmals in Berlin statt. Sie machten Berlin zum international beachteten Modestandort, der etablierten Modehäusern, vor allem aber auch jungen Berliner Labels die Möglichkeit bot, überregional wahrgenommen und anerkannt zu werden. Seit 2007 waren diese und weitere Modemessen Teil der von der Senatsverwaltung für Wirtschaft ins Leben gerufenen *Berlin Fashion Week*, die vor allem durch ihre zahlreichen Modenschauen mediale

Aufmerksamkeit erregte. Im Sommer 2020 verkündeten die *Premium* und die Nachhaltigkeitsmesse *Neonyt*, bis dahin elementare Bestandteile der Berliner Modewochen, ihren Umzug nach Frankfurt/Main ab dem Sommer 2021. Durch den Weggang manifestiert sich der Ruf Berlins als Partystadt, in der viel und Aufregendes passiert, in der aber nicht unbedingt Geschäfte gemacht werden.

Nichtsdestotrotz soll die *Berlin Fashion Week* auch ohne die Messen weiterhin stattfinden. Stefan Reinberger sieht hier gerade für kleinere Label eine Chance, wieder sichtbarer zu werden. Es sei ihnen zu wünschen. Ob die Berliner Modeszene Modewochen wirklich braucht, ist eine gute Frage, wenn man sieht, was die vielen Designerinnen und Designer in dieser Stadt täglich auf die Beine stellen. Einige von ihnen werden auf diesen Sonderseiten vorgestellt, viele andere kann man entdecken, wenn man mit offenen Augen durch die Stadt flaniert. ■



1 9 7 9 SWIMWEAR: GANZ LADY, GANZ ZEITLOS

Ladylike und zeitlos elegant. Im Bikini oder Badeanzug gut aussehen und sich dabei wohlfühlen. Die Bademode von 1979 wird in über sechs verschiedenen Größen gefertigt. Hier findet jede Figur ein passendes Modell, denn es wird größter Wert auf exzellent sitzende Schnitte gelegt.

Die Linie umfasst Klassiker wie den hochtaillierten Bikini, aber auch sportliche Modelle. Drei verschiedene Höschchenformen lassen sich mit zwei Topvarianten in einer großen Farbauswahl kombinieren. Bei den Einteilern kannst du zwischen hohen oder tiefen Beinausschnitten wählen und ob du zusätzliche Badeschalen (Cups) wünschst oder nicht. Die hochwertige Verarbeitung steht im Vordergrund, ebenso die Nachhaltigkeit bei Materialien und Arbeitsprozessen.

Alle Zutaten bis zum kleinsten Häkchen sind von höchster Qualität und zertifiziert. 1979 Swimwear ist Teil eines Berliner Designerinnen-Kollektivs, das unter dem Dach des Concept Stores NOW & THEN zu Hause ist.

Profitiere als Leserin des mein/4-Magazins vom Weihnachtsrabatt in Höhe von 15 Prozent beim Einkauf von 1979-SWIMWEAR-Teilen oder Geschenkgutscheinen. Verwende einfach den Code MEINVIERTTEL (auch online gültig bis zum 15.01.2021).

NOW & THEN

Kopernikusstraße 21
10245 Berlin

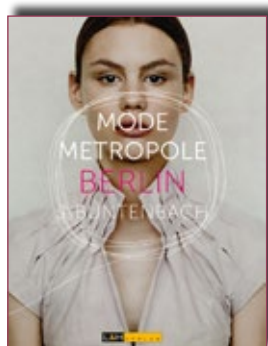
1-9-7-9.com

LEKTÜREMPFEHLUNGEN

Berliner Geschichte - Zeitschrift für Geschichte und Kultur: **MODESTADT BERLIN**. Elsengold Verlag 2020

Jörg Buntenbach: **MODEMETROPOLE BERLIN**. L&H Verlag 2014

Uwe Westphal: **MODEMETROPOLE BERLIN 1836-1939: ENTSTEHUNG UND ZERSTÖRUNG DER JÜDISCHEN KONFEKTIONSHÄUSER**. Henschel Verlag 2019



STADTFÜHRUNGEN ZUR GESCHICHTE DER MODE IN BERLIN BIETET DIE KUNSTHISTORIKERIN KAREN PASTOFSKI AN.

Die nächsten Termine für den Rundgang **KONFEKTION UND KAUFPALÄSTE - MODEGESCHICHTE MADE IN BERLIN**, der vom Hausvogteiplatz zum Nikolaiviertel führt, finden am **SONNTAG, den 7. FEBRUAR 2021 (14:00 UHR)**, sowie am **SAMSTAG, den 14. MÄRZ 2021 (15:00 UHR)** statt.

Um Anmeldung wird gebeten: info@berlinganznah.de





AURELIA PAUMELLE: NACHHALTIG FRANZÖSISCH

Aurelia Paumelle ist eine geschlechtsneutrale, nachhaltige französische Modemarke.

Mit echtem Modebewusstsein und „savoir-faire“ entwirft die Designerin in ihrer Berliner Atelierboutique limitierte Kleidungseditionen. Die in Prenzlauer Berg ansässige Boutique ist nicht nur ein einfacher Laden: Alles wird von Grund auf neu gemacht, von der Konzeption bis zum Endprodukt.

Ihr nachhaltiger Ansatz bei der Herstellung hat sie dazu veranlasst, jahreszeitlose Kleidung neu zu erfinden und Modeprozesse zu überdenken, indem sie fair gehandelte Textilien und Pariser Dead-Stock-Stoffe verwendet.

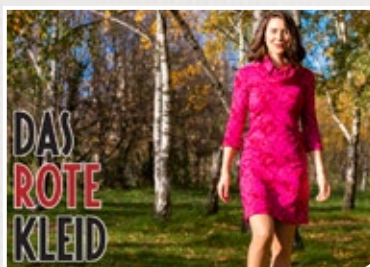
Aurelia Paumelle und ihr Team glauben an eine modische Revolution und einen bewussten Konsumenten. Aus diesem Grund sind ihre Kollektionen saisonunabhängig: Sie sind zeitlose und damit perfekte Basics für jede Alltagssituation. Von lässig bis schick – die Kleidung von Aurelia Paumelle kannst du sowohl bei der Arbeit als auch nach Feierabend tragen und damit deine eigene Persönlichkeit und Individualität ausdrücken. Die Kleidung ist flexibel, leicht zu tragen und sehr bequem!

Um ihren Kunden in Westeuropa näher zu sein, begann die Marke eine Partnerschaft mit dem Designstudio NK-Line in Berlin, einer Stadt, die immer offen für neue, kreative Ideen ist. Das Designstudio freut sich sehr über die verschiedenen Kollaborationen von Design, Kunst und Mode in Deutschland.

Fashion designer

Schliemannstraße 14a
10437 Berlin
Tel.: 0176-773 722 32

aureliapaumelle.com



DAS ROTE KLEID: FEMININE MODELLE FÜR PURE LEBENSFREUDE

Das Berliner Label DAS ROTE KLEID steht für Lebensfreude pur. Dabei gibt es in der Boutique natürlich nicht nur rote Kleider! Die Designerin Petra Gittel entwirft in ihrem Musteratelier in Prenzlauer Berg feminine Kleider, Röcke und Oberteile, die durch ihre hervorragende Passform überzeugen. Die hochwertigen Stoffe werden oft mit hauseigenen Mustern bedruckt. Für jeden Typ gibt es hier ein neues Lieblingskleid, das garantiert der Figur schmeichelt.

DAS ROTE KLEID befindet sich auf der Oderberger Straße 18. Auf zwei Etagen kannst du hier nach Lust und Laune die vielfältigen, limitierten Modelle anprobieren. Eine umfassende Beratung und der hauseigene Änderungsservice gehören selbstverständlich dazu. Schmuck von Silberstein aus Berlin, Ledertaschen aus Italien sowie Schals und Tücher aus aller Welt runden das individuelle Sortiment ab. Ob im Büro oder beim Tanzen, mit dieser Kollektion machst du immer eine gute Figur.

Neben den regulären Öffnungszeiten ist es möglich, einen Wunschtermin zum privaten Shoppen zu vereinbaren. So erhältst du die volle Aufmerksamkeit und ein exklusives Einkaufserlebnis! Die Modelle von DAS ROTE KLEID gibt es außerdem im praktischen Onlineshop.

DAS ROTE KLEID

Oderberger Straße 18
10435 Berlin
Tel.: 030-702 462 94

Öffnungszeiten:

Mo + Di: Kreativtage
Mi: 14 - 18 Uhr Do: 12 - 18 Uhr
Fr: 12 - 19 Uhr Sa: 12 - 18 Uhr

dasrotekleid.berlin



CDS DESIGN & SOFTWARE: PROGRAMME FÜR MODE- UND TEXTILDISEIN

Als Diplom-Modedesignerin hat Ulrike Strenge über 15 Jahre festangestellt und freiberuflich für die Textil- und Bekleidungsindustrie gearbeitet. Heute ist sie Geschäftsführerin der CDS Design & Software Vertriebs GmbH und bietet dort eine Auswahl an spezifischen Softwareprogrammen für Mode- und Textildesign, Textile Kunst und Handarbeiten an. Absolute Highlights sind die kostengünstige Schnittkonstruktions-Software für Grund- und Modellschnitte FITTINGLY SEW und für den leidenschaftlichen Stricker die Strickdesign-Software DESIGNAKNIT. Damit kannst du Hand- und Strickmaschinen-Modelle schnell und mit viel Spaß entwerfen und sogar in eine Handstrickmaschine übertragen.

Seit vielen Jahren führt Ulrike Strenge auch individuelle Schulungen und Seminare zum Thema digitale Anwendungen in diesem Bereich durch.

Diese Schulungen sind speziell auf die Bedürfnisse der Mode- und Textildesigner zugeschnitten und beinhalten u. a. folgende Themen: professionelle Modellzeichnungen erstellen, Naht-Bibliotheken anlegen, Modellzeichnungen mit Saisonfarben und Drucken darstellen, Kolorierungen erstellen und Rapporte anlegen. Unterrichtet werden die Anwendungen CorelDRAW Graphics Suite sowie Adobe Photoshop und Illustrator.

CDS Design & Software Vertriebs GmbH

Prenzlauer Allee 34
10405 Berlin
E-Mail: info@cds-designsoftware.de

cds-designsoftware.de



„BUY LESS, CHOOSE WELL, MAKE IT LAST“

Vivienne Westwood

Vivienne Westwood bringt es auf den Punkt. Leider sieht die Realität anders aus. Wir kaufen heute 60 Prozent mehr Kleidung, als wir es noch vor 15 Jahren getan haben, behalten diese jedoch nur halb so lang. Dazu wird, laut Greenpeace, jedes fünfte Kleidungsstück nur einmal oder sogar gar nicht getragen. Hat uns der Besitz von unzähligen Kleidungsstücken erfüllt oder glücklicher gemacht? Eher nicht. Aber Mode soll ja Spaß machen, und zum Glück geht es auch anders.

Allein in Deutschland werden jährlich 391.752 Tonnen Textilabfall produziert. Laut dem Deutschen Roten Kreuz sind nur zwei bis vier Prozent der gespendeten Altkleider in einem so guten Zustand, dass sie an Secondhandläden in Deutschland oder Westeuropa weiterverkauft werden können. Etwa die Hälfte der Kleidung geht als Secondhandware nach Osteuropa, in den Mittleren Osten, nach Mittelasien und vor allem nach Afrika. Der Anteil, der nicht mehr als Secondhandware weiterverwertet werden kann, wird nach Angaben des Fachverbandes für Textilrecycling zu etwa 40 Prozent als Putzlappen und Sekundärrohstoff (Ersatzbrennstoff) weitergenutzt. Das Hauptproblem stellt jedoch die große Menge an Altkleidern dar, die stetig wächst und Altkleiderverwerter zunehmend überfordert. Dazu sind während des Corona-Shutdowns viele auf die Idee gekommen, ihren Kleiderschrank auszumisten. Weil

die Sortieranlagen und somit auch der Export stillgelegt wurden, war der Absatzmarkt völlig weggebrochen. Deshalb stand die Altkleiderbranche kurz vor dem Kollaps. Daraufhin mussten sogar die Altkleidercontainer in einigen deutschen Städten abgebaut werden. Es ist also höchste Zeit, unseren blinden Überkonsum infrage zu stellen. Was brauchen wir wirklich? Und für welche Werte wollen wir stehen? Auch die Modeindustrie beginnt umzudenken: Nachhaltigkeit und Style schließen sich schon lange nicht mehr aus. Trotzdem werden die meisten Einkaufsstrassen und Einkaufshäuser noch von typischen Fast-Fashion-Brands wie Zara, H&M und Co. dominiert.

Fast-Fashion-Brands produzieren bis zu 24 Kollektionen pro Jahr und imitieren die Modetrends vom Laufsteg in geringerer Qualität und zu einem niedrigeren Preis. Dabei haben sich die Modezyklen in



WIDDA & CO.: JUNGES DESIGN – FAIR, LOKAL, NACHHALTIG

Das Label WiDDA steht für lässige Mode mit Zeitgeist. Es werden ausschließlich nachhaltige Stoffe wie Tencel, Modal und Biobaumwolle verwendet. Einige Modelle eignen sich auch als Still- bzw. Umstandsmode. Produziert wird absolut fair in Deutschland und der EU.

Neben der eigenen Marke gibt es hier junges Design, das nicht überall zu haben ist. Nichts kommt von der Stange, der Fokus liegt auf fair, lokal, nachhaltig: Mode, Accessoires und Papeterie – in Kleinserien hergestellt und teils vor Ort von Hand gefertigt. Ob witzige Unterhosen, Socken aus Biobaumwolle oder vegane Kosmetik – für jeden Typ und Geschmack findest du hier ein passendes Geschenk.

Besondere Schmuckstücke und handgefertigte Keramik kommen direkt aus Berlin. Herrlich illustrierte Kalender, Bücher, Poster sowie kuschelige Winteraccessoires sind selbstverständlich made in Germany.

WiDDA & CO ist ein Laden für Frauen und Männer, die Wert auf Individualität und Nachhaltigkeit legen.

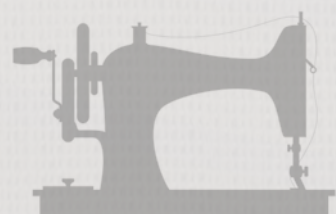
WiDDA berlin

slow & fair fashion
Inhaberin: Sabine Kelle
Gärtnerstraße 24
10245 Berlin

Öffnungszeiten

Mo + Di: 11 – 19:30 Uhr
Mi: 11 – 18:30 Uhr
Do + Fr: 11 – 19:30 Uhr
Sa: 11 – 18 Uhr

shop.widda-berlin.de



den letzten Jahren extrem beschleunigt und zu einer Wegwerfkultur geführt. Mit Langlebigkeit oder Qualität hat dieses schnelllebige Businessmodell wenig zu tun.

Die ungeschminkte Wahrheit

„Sustainability first!“ – Der renommierte State of Fashion Report (2020), der einmal im Jahr von The Business of Fashion and McKinsey & Company veröffentlicht wird und die wichtigsten Trends für die Modebranche prophezeit, trifft den Nagel auf den Kopf. Inzwischen haben sowohl Modeunternehmen als auch die meisten Konsumenten erkannt, welchen weitreichenden Schaden die Modebranche unserer Umwelt zufügt. Wegschauen wird zunehmend schwierig. Und wer will sich schon für sein Fünf-Euro-T-Shirt rechtfertigen müssen?

Hier nochmal die wichtigsten Fakten zusammengefasst: Der wirtschaftliche Wert der Modeindustrie beträgt stolze 2.4 Trillionen US-Dollar. Weltweit sind ca. 60 Millionen Menschen in diesem Wirtschaftszweig beschäftigt. Rechnet man die illegal beschäftigten Arbeitskräfte dazu, sind es nach der Ellen MacArthur Foundation schätzungsweise 300 Millionen Menschen, die in der Bekleidungsindustrie arbeiten. In den letzten Jahrzehnten wurde die Branche heftig für ihren enormen Wasser- und Energieverbrauch kritisiert wie auch für

den Einsatz schädlicher Chemikalien in den verschiedenen Phasen der Wertschöpfungskette. Laut der UN Alliance of Sustainable Fashion ist die Modebranche für acht bis zehn Prozent der weltweiten Treibhausgas-Emissionen

Fakten

- Der wirtschaftliche Wert der Modeindustrie beträgt stolze 2.4 Trillionen US-Dollar.
- Weltweit sind ca. 60 Millionen Menschen in diesem Wirtschaftszweig beschäftigt. Rechnet man die illegal beschäftigten Arbeitskräfte dazu, sind es schätzungsweise 300 Millionen Menschen.
- Enormer Wasser- und Energieverbrauch: die Modebranche ist für ca. 20 Prozent der Wasserverschmutzung und 8 bis 10 Prozent der weltweiten Treibhausgas-Emissionen verantwortlich.
- Unwürdige Arbeitsbedingungen und Ausbeutung sind für Millionen Menschen an der Tagesordnung.
- Kinderarbeit ist weit verbreitet.



Wer in **Berlins nachhaltiger Modeszene** nach neuen Lieblingsteilen Ausschau hält, findet ein breites und stilistisch sehr unterschiedliches Angebot – von künstlerischen Ansätzen über Upcycling und Recyclingmode bis zu Streetwear und Eleganz. Aber auch für den Alltag gibt es bürotaugliche Kollektionen, funktionale Casualwear oder futuristische Activewear.

Übrigens können nicht nur Frauen Neues entdecken, auch auf Männer warten viele Entdeckungen, darunter sogar ein Designerwear-Verleihservice.

Vielleicht ist gerade jetzt der perfekte Zeitpunkt für einen Neuanfang?

Mit mehr Zeit für den Genuss von Qualität!



und für 20 Prozent der Wasserverschmutzung durch Industrieabwässer verantwortlich.

Ein weiteres Problem ist Mikroplastik. Durch die Textilproduktion und das zu häufige Waschen von synthetischen Stoffen wie Polyester, Nylon oder Elastan gelangt schädliches Mikroplastik in die Weltmeere. Die Mikroplastikpartikel werden von Fischen und anderen Meereslebewesen aufgenommen, die die winzigen Partikel nicht von ihrer eigentlichen Nahrung unterscheiden können. Belastete Fischarten und Meeresfrüchte landen wiederrum auf unseren Tellern und dann in unseren Mägen. Wissenschaftliche Studien haben bereits Mikroplastik in unseren Körpern nachweisen können. Durch unseren Konsum schaden wir also letztendlich uns selbst.

Hinzu kommt der soziale Aspekt: Laut dem Global Slavery Index ist die Bekleidungsindustrie der zweitgrößte Sektor, der moderne Sklaverei betreibt, darunter sind auch viele Kinder. Die meisten in den

unteren Stufen der Produktionsketten sind jedoch junge Frauen ohne Ausbildung, Rechtsschutz oder Perspektive. Zudem trägt die Modebranche in vielen Formen zur Geschlechterungleichheit bei. Eine von drei weiblichen Fabrikarbeiterinnen wurde bereits Opfer sexueller Belästigung. Unwürdige Arbeitsbedingungen, Ausbeutung und Unsicherheit stehen für Millionen Menschen an der Tagesordnung.

Was hat Qualität mit Nachhaltigkeit zu tun?

Wer kennt es nicht: Wir sind zu einem Event eingeladen, aber es scheint nichts Passendes im Kleiderschrank zu hängen. Häufig laufen wir in so einem Fall doch schnell noch mal los, um ein neues Teil bei einer der bekannten Modeketten zu kaufen. Ist ja nichts dabei, oder?

Leider doch. Aber keine Sorge, dies soll keine Aufforderung werden, sich nie wieder ein schönes neues Top zu kaufen. Es geht eben auch smarter, und es lohnt



NATASCHA VON HIRSCHHAUSEN: ENTSPANNTE ELEGANZ UND NACHHALTIGE MODE

Das Berliner Label Natascha von Hirschhausen steht für entspannte Eleganz und radikal nachhaltige Mode, die abfallfrei und lokal produziert wird. Alle Komponenten der Kollektion sind entlang der gesamten Wertschöpfungskette auf ökologische und soziale

Nachhaltigkeit überprüft. Außerdem sind alle Kleidungsstücke plastikfrei, werden im Berliner Studio entwickelt und in einer lokalen Manufaktur handgefertigt.

Die schlichten – in der Stille extravaganten – Designs sind vielseitig kombinierbar und passen zu jeder Gelegenheit. Ob zu Jeans

und Sneakern oder zum eleganten Abendlook: Nataschas Designs verfeinern jeden Look. Als Winterspecial steht die minimalistische Schmuckkollektion im Mittelpunkt. Neben schlichten Silberringen, die fairtrade aus recyceltem Silber produziert werden, gibt es Zero-waste-Statement-Ohrringe. Schau auf der Webseite vorbei und finde ein besonderes Geschenk. Dort gibt es auch mehr Details, die gesamte Kollektion sowie die Winterspecials.

Studio Natascha von Hirschhausen

Kiautschoustraße 14, 13353 Berlin

Öffnungszeiten
nach Vereinbarung

natschavonhirschhausen.com



Um ein Produkt von hoher Qualität zu entwickeln, braucht es Zeit.

sich, in Qualität zu investieren. Doch wie hängen Qualität und Nachhaltigkeit zusammen? Der Wert eines Produktes geht über dessen Design, Fertigung und Materialität hinaus. Jedes Kleidungsstück hat seine ganz eigene Geschichte. Welche Reise hat es hinter sich gebracht, um in unseren Händen zu landen? Wer hat die erste Naht gesetzt, wer die letzte? Was hat den Designer dazu inspiriert, dieses Kleidungsstück zu designen? Was soll es ausdrücken? Wie fühlt sich der Stoff auf der Haut an? Um ein Produkt von hoher Qualität zu entwickeln, braucht es Zeit. Denn es soll nicht nur der Trägerin oder dem Träger ein gutes Gefühl verleihen, sondern jeden respektieren, der an der Herstellung beteiligt war. Gute Qualität umfasst das Design, die Stoffqualität und die Verarbeitung, einen würdigen Umgang mit den Menschen in der Wertschöpfungskette, genauso wie eine gesunde Nutzung der Ressourcen. Deshalb kann ein hochwertiges

Kleidungsstück nicht von Kinderhand gefertigt worden sein oder schädliche Chemikalien enthalten.

Wie du es besser machen kannst

Dieses Gefühl, ein neues Kleidungsstück zum ersten Mal zu tragen, als würdest du der Welt eine neue Seite von dir präsentieren. Ein Teil, das zum Lieblingsteil wird, weil du dich darin auf gewisse Weise vollkommen fühlst. Aber was macht manche Kleidungsstücke zu Lieblingskleidungsstücken? Meistens steckt eine emotionale Bindung dahinter. Etwa weil du etwas Besonderes mit dem Pullover verbindest, den du auf diesem außergewöhnlich guten Festival getragen hast, oder der geerbte Trenchcoat aus der Familie, der auch auf alten Bildern zu sehen ist. Oder ein Kleid, in das du dich in einem Atelier verliebt hast und das dich an das nette Gespräch mit der Designerin erinnert.

Wie selbstverständlich bringen wir unseren Lieblingsteilen die meiste Wertschätzung entgegen, pflegen sie gut und lassen sie reparieren, wenn sie kaputtgehen. Weil wir sie so lange wie möglich tragen wollen. Auch das ist ein nachhaltigerer Umgang mit Mode. Warum nicht weniger, aber dafür hochwertigere Lieblingsteile besitzen und deren Geschichten mit Stolz und am besten noch einem guten Gewissen tragen? Wo aber fängst du als Konsumentin oder Konsument an, wenn du dich bewusster und nachhaltiger kleiden willst, aber die nachhaltige Modeszene noch Neuland ist? Inzwischen gibt es einige Apps, die helfen, eine nachhaltigere Auswahl zu treffen, wie zum Beispiel die App „Good On You“. Du gibst einfach die Marke ein, und die App zeigt ein Rating der Nachhaltigkeitsperformance in Bezug auf Arbeitsbedingungen, Umwelt und Tierversuche wie auch eine kurze Gesamtbewertung.

Du willst es besser machen?

App „Good On You“ - Rating der Nachhaltigkeitsperformance von Modemarken.

Onlineplattform „Compare Ethics“ - prüft Brands auf ihre Nachhaltigkeitsperformance.

Onlinemarktplatz „Avocadostore“ - umfangreiche Auswahl an umweltfreundlicheren Produkten.

... oder einfach bei kleinen, unabhängigen Modelabels einkaufen!



ARYS & FRIENDS CONCEPT STORE: NACHHALTIG UND INNOVATIV

ARYS ist eine nachhaltige, innovative Techwear-Brand aus Berlin. Statt im Akkord trendbasierte Kollektionen zu entwerfen, steht ARYS für Slow Fashion mit Mehrwert.

Ihre Kollektionen verbinden zeitloses und minimalistisches Design mit hochfunktionalen Materialien und ausgeklügelten Features. Aus dieser Symbiose entstehen fair produzierte Teile für alle, die minimalistische All-in-one-Lösungen für einen vielseitigen Alltag suchen. Die progressiven Produkte von ARYS sind mehrfach preisgekrönt und haben schon die renommiertesten Stores in Japan überzeugt.

Neben der eigenen Bekleidung präsentiert ARYS im Concept Store ARYS & Friends in der Kollwitzstraße 51 ein sorgfältig kuratiertes Sortiment an Bekleidung, Schuhen, Taschen und spannenden Gadgets von den Marken von morgen, die ARYS Philosophie von Nachhaltigkeit und Minimalismus teilen.

ARYS & Friends Concept Store

Kollwitzstraße 51
10405 Berlin

Öffnungszeiten

Mo: 12 - 18 Uhr
Do - Sa: 13 - 19 Uhr

arys-berlin.com



NIX DESIGN: BYE BYE FAST FASHION

Als täglicher Begleiter im Alltag erfüllt die Kleidung von NIX in Funktion und Komfort mehr als ihren Zweck. Zurückhaltung in der Farbigkeit und ein langlebiges Design sind Teil der Philosophie ihrer Mode. Die Kollektionen bauen aufeinander auf, sodass die Garderobe zu jeder Saison ergänzt werden kann.

Deine Wünsche und dein Feedback sind der Antrieb von NIX, um deinen Kleiderschrank so optimal wie möglich auszustatten. Nachhaltigkeit ist seit Langem Thema und inzwischen selbstverständlich geworden, genauso wie die Transparenz der Entstehungsgeschichte der Kleider. Kleidung bewusst und sortiert auszuwählen ist die sinnvollste Maßnahme zur Ressourcenschonung.

NIX zu tragen ist eine Haltung ...,
... damit du später sagen kannst, du hättest von NIX gewusst!

NIX Design GmbH

Showroom Berlin
Oranienburger Straße 32
in den Heckmannhöfen
10117 Berlin

Tel.: 030 - 281 80 44
info@nix.de

Öffnungszeiten:

Mo - Sa: 11 - 19 Uhr

nix.de



ANNAMARIAANGELIKA: HANDGEMACHTE WÄRME

Passend zur Wintersaison entwirft das Berliner Slow-Fashion-Label Pullover, Kleider, Mützen und Schals aus kuschelig weicher Alpakawolle. Ob für Frauen, Männer oder Kinder: Jedes Produkt wird in liebevoller Handarbeit und unter fairen Arbeitsbedingungen in Peru gefertigt. Dank des Designs und der detailgenauen Fertigung versichert ein Kleidungsstück von ANNAMARIAANGELIKA dir als Besitzerin oder Besitzer lange Freude daran.

Statt auf schnellwechselnde Trends zu setzen, darf eine Kollektion hier wachsen. Die Lieblingsstücke einer Saison bleiben im Sortiment und werden fortwährend um neue Entwürfe ergänzt. So entsteht eine sorgfältig kuratierte Sammlung von auserwählten Designerstücken, die ausschließlich aus natürlichen Fasern und nach dem Zerowaste-Prinzip gefertigt werden.

Im Fokus steht das Wesentliche: Wertschätzung dessen, was gut ist und bleiben soll. Und so ist jedes einzelne Kleidungsstück von ANNAMARIAANGELIKA nicht nur eine Hommage an das traditionelle Handwerk Perus, sondern auch an die Menschen, die Orte und die zahlreichen inspirierenden Momente voller Lebensfreude, die ihre faire Mode zum Leben erwecken.

ANNAMARIAANGELIKA

Heinrich-Heine-Straße 36
10179 Berlin

annamariaangelika.com



KIEZKINDER: NACHHALTIGE KINDERMODE

Familie, Hobby, Beruf und Nachhaltigkeit verbinden – das klingt wie ein Traum, der wahr geworden ist.

Unter dem Label Kiezkinder designt, näht und vertreibt Marianna Wegner zusammen mit ihrem Mann Issa Diallo nachhaltige Kinder-

mode. Ökologisch zertifizierte, hauptsächlich in Deutschland produzierte Stoffe werden hier ganz regional im eigenen Atelier in der Florastraße verarbeitet.

Als Mutter von drei Kindern weiß die Designerin, worum es bei den Schnitten wirklich geht: leichtes An- und Ausziehen für die Kinder sowie Flexibilität in Größe und Langlebigkeit durch hohe Stoffqualität. Die Designs sind farbenfroh und zurückhaltend zugleich.

So wird z. B. dezenter klassischer Strick oder Cord mit modernen Mustern und Drucken kombiniert. Der Look ist altersübergreifend von Größe 56 bis 140. Auf Bestellung können natürlich auch andere Größen angefertigt werden.

Da sich Familie, Atelier und Laden unter einem Dach befinden, geht es im dazugehörigen Geschäft manchmal recht turbulent zu. „Das gehört zu unserem Lebenskonzept“, so die Inhaberin. Zum Einkaufen und Stöbern sind natürlich alle Kinder willkommen. Issa und Marianna freuen sich immer über Austausch und einen kleinen Plausch.

Kiezkinder

Inh. Marianna Wegner
Florastraße 10, 13187 Berlin
Tel.: 0170-90 46 900

kiezkinder-shop.de



NOVEL CONCEPT STORE MIO ANIMO: FÜR MODE- UND INTERIEUR-ENTHUSIASTEN

Gestartet als absoluter Geheimtipp im Kollwitzkiez, unweit der großen Synagoge, hat sich der NOVEL Concept Store mit seinem leuchtenden, pinken Logo in den letzten drei Jahren unter Mode- und Interieur-Enthusiasten einen echten Namen gemacht. Die studierte Modedesignerin Anne-Kristin Krause startete zunächst mit ihrem eigenen Label MIO ANIMO, das nach wie vor im hinteren Atelierteil des Stores produziert wird. Vom Monobrand Store entwickelte sich der Store mit stilsicherem Auge zum absoluten Go-To-Place in Berlin für fair und nachhaltig produzierte Mode, ökologische Schuhe und Sneaker, Home Accessoires, Schönes zum Verschenken und

ausgewählte Papeterie-Artikel. Hier ist das Wort „Concept“ wirklich Programm. Sorgfältig kuratiert Anne-Kristin einen spannenden Mix aus ökologischen, lokalen und fair produzierten Produkten. PINQ PONG, by-bar Amsterdam, BEAUMONT ORGANIC, ekn footwear und SKFK Ethical Fashion sind nur eine Handvoll Labels, die im Store angeboten werden.

Wer sich inspirieren lassen möchte, sollte den NOVEL Store vorab auf Instagram oder Facebook unter @novelberlin besuchen.

MIO ANIMO – Slow Fashion Berlin

Rykestraße 48, 10405 Berlin
Tel.: 030-297 740 28, Mobil: 0179-128 04 19
E-Mail: anne@mio-animo.de

mio-animo.de



POTT MANU'FACTURE BERLIN UND DENIMLABOR: WERTVOLLE DINGE IN MODE & DESIGN

Das Label POTT Manu'factory Berlin verbindet urbane Stilelemente aus Subkultur und Workwear, gefertigt aus hochwertigen Materialien für deine langlebigen Lieblingsstücke. Neben den eigenen Kollektionen hast du die

Möglichkeit, deine abgetragene und zerfetzte Jeans, die nicht mehr erhältlich ist, neu zu erstellen. Das bedeutet: Schnitt rekonstruieren, aus japanischem Denimsortiment das Material auswählen,

neues Teil erhalten. Durch eine individuelle Gestaltung der Taschen und das Aufsteppen von Initialen bekommen die Rekonstruktionen dazu ihren ganz persönlichen Charakter.

Die diplomierte Bekleidungsgestalterin Manuela Pott erschafft langlebige Teile aus qualitativ hochwertigen Materialien. Dabei liegt der Fokus auf einer fairen Produktion und der Nähe zum Kunden.

POTT Manu'factory Berlin

Zionskirchstraße 77, 10119 Berlin
pott-manu-factory.com



Das Londoner Start-up „Compare Ethics“ prüft ebenfalls Brands auf ihre Nachhaltigkeitsperformance. Auf seiner Onlineplattform bringt das Start-up nachhaltige Labels und umweltbewusste Kunden zusammen.

Mehr Transparenz schafft auch der „Avocadostore“, Deutschlands größter, nachhaltiger Onlinemarktplatz, der eine umfangreiche Auswahl an umweltfreundlichen Produkten bietet.

Alternativ kannst du die kleinen, unabhängigen Modelabels, hinter deren Kollektionen Geschichten und Persönlichkeiten stehen, auf einem Stadtspaziergang entdecken. Denn Mode ist auch noch etwas anderes: In der Mode zeigt sich unsere Kultur, insbesondere über die vielen individuellen Kreativen, die ihre Ideen in den (Laden-)Ateliers entwickeln und verkaufen. Noch immer gilt Berlin als die Modehauptstadt Deutschlands, die kreatives Talent aus aller Welt anzieht. Vor allem die nachhaltige Modeszene, die sich in den letzten Jahren rasant entwickelt hat, ist in Berlin zu Hause. Wenn Talent auf die verschiedensten Einflüsse und eine freiheitsliebende Denkweise stößt, entsteht Vielfalt. So auch in der Mode. ■

Wenn Talent auf eine freiheitsliebende Denkweise stößt, entsteht Vielfalt.



© Foto: Kerstin Jacobsen

Magdalena Schaffrin

steht mit ihrer Arbeit, Mode und Nachhaltigkeit zu verbinden, seit mehr als zehn Jahren im Zentrum einer sich rasant entwickelnden Szene. Für ihr Engagement wurde sie bereits mehrfach ausgezeichnet und gilt als Pionierin der nachhaltigen Mode in Deutschland.

Sie ist Mitgründerin und CEO der strategischen Beratungsagentur Kaleidoscope Berlin, Co-Autorin des Buches „Fashion Made Fair“ und Kreativdirektorin der Neonyt, dem weltweit führenden Hub für Mode, Nachhaltigkeit und Innovation. Zudem arbeitete Magdalena als Beraterin für Formate der United Nations und wird regelmäßig als Speakerin engagiert.



© Foto: Patrick Walter

I' VR ISABEL VOLLRATH: MODE & KUNST – SPANNENDE FUSION

Für Isabel Vollrath sind Kleidungsstücke dreidimensionale Zeichnungen, Collagen, Objekte der „Bildhauerei“, sozialkritische/politische Statements und/oder „kulturelle Reiseberichte“. Sich im Spannungsfeld zwischen Mode und

Kunst bewegend, setzt die Berliner Designerin mit einer außergewöhnlichen Materialwahl und wertigen Details Akzente mit Wiedererkennungswert.

Mittels historisierender wie auch avantgardistischer, skulptural-futuristischer Stilelemente, einer kontrastreichen, abstrakten und zugleich figurbetonten Schnittführung lässt sie raumgreifende,

ausdrucksstarke Silhouetten entstehen. Vor ihrem Modestudium an der Kunsthochschule Berlin-Weißensee absolvierte die gebürtige Freiburgerin eine Ausbildung zur Herrenmaßschneiderin in Baden-Baden und arbeitete anschließend bei Couturier Stefano Nicolao in Venedig. 2015 gründete sie ihr Label I' VR ISABEL VOLLRATH und zeigt ihre Kollektionen im Rahmen der Berlin Fashion Week, in namhaften Kunstgalerien und Museen.

Vollrath gewann nationale sowie internationale Awards und erhielt mehrfache Auszeichnungen, Stipendien und öffentliche Förderungen. Ihr Atelier befindet sich im ehemaligen Scheunenviertel in Berlin-Mitte.

I' VR ISABEL VOLLRATH

Linienstraße 149, 10115 Berlin
isabelvollrath.com

MODE &
KUNST



© Foto: Janine Sametzky

Modisch geht in Berlin alles. Aber die Vielfalt ist kein Zufall, sondern gewachsene Tradition.

Die Frauen in den pastellfarbenen und asymmetrisch geschnittenen Kleidern sind hochaufgeschossen und schlank, groß und kurvig, klein und rundlich, filigran und normalgroß, dunkelhäutig und hellhäutig, asiatisch, indisch, kaukasisch und afro-amerikanisch, lockig, glatthaarig, und aus ihren Augen können sie Laserblitze schießen. Letzteres nur in dem Film „Superpowers“, mit dem die in Berlin ansässigen Modedesignerinnen Christa Bösch und Cosima Gadiant ihre Mode für das kommende Frühjahr vorstellen. Alles andere aber ist echt und damit eher ungewöhnlich. Denn Diversität ist in der internationalen Mode noch immer nicht die Norm. Die beiden Designerinnen, die ihre Entwürfe auf der Paris Fashion Week zeigen, setzen mit ihrem Casting, das Frauen unterschiedlicher Ethnien, mit unterschiedlichen Körperformen zeigt, wichtige Akzente.

Christa Bösch und Cosima Gadiant präsentieren ihr Label Ottolinger in Paris, der unangefochtenen Welt-hauptstadt der Mode. Aber ihre Ideen entwickeln die gebürtigen Schweizerinnen in ihrem Studio in Berlin; ein Zufall ist das nicht.

Denn Berlin mag keine Modestadt sein, kaum jemand ist hier so elegant gekleidet wie in Mailand, so exzentrisch gepflegt wie in Großbritannien, so sportlich-lässig wie in New York, so hyper-trendbewusst wie in Schanghai oder so unangestrengt chic wie in Paris. Doch in keiner dieser Modestädte ist man so hemmungslos frei wie in Berlin. Das prägt den Stil der Stadt, macht sie zukunftssträchtig und darin liegt die Chance, die Schönheit und die Verantwortung für alle, die in dieser Stadt leben. Aber was genau macht denn die Freiheit aus, die den Stil der Berlinerinnen

und Berliner prägt? Woher kommt sie und wie sieht sie aus? Ein kurzer Rückblick hilft.

Warum in Westberlin die Freiheit zählt

In der jüngeren Geschichte zieht Berlin seinen Freiheitsgrad aus der Sonderstellung der Stadt: Bis 1989 ist Westberlin eine Insel, in der Luxus weniger als materieller Reichtum existiert, sondern in Form von Freiheit und freier Zeit. Hier gründen sich Bands wie die „Einstürzenden Neubauten“ und „Die Tödliche

stilistische Freiheit Berlins eindrücklich zeigt: Heute wie damals treffen sich hier Angehörige unterschiedlichster Schichten mit unterschiedlichen Vorstellungen von gutem Stil. Die tiefschwarz gekleidete Avantgardistin sitzt hier neben dem ökologisch Bewegten in Funktionskleidung, der Punker mit Leder-

Die große FREIHEIT

Doris“, hierhin zieht es Künstler wie den androgynen David Bowie, dessen modischer und musikalischer Stil bis heute prägend ist. Selbst eine Bar konnte hier Kunst sein, das zeigte Mark Ernestus, der an der Hochschule der Künste studierte, das ehemalige Bordell „Club Maitresse“ 1987 zum Readymade-Lokal erklärte und „Kumpelnest 3000“ taufte. Bis heute ist das „Kumpelnest 3000“ ein Ort, an dem sich die

jacke, Nietengürtel und betont verschlissener Kleidung – der bis heute gültigen Uniform des Widerstands gegen die Spießbürgerlichkeit – neben dem gewöhnlichen Anzugträger und Sexarbeiterinnen und Sexarbeiter, die ihre körperlichen Vorzüge in den Vordergrund rücken. Der Stil dieses Westberlins ist frei, weil es Räume gibt, in denen Kleiderkonventionen und Gesinnungen zweitrangig sind und ein friedliches Miteinander Konsens ist.

An anderer Stelle übrigens ist Berlin ebenfalls stilprägend, allerdings deutlich abgründiger: Durch das Buch „Wir Kinder vom Bahnhof Zoo“ und die vom „Stern“ veröffentlichte Titelgeschichte über die jugendliche Drogensüchtige Christiane F. entsteht der „Heroin Chic“, der später in den 90ern dem britischen Model Kate Moss und dem amerikanischen Label Calvin Klein zugeschrieben wird.

Wiedervereinigt ist Berlin gleich doppelt frei

Ab dem Moment der Wiedervereinigung vervielfacht sich der Freiraum, den Berlin bietet. Denn insbesondere der Ostteil der Stadt ist ein Abenteuer-spielplatz, ein unbesetzter Möglichkeitsraum, der bis heute nachwirkt und Berlin für Designerinnen wie Christa Bösch und Cosima Gadiant mit ihrem Label Ottolinger so attraktiv macht. Niedrige Mieten, leerstehende Gebäude, die nach Umnutzung





BERLIN UNDERWEAR

Eine Unterwäschemanufaktur in deinem Bezirk? Das gibt's tatsächlich! Wenn du süße, bequeme und einzigartige Unterwäsche aus Naturfasern suchst, fetzig bunte Einzelstücke, die nachhaltig und lokal hergestellt werden und lange halten, dann bist du bei BERLIN UNDERWEAR richtig.

Von Pantys und Hotpants über BHs und Tops bis zu Leggings in den Größen XS bis XXL gibt es ein umfangreiches Sortiment, das dich sicherlich begeistern wird.

BERLIN UNDERWEAR ist ein kleines Familienunternehmen mit neun Mitarbeitenden, das seit 2011 in Berlin-Pankow Unterwäsche, Bademode und Sportbekleidung für Damen und Herren in der eigenen Manufaktur entwirft und produziert.

Sonderanfertigungen sind auch möglich.

Mit dem Couponcode MEIN4TEL bekommst du 10 Prozent Rabatt im Laden und im Onlineshop, gültig bis 31. Dezember 2020.

Berlin-Underwear FLAGSHIP STORE

Schönhauser Allee 44a
10435 Berlin

Öffnungszeiten

Mo - Sa: 11 - 19 Uhr

berlin-underwear.com



verlangen, eine Vielfalt an Clubs und Wochentagbars, neue Galerien, noch mehr internationale Hochschulen und Studiengänge ziehen junge Menschen aus aller Welt an. Diversität wird immer mehr zum Normalfall. Und für alle ist Platz: Die knapp bekleideten Raver auf dem Kurfürstendamm und später an der Siegessäule, deren Kleidung ebenso synthetisch wie grellbunt ist und die die Kluft der Bauarbeiter zur Mode erklären, lange bevor der Georgier Demna Gvasalia mit seinem Label Vetements das T-Shirt der DHL-Boten als Luxus-Designermode adelt. Für die Geschmackssicheren, die ab 1993 von der britischen Dame Vivienne Westwood an der Universität der Künste das

Verständnis, dass Geschmäcker verschieden sind und die Fähigkeit, sich vom Geschmack der anderen zwar inspirieren, aber nicht irritieren zu lassen.

Freiheit ist das Kennzeichen des Berliner Chics

Bei all dem stilistischen Durcheinander und Nebeneinander bleibt die Frage, für welchen Stil Berlin denn



© Foto: Revo Schmid

Handwerk des Modedesigners lernen und von der internationalen Strahlkraft der freigeistigen Designerin profitieren. Für die arabischstämmigen jungen Frauen und Männer, die im Wedding und in Neukölln modisches Neuland erobern, mit oder ohne Kopftuch, in nagelneuen Turnschuhen und mit einer eigenen Schminkkultur, die die Traditionen ihrer Eltern mit eigenen Ideen kombiniert. Für die „Gallerinas“, die chic in Schwarz gekleideten Galeristinnen, aus den neuen Galerien in Berlin Mitte, die jungen Werberinnen und Werber in Anzügen und Turnschuhen und auch all jene, die an diesen unterschiedlichen Stilblüten gar kein Interesse haben. Das ist das vielleicht wichtigste Fundament der stilistischen Freiheit in Berlin: Das

nun eigentlich steht. Heute setzen hier ganz unterschiedliche Designerinnen und Designer Akzente. Julia Leifert beispielsweise konzentriert sich auf schlichte Eleganz aus ökologisch und sozial nachhaltiger Produktion, die Österreicherin Marina Hoermanseder kleidet mit ihren extravaganten Looks internationale Stars wie Lady Gaga und Kylie Jenner, Wibke Deertz bietet mit ihrem Label A.D.Deertz zeitlos lässige Männermode aus fairer Produktion, Hien Le zarte und zeitlose Silhouetten für Männer und Frauen. Und auch die Designerinnen Christa Bösch und Cosima Gadiant von Ottolinger prägen den Stil in Berlin mit Mode, die für ganz unterschiedliche Körper gemacht ist. Ihre Kleider beispielsweise sind so geschnitten, dass sie an

schmalen wie üppigeren Figuren gut aussehen. Aber Moment, genau das bezeichnete man vor knapp 180 Jahren doch auch als „Berliner Chic“. 1830 entstand nämlich die Idee, eine Mantille – einen mantelähnlichen Umhang – nicht wie üblich für eine bestimmte Kundin und deren Maße anzufertigen, sondern sie so zu schneiden, dass sie einer ganzen Reihe von Kundinnen mit ähnlichen Maßen passte.

Damit wurde die Konfektionskleidung begründet, wie wir sie heute kennen, und der „Berliner Chic“, der für eine Vielfalt von Menschen tragbar war. Das Konzept stieß auf so großen Anklang, dass Herman Gerson, der im



ersten Kaufhaus Berlins Konfektionsware anbot, zum Hofschneider vieler Adeliger in ganz Europa wurde. Bald entwickelte sich am Hausvogteiplatz das sogenannte Konfektionsviertel, in dem sich Hunderte Bekleidungsfirmen ansiedelten. Hier, und nicht etwa in Paris, wurde auch die Tradition der kleinen Modosalons gegründet, auf denen Verkäuferinnen einem kleinen Kundinnenkreis die neuste Mode vorführten, eine Art intime Modenschau also.

Als „Berliner Chic“ galt bald, was die Bühnenstars der Stadt gern trugen und auch hier war die Vielfalt Programm: Schlicht-elegante, figurbetonte lange Abendkleider genauso wie kecke Charleston-Kleider für durchtanzte Nächte. Der Zweite Weltkrieg zerstörte den Aufschwung der deutschen Textilwirtschaft jäh, auch und besonders weil die Hälfte aller Betriebe jüdisch war. Durch diese Zäsur wurde die Berliner Mode international bedeutungslos, Trends und Geschäfte wurden von nun an in Paris, Mailand, London und New York gemacht.

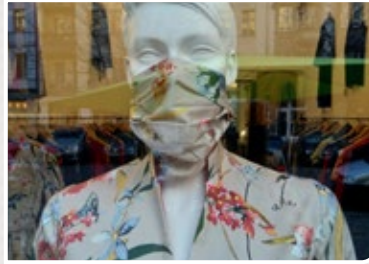
Das kann man mit einem lachenden und einem weinenden Auge sehen: Zwar richtet sich in der Mode niemand nach Berlin, aber dadurch genießt Berlin Narrenfreiheit. Im Nachkriegsdeutschland nutzte sie unter anderem der Potsdamer Designer Uli Richter. Sein „Berliner Chic“ war Mode mit einem ungeheuren Freiheitsversprechen: Er kombinierte Materialien wie Lack und Pelz, die traditionell nicht zusammengehörten, er schneiderte frische, moderne Kleider, die nicht beengten, sondern maximale

Bewegungsfreiheit verliehen. Was die Schweizer Designerinnen Christa Bösch und Cosima Gadiant über ihre Entwürfe sagen, das würde wohl auch Uli Richter unterschreiben, den man bis heute den deutschen Balenciaga nennt: „Es geht darum, dass die Formen mit dem Körper mitgehen. Dass es Linien sind, die dem Körper schmeicheln.“

Freiheit will verteidigt sein, auch in der Mode

In Berlin lebt man in einer Stadt, in der es eine große Freiheitstradition gibt und in der Vielfalt die Norm ist. Manche Designer, wie beispielsweise William Fan, würdigen das ganz explizit.

Für den Sommer zeigte der Sohn chinesischer Einwanderer eine Kollektion, die die Freiheit Berlins gleich mehrfach feiert: Zum einen zeigte er seine schulterfreien Tops, in der Taille gebundenen Kleider mit Vichymuster und lässigen Anzughosen unabhängig von Geschlechterkonventionen an Männern und Frauen. Zum anderen wählte er für seine Schau einen Ort, an dem die Vorzüge von



BERLIN FASHION DESIGN: FOR FASHION AND VINTAGE LOVERS

Frozen Hibiscus ist ein Berliner Fashionlabel, das von der Designerin Claudia Urbanek im Jahr 2006 ins Leben gerufen wurde. Der Fokus liegt auf Vintage inspirierter Mode im Stil der 1920er bis 1960er-Jahre.

Die Leidenschaft für Mode, Kunst und Film vergangener Epochen spiegeln sich in den atemberaubenden und vielseitigen Frozen Hibiscus-Kollektionen für Damen und Herren wider.

Die Trends dieser Zeiten werden jedoch nicht einfach nachgeahmt, sondern frisch und mit einem Augenzwinkern neu interpretiert. Ob Kollektion oder maßgefertigte Kreation, vom Design über Schnitt und Zuschnitt bis zur Umsetzung/Produktion wird alles in Berlin gefertigt. Frozen Hibiscus steht für fair produzierte, qualitativ hochwertige Produkte, für die Herstellung vor Ort und unter eigener Regie sowie für die Nähe zum Kunden.

Ob für Hochzeit, Ball, Bühne oder jeden Tag – auf spezielle Outfitwünsche wird hier individuell eingegangen. Wem der Sinn nach einer maßgefertigten Kreation steht, der sollte am besten einen Termin für einen Besuch im Atelier vereinbaren.

Frozen Hibiscus

Langhansstraße 33
13086 Berlin

Öffnungszeiten

Mo + Di: nach Vereinbarung
Mi – Fr: 12 – 19 Uhr
Sa: 11 – 14 Uhr

frozen-hibiscus.de

MODEATELIER EINEVONUNS: ELEGANT, ENTSPANNT UND DETAILVERLIEBT

Im Modeatelier einevonuns finden sich Kollektionen und neu interpretierte Klassiker von Raja Tanczik und von Strickdesignerin Anna Tembrink.

Alle Stücke sind langlebig und in Berliner Ateliers nachhaltig gearbeitet. Ganz selbstverständlich werden hier hochwertige Stoffe und feinsten Strick aus Viskose und Merino verarbeitet, die sich in kräftigen wie auch in gedämpften Farbtönen präsentieren.

Eine fundierte Beratung in angenehmer Atmosphäre ist Teil des Konzeptes. Verbunden mit der Möglichkeit, den Schnitt individuell an dich als Trägerin anzupassen, hat sich in nunmehr 14 Jahren eine treue und glückliche Stammkundschaft gebildet.

einevonuns Modeatelier

Rykestraße 7
10405 Berlin
Tel.: 030-440 173 69

Öffnungszeiten

Di – Fr: 12 – 19 Uhr
Sa: 12 – 17 Uhr
und nach Vereinbarung

einevonuns.berlin

MARTIN DE SIQUEIRA: MODE UND ACCESSOIRES VOM KREATIVDUO

Martin de Siqueira ist eine auf Mode und Accessoires spezialisierte Designagentur, gegründet vom Kreativduo Gaëlle Martin und Katharine de Siqueira.

Gaëlle MARTIN – seit über zehn Jahren Ready-to-Wear- und Strickdesignerin – arbeitete für Gaspard Yurkievitch, Christian Lacroix und Yves Saint Laurent. Im Jahr 2017 war sie als Creative Director für Each x Other in Paris tätig. Katharine DE SIQUEIRA entwickelte Textilien für Louis Vuitton und DIOR Haute Couture, bevor sie – ebenfalls bei YSL – ein Jahrzehnt lang Stickereien und Hüte entwarf.

Seit 2017 hat Martin de Siqueira die künstlerische Leitung des traditionellen französischen Baskenmützenherstellers Maison Laulhère inne, sie berät Das Cape Mädchen in Berlin und tritt seit 2018 als Markenbotschafter für Etsy Deutschland auf.

Das Kreativduo steht für verantwortungsbewusstes Modedesign und glaubt, dass nachhaltige Lösungen in die frühesten Phasen des Designprozesses einbezogen werden müssen.

Martin de Siqueira berät Designer und Label zum Kollektionsaufbau, designt Brandingstrategien, produziert Photoshootings und bietet Workshops an, um nachhaltiges Design zu unterstützen.

Martin de Siqueira

mdeuxs.com



© Foto: Kerstin Jacobsen



© Foto: Fanette Guilloud

Berlin auf 360 Grad sichtbar sind, nämlich den Berliner Fernsehturm. Aber es braucht nicht immer die große Geste. Jede/-r kann jeden Tag mit kleinen Gesten die stilistische Freiheit Berlins verteidigen. Indem man selbst die Mode als Möglichkeitsraum nutzt, Konsumententscheidungen bewusst trifft und Vielfalt nicht argwöhnisch beäugt, sondern feiert. ■

Alex Bohn leitet das Stil-Ressort des Frankfurter Allgemeine Quarterly Magazins, das sich mit Themen der nahen Zukunft beschäftigt. Als langjährige Autorin schreibt sie außerdem für das ZEIT Magazin Online über Mode, Schönheit und Gesellschaft und überlegt auf ihrem Instagram-Account „The_Lessentials“, was wir wirklich brauchen.



CITY LOOK: LEIDENSCHAFT FÜR MODE

Individuelle Beratung und aufmerksame Betreuung lagen Designerin und Inhaberin Angelika Rottleb schon immer am Herzen.

Nur so wird für sie aus einem Kleidungsstück ein neues Lieblingsoutfit. Mit viel Leidenschaft und Liebe zum Detail steht sie seit 1988 mit eigenen Kollektionen und Modellen sowie einer feinen Auswahl führender europäischer und deutscher Labels für individuelles Styling, Understatement und Nachhaltigkeit – was sowohl der modernen Frau als auch Berlin gut tut.

Dabei zählen nicht nur große Namen, sondern viel mehr eine durchgängig überzeugende Qualität. Kleine, kreative Labels mit

diesem Anspruch finden ebenso den Weg in ihre Boutique und sicher auch in deinen Kleiderschrank. Ein eigenes Atelier und ein Änderungsservice gehören selbstverständlich dazu.

Bei CITY LOOK ist Mode alltagstauglich, aber nicht alltäglich. Exzellente Materialien vereinen sich mit bester Verarbeitung. Hier findest du garantiert neue Outfit-Inspirationen für jede Gelegenheit. Angelika Rottleb wirft gern auch gemeinsam mit dir einen fachfraulichen Blick auf deine Garderobe zu Hause und berät dich zu deinem individuellen, stilsicheren Look.

Dipl.-Designerin Angelika Rottleb

Danziger Straße 38, 10435 Berlin

Tel.: 030-44 26 455

E-Mail: info@rottleb-city-look.de

rottleb-city-look.de

PUDER

feiert sein großes

COME- BACK



Lange Zeit war es still um das kostbare Schönheitspulver, doch nun wird loser Puder wiederentdeckt, geradezu zum Kult erklärt. Die neuen ultrafeinen Rezepturen verschmelzen samtig auf der Haut, lassen den Teint zarter und die Konturen weicher erscheinen.

Looser Puder ist ohne Frage etwas für Beauty-Gourmets und mit Abstand das sinnlichste aller Make-up-Produkte. Denn nichts fühlt sich prickelnder an, als mit einem Puderpinsel sanft über das Gesicht zu streichen. Ein spürbarer Genuss und wohltuender Nervenkitzel, der auch unter die Haut bis in die Seele geht.

Mittlerweile gibt es edle Pudermixturen auch in Berlin. Dabei wird gemixt, gehackt, geschüttelt und gesiebt, bis die Nuance und Textur stimmig sind. Selbst Glimmer und Glitzer in Gold, Silber und Kupfer können hinzukreiert werden. Auch Antishine-Pulver für „Schnellglänzer“.

Luxus pur!

Starvisagist René Koch und sein Assistent Christian Schmid fertigen solch extravaganten Puder nach alter Tradition und zeigen:

So pudern Sie richtig:

Für den **natürlichen Puderlook** streicht man mit einem Microfaserpinsel über das Gesicht.

Für den **matten und intensiven Puderlook** eignet sich besser eine Quaste oder ein Schwämmchen.

Für den **Glamour- und Glitzerlook** den Puder mit einem Halbmondpinsel lediglich partiell aufstäuben.





Herbst-Winter-Look

Dunkle Dramatik ist angesagt

Voraussichtlich wird uns das Corona-Virus und die damit verbundene Maskenpflicht noch über den Herbst und Winter begleiten. Was nicht heißt, dass frau in dieser Saison auf Make-up verzichten kann. Klar ist, dass die Augen im Vordergrund stehen – und da gilt: dunkle Dramatik im Wechsel mit schillernder Sanftmut. Geheimnisvolles Violett, mystisches Anthrazit sowie extravagantes Purpule wechseln sich auf den Lidern ab mit raffiniertem Rosé und schillerndem Perlmutter.

Ohne Eyeliner geht gar nichts

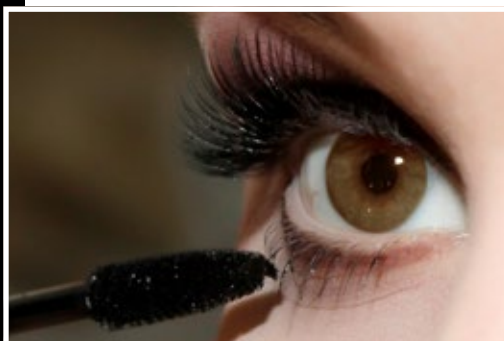
War der Eyeliner bisher nur eine Empfehlung, so avanciert er jetzt mit der Mund-und-Nasen-Maske zum absoluten Muss. Es gibt drei verschiedene Variationen, so René Koch:

Sanft wirkt diese Linie, wenn sie vom inneren bis zum äußeren Lidrand nah am oberen Wimpernrand gezogen wird.

Intensiv und elegant beeindruckt ein zweiter, etwas breiterer Strich ab Augenmitte über der ersten Linie.

Dramatisch und faszinierend ist diese Linie, wenn sie über den äußeren Augenwinkel hinaus gezogen und mit dem unteren Wimpernrand verbunden wird.

Wichtig: Unter den Augenbrauen wird wieder mit einem glänzenden Highlight-Shadow aufgehellt, der in fast allen Make-up-Kollektionen zu finden ist.



Interessant, so der Beauty-Experte, sind die neuen Wimperntuschen mit Shining- und Volumen-Effekt. Sie changieren zwischen Schwarz, Dunkellila und Darkbraun, damit der Blick noch intensiver und aufregender wirkt.

Ebenfalls erwähnenswert ist die neuartige Augenbrauenform, die einem globalen Modetrend unterliegt: dicht, schwungvoll, ausdrucksstark. Die Firma Tana bietet dafür ein Set mit Augenbrauenpuder und Schablonen.

Geradezu neu entdeckt haben junge Frauen für diesen Herbst/Winter Mützen und Hüte sowie handwerklich und regional gefertigten Designerschmuck. Also Mut zum Experiment – auch in Ihrem Viertel. ■



GALERIE SILBERSTEIN: EIGENKREATIONEN AUS EDELSTEINEN, PERLEN UND SILBER

Vor elf Jahren gründete Tatjana Romanenko-Daub einen kleinen Schmuckladen mit Eigenkreationen aus Edelsteinen, Perlen und Silber. Nach und nach vergrößerte sich das Team um weitere Designer und Goldschmiede. Inzwischen bietet die Galerie auch Anfertigungen sowie individuelle Ehe- und Siegelringe.

Das Besondere an dem Laden ist die große Auswahl an echten Edelsteinen in allen Farben. Die eigene Ohrhring-Kollektion ist legendär, und die Auswahl an Edelsteinketten reicht von A wie Aquamarin bis Z wie Zoisit. Von der Beratung bis zur Fertigung bekommst du hier dein ganz persönliches Schmuckstück.

Inzwischen ist Silberstein zur größten Schmuckgalerie im Kiez gewachsen und führt auch mehrere namhafte europäische Labels.

Seit Kurzem gibt es auch eine Männerkollektion mit Stein- und Lederarmbändern, Ringen, Ketten und Manschettenknöpfen in Silber.

Nicht nur wegen der großen Auswahl an Schmuck und Accessoires, sondern auch wegen der wechselnden Ausstellungen Berliner Künstlerinnen und Künstler ist die Galerie Silberstein immer einen Besuch wert.

Galerie Silberstein

Kollwitzstraße 92
10435 Berlin

Öffnungszeiten:
Di - Fr: 12 - 19 Uhr

silberstein-berlin.de



Taschen und Rucksäcke von TAUSCHE: WANDELBAR UND 100 PROZENT DEUTSCHLAND

Taschen und Rucksäcke von tausche sind dank eines Reißverschlusses wandelbar in ihrem Design. So brauchst du nicht mehrere Taschen, sondern nur eine – und diese passt sich allen Wünschen und Outfits an.

Du wählst aus einem von 600 Wechseldeckeln oder gestaltest dein individuelles Exemplar mit dem Deckeldesigner, bei dem jedes beliebige Motiv hochgeladen und als Wechseldeckel produziert werden kann. So kann jeder seine Tasche selbst designen, auch Unternehmen profitieren davon.

Alle tausche-Produkte werden in Deutschland genäht. Nachhaltigkeit und Langlebigkeit werden großgeschrieben, deshalb verwendet tausche robuste Materialien wie LKW-Plane und Cordura. In den letzten Jahren setzt tausche für seine Taschen und Rucksäcke auch nachhaltige Naturprodukte ein – wie beispielsweise Piñatex, das aus den Fasern der Ananas gewonnen wird. Außerdem nutzt tausche Zweite-Wahl-Materialien, wie z. B. Anschnallgurte, die fürs Auto nicht verwendet werden dürfen, aber als Tragegurt für Taschen allemal ausreichend sind.

Bei tausche gibt's also die perfekte Tasche oder den perfekten Rucksack fürs Büro, für Reisen, Einkäufe oder für den Sport, mit oder ohne Laptop, für das Wickelset oder die Kamera – wasserdicht und immer passend zum Look.

tausche

Raumerstraße 8
10437 Berlin
Tel.: 030-403 017 70

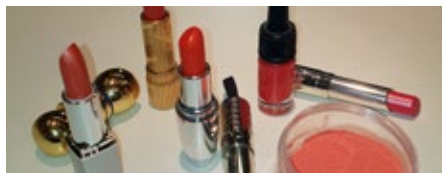
tausche.de

LIPPENSTIFTE

Trotz Maske lockt der Mund

Visagist René Koch resümiert: Niemand konnte ahnen, dass ein kleiner roter Winzling, in Seidenpapier eingewickelt, 1883 auf der Weltausstellung in Amsterdam der Öffentlichkeit vorgestellt, sich zum meistverkauften Beautyprodukt entwickeln würde: der Lippenstift!

Durch den Siegeszug des Kintopps, gewann der weiterentwickelte Lippenstift, jetzt mit Schiebemechanik, an Popularität, da viele Kinogängerinnen genauso aussehen wollten wie ihre geliebten Idole auf der Leinwand. Und das gilt bis heute. Mit dem modernen Dreh-



mechanismus und durch die riesige Farbauswahl gehört er zum Liebling der meisten Frauen. Dabei sagt eine soziologische Umfrage: Wer Lippenstift trägt, wird von einem Mann sieben Sekunden angesehen, Lippen-Nackedeis hingegen nur zwei Sekunden. Also fünf Sekunden Differenz, die entscheidend sein können für einen Flirt. Dabei wäre noch klarzustellen, dass die Mund- und Nasenmaske schließlich nicht permanent getragen wird. ■

Kurz und bündig ein paar **Fragen und die Antworten** vom Mister Lipstick, der dem Lippenstift sogar ein Museum gewidmet hat:

Was ist das Besondere am Lippenstift?

Obwohl er so klein ist, kann er sehr viel bewirken. Mit den unterschiedlichsten Farben kann „frau“ sich ganz schnell verändern: mondän, mädchenhaft, sportlich usw.



Das Pop-Duo Schwarzblood mit Sängerin Monella Caspar und Musiker Benny Hiller drehte das Video für den Song „Mein Lippenstift, ein süßes Gift“ in René Kochs Lippenstiftmuseum.

schwarzblood.com

lippenstiftmuseum.de



Trauen Sie sich!

Sie wollten nie **ne Lippe riskieren!**? Haben Angst, mit roten Lippen aufzufallen? Trauen Sie sich – Sie werden es nicht bereuen! Der Lippenstift macht aus jedem Fünkchen ein Feuerwerk von Selbstbewusstsein. Und das ist keine Frage des Alters, es ist eine Frage des Mutes.

Mehr zu Lippenkultur, Lippenschminke und -pflege in **René Kochs Beauty-Ratgeber** vom Buchverlag für die Frau, 12,90 €.



Welche Tipps können Sie unseren Leserinnen in Sachen Lippenstift geben?

„Roter Mund macht schmale Taille.“ Man(n) schaut dann eher ins Gesicht und übersieht die kleinen Pölsterchen und Hautproblemchen.

Wer kann welche Farbe tragen?

Blondinen steht am besten Coralle, Peach oder Rosérot. Brünetten steht Rosa, Flieder und Bordeauxrot. Schwarzhaarigen steht Aubergine, Shocking Pink und Knallrot. Rothaarigen steht Kupfer, Braun- bis Rostrot.

Muss Lippenstift zur Kleidung passen oder eher zum Hautton?

Der Lippenstift sollte zur Kleidung und zum Hautton bzw. der Haarfarbe passen. Es kommt auf das Gesamtbild an, auch der Anlass spielt eine Rolle.

Faustregel: Je später der Abend, desto kräftiger das Lippenrot.



Winterfrisurentipps

Rollkragenpullover, dicke Schals und hohe Kragen haben Hochsaison. Schlecht für mittellange und längere Haare, die im Winter langsamer wachsen, leider jedoch nicht gleichmäßig. Deshalb sehen die Haarspitzen oft „zippelig“ aus. Doch kein Problem, sagt Starcoiffeur Udo Walz: Dafür gibt es ja mich und die Schere.

Und deshalb sollte frau, um ihren professionellen Haarschnitt zu erhalten, alle vier bis sechs Wochen zum Nachschneiden gehen. Zum Reparieren von Spliss eignen sich Haarspitzenfluids, die es von preiswert bis exklusiv überall zu kaufen gibt.



von UDO WALZ

Zum Thema graue Haare, sagt Udo Walz: Auch die können schick aussehen – siehe Jane Fonda. Für die, die nicht „ergrauen“ möchten, gibt es mehrere Möglichkeiten: Renature-Colour (Naturfarben) geben die natürliche Haarfarbe zurück oder frau entscheidet sich für Farbe, Tönung oder Strähnchen. Dabei bekommen die Haare innerhalb von ca. 30 Minuten eine optische Verjüngungskur.

Für dunkle Haare eignen sich Strähnchen in Kupfer, Kastanie oder Mahagoni.

Blondinen rät er zu schokobraunen oder bernsteinfarbenen Reflexen. Wichtig, so der Starfriseur, spielerisch und experimentell mit seinem Aussehen umzugehen.

Sein Credo: „**Das Leben ist keine Generalprobe – also jetzt oder nie!**“



PARAPLUIE: TRAGBARE MODE MIT DEM GEWISSEN EXTRA

„Eleganz heißt nicht, ins Auge zu fallen, sondern im Gedächtnis zu bleiben.“
(G. Armani)

Dieser Satz beschreibt treffend das klare, durchdachte und feminine Design des

Berliner Modelabels. Die Marke parapluie steht für tragbare Mode mit dem gewissen Etwas und einer ausgesprochen qualitativen Verarbeitung.

Das Designerduo Tamer Osman und Anja Brüning entwirft mit seinen Kleidern, Röcken und Oberteilen, Kostümen und Anzügen

das Besondere für den Alltag urbaner Frauen. Hochwertige und langfristig geprüfte Materialien kommen hierbei zum Einsatz. Die zweimal jährlich erscheinenden Kollektionen werden mit großer Sorgfalt und viel Liebe zum Detail ausschließlich im parapluie-Atelier und in Berliner Werkstätten gefertigt.

parapluie

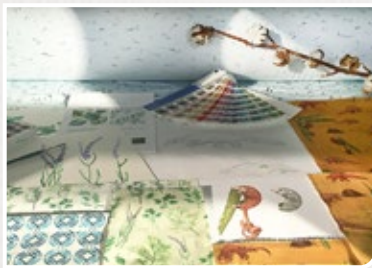
Brüning Osman GbR
Oderberger Straße 5
10435 Berlin

Öffnungszeiten:

Mo – Fr: 12 – 19 Uhr
Sa: 11 – 18 Uhr

parapluie-mode.com





BIOSTOFFE-BERLIN BY JULIE COCON: EXKLUSIVE OBERFLÄCHENDESIGNS, BIOSTOFFE UND ACCESSOIRES

Biostoffe-Berlin by Julie Cocon ist ein nachhaltiges Label für Oberflächendesign, bedruckte Biostoffe und Accessoires – qualitativ hochwertig und fair produziert. Hinter dem Designlabel steckt Textildesignerin und Gründerin Katrin Dauer, die unter dem Namen Julie Cocon ihre Lizenzarbeiten für Textildesigns entwirft, produziert und verkauft.

Mit viel Experimentierfreude erstellt sie ihre Oberflächendesigns für die Bereiche Kinder, Home und DOB. Der Anspruch von Biostoffe-Berlin by Julie Cocon ist es, Design und Kreativität mit nachhaltiger Stoffproduktion zu vereinen. „Schöne Textildesigns waren mir nicht mehr ausreichend“, so die Gründerin.

Sie möchte Unternehmen sowie Designerinnen und Designer darin unterstützen, ihre Druckstoffe nachhaltig produzieren zu lassen.

Deshalb bietet sie besondere Services: vom exklusiven Textildesign nach Kundenwunsch über das Druckmanagement auch kundeneigener Designs in einer GOTS-zertifizierten Druckerei bis zum Verkauf ihrer Eigenproduktion an Biostoffen.

Besuche im Atelier in Berlin sind nach vorheriger Terminabsprache möglich.

Biostoffe Berlin by Julie Cocon

Pankstraße 43
13357 Berlin

biostoffe-berlin.com



WINTERPFLEGE

Jetzt ist es wieder soweit: Heizungs-luft, trockene und sauerstoffarme Räume – das ist Gift für die Haut und ihren Stoffwechsel, denn dieser bedarf einer ständigen Zufuhr von Sauerstoff. Sicherlich geschieht dies hauptsächlich durch die Atmung über den Blutkreislauf, aber in geringem Maße auch über die Hautoberfläche. Ausgedehnte Spaziergänge, Gymnastik am offenen Fenster – überhaupt Wohn-, Schlafzimmer und Büroräume des Öfteren zu lüften, das sind die preiswertesten Varianten, seine Haut besser zu durchbluten. Dank neuester kosmetischer Entwicklung lässt sich die Sauerstoffzufuhr für das Organ Haut auch mittels Masken, Cremes und speziellen Extrakten, wie z. B. Hyaluron ankurbeln. Letzteres wirkt wie ein Wasserspeicher für die Haut.

So kommt die Haut auf Trab

Gönnen Sie sich, besonders jetzt in diesem Corona-Winter, wenigstens einmal pro Woche ein Gesicht- bzw. Körperpeeling. Wer wenig Zeit hat oder einfach zu bequem ist, eine Peeling-



Onlineberatung

Wenn es draußen stürmt und kälter wird, zeigen sich vermehrt rote Äderchen, sprich Couperose, auf Wangen und Nase. Da kann auch die Mund-und-Nasen-Maske nicht allzu viel helfen. Die Haut braucht zusätzlich Schutz durch ein schwitzfestes Spezial-Makeup (Camouflage und Fixierpuder).

Für alle, die zurzeit nicht außer Haus gehen wollen, hat René Koch eine **Online-Beauty-Sprechstunde** eingerichtet. Dort können sich Betroffene Rat holen, auch bei Pigmentflecken und Narben. Tel: 030/ 854 28 29

masse selbst anzurühren, kann auf Fertigprodukte der Kosmetikindustrie zurückgreifen, die in großer Auswahl mit unterschiedlichen Wirkstoffen (Algen, Enzyme, Heilerde, Schleifpartikel usw.) angeboten werden.

Wer Freude am do it yourself hat, wie Sängerin Nathalie Kollo auf dem Foto, kann sich ein Peeling leicht selbst herstellen: Man nehme einen Würfel Bier- oder Backhefe oder weiße Tonerde, gebe etwas Zitronen- oder Vanillearoma dazu und verrühre dies mit Mineralwasser zu einem streichfähigen Brei. Mit den Fingern großzügig über das Gesicht verteilen und nach 20 Minuten abwaschen. Für die Rubbelerei am Körper eignet sich grobes Meersalz, das mit einem feuchten Schwamm von Kopf bis Fuß verteilt wird, am besten unter der Dusche. Übrigens: Das macht auch zu zweit viel Spaß. Also Schönheitspflege im Duett, die eine etwas eingeschlafene Beziehung wieder ankurbeln kann. In solchen trüben Wochen wie im Moment sicherlich Labsal für Haut und Seele. ■



PAHL & BAUER: PERSÖNLICH UND NACH MASS

Bei Pahl & Bauer, im Herzen von Prenzlauer Berg, entsteht in angenehmer Atmosphäre die ganze Magie der Savile Row – ob Hochzeit, Business, Casual oder Kostüm. In der Maßschneiderei ist viel Zeit für persönliche Beratung.

Hierzu wurde der Service um

ein Schneideratelier und einen Herrenfriseur erweitert.

Zum Drink gibt es eine stilechte Rasur von Meisterbarber Felix „RUDEBOI“ und einen guten Männerschnitt. Währenddessen nimmt Frau Bauer, Schneidermeisterin mit mehr als 30 Jahren

Berufserfahrung, deine Reinigungs- und Änderungswünsche und sogar mögliche Neuanfertigungen von deinen Lieblingskleidungsstücken entgegen.

Die handwerkliche Raffinesse und Wertigkeit der Arbeit von Pahl & Bauer ist eng verknüpft mit der Verantwortung ihren Kunden gegenüber. Kundenzufriedenheit ist das Ergebnis eines hohen Maßes an Leidenschaft und Hingabe, die das Unternehmen vorlegt.

Pahl & Bauer

Oderberger Straße 55, 10435 Berlin

Tel: 0176 - 456 57 404

pahlundbauer.com



SUNNEVA: NACHTWÄSCHE UND HOMEWEAR

Sunneva steht für das süße Leben und das süße Nichtstun – und für nachhaltigen Luxus. Die Pyjamas, Nachthemden und Homewear-Pieces überzeugen mit liebevollen Details und klassischen Schnitten.

Fließend weiche und hoch-

wertige Materialien wie Seide, Tencel, Modal und Viskose sorgen für ein perfektes Tragegefühl. Die Stücke sind sorgfältig und aufwendig

verarbeitet, denn alles wird in eigener Werkstatt produziert. Im Laden in Berlin-Weißensee kannst du dir ansehen, wie die Sachen entstehen – und in das Gefühl von „la dolce vita“ eintauchen, das Sunneva mit seinen exklusiven Stücken vermitteln möchte.

Sunneva

Jacobsohnstraße 10, 13086 Berlin

Öffnungszeiten

Mo – Fr: 17 – 19 Uhr, Sa: 11 – 15 Uhr

sunneva.de



FORTSCHRITT-BERLIN: DER MUSTERBETRIEB

Der Mensch wurde Mensch, als er begann, Alltagsdinge mit Mustern zu verschönern.

Fortschritt-Berlin, das sind die Modestalterin Christiane Grafe und der Grafiker Robert Löffler.

Ihr Markenzeichen sind starke Muster, für die sie

sich quer durch Zeitalter und Kulturkreise inspirieren lassen, die sie adaptieren, abändern, modernisieren oder für die sie freie Entwürfe zeichnen, die sich in die traditionellen Musterlinien harmonisch einpassen. Quellen ihrer Inspiration sind alte Naturvölkermuster, Bauornamente aus Orient und Okzident, historische Kimonos und Stilepochen wie Bauhaus und Konstruktivismus. Aufnahme in die Kollektion finden nur Muster, die stark genug

sind, Flächen spannend zu füllen, ohne füllende Beimuster. So entstehen durchdachte Dessins für Erwachsene ohne grafischen Schnickschnack.

Christine Grafe und Robert Löffler übersetzen Klassisches in Modernes und schaffen damit Zeitloses. Bei der Materialwahl setzen sie konsequent auf hochwertige Naturmaterialien mit GOTS- oder ÖkoTex100-Zertifikat. Kompromisslos sind sie bei der Wahl ihrer Hersteller: Sie müssen höchste Qualität liefern und in Deutschland produzieren.

FORTSCHRITT-BERLIN

Lottumstraße 7, 10119 Berlin

Öffnungszeiten

Mo – Fr: 12 – 19 Uhr

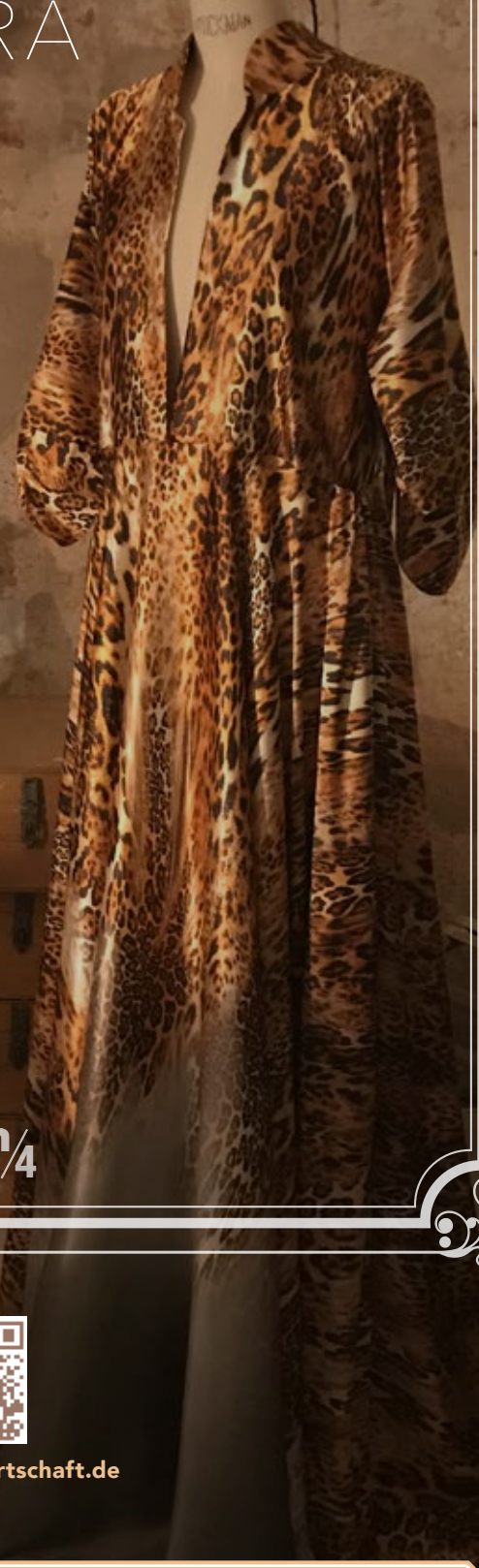
fortschritt-berlin.com



FASHION

EXTRA

AUS MITTE & PANKOW



mein/4



www.pankow-wirtschaft.de

Gefördert durch:



Senatsverwaltung
für Wirtschaft, Energie
und Betriebe



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds für
Regionale Entwicklung

