

Der Jugend eine Chance In Berlin hagelt es Nachwuchspreise für Modestudenten

Am Samstag abend führen die Limousinen am Kaufhaus des Westens vor. Karstadt-Chef Thomas Middelhoff, der mit dem größten deutschen Kaufhaus auch im Luxussegment mitspielt, präsentierte in einer Modenschau junge Designertalente - und verlieh dem Konzern zum 125. Geburtstag ein bißchen Zukunft. Sogar Otto Normalberliner konnten teilhaben: Der Backstage-Bereich lag gleich hinter den Schaufenstern. Die vier Modemacher Aimee McWilliams, Maria Chiara Dal Collo, Tim van Steenberg und Gaspard Yurkievich werden aber nicht, wie so häufig in der Mode, wie Raketen gezündet, um schnell zu verglühen - bis August dürfen sie sich im KaDeWe präsentieren. Auch dem Kaufhaus nützt es: So zieht es Trendsucherinnen an, denen Dior und Louis Vuitton allzu altbekannt sind.

In der Mode hagelt es Preise wie nie. Wer das Studium an einer der sieben Berliner oder der mehr als hundert deutschen Modeschulen abschließt, kann sich vor Förderung bald kaum noch retten. So hat auch die Stiftung Deutsche Bekleidungsindustrie (von Klaus Steilmann gegründet) ihr Förderprogramm neu aufgelegt. Joachim Schirrmacher vom Vorstand der Stiftung warb auf der Kreativtagung des Deutschen Modeinstituts am Donnerstag in Berlin dafür, solche Preise als Investition, nicht als Almosen zu begreifen. Junge Designer müßten viel investieren - in Stoffe, Ateliers, Mitarbeiter. "Die Markteintrittsbarrieren sind hoch." Daher sei es sinnvoll, mit kostenlosen Ateliers, Praktika, Muster- und Kleinserienfertigung sowie Existenzgründerkrediten zu helfen. Wegen der chinesischen Konkurrenz wachse der Druck auf die Marken, kreativ zu sein. Mit Preisen holt man sich Jugendlichkeit fast umsonst ins Haus. Dieses Jahr haben Madeleine Einhoff und Bianca Koczan vom Stiftungsgeld profitiert. Koczan zum Beispiel erhielt 3000 Euro und ein sechsmonatiges Praktikum bei René Lezard. Die neugewonnenen Kontakte helfen der Karriere.

Berlin stellt sich mit Modenschauen und Galas gern als deutsche Modehauptstadt dar. Daher sprudeln nun neben Preisen von Champagnermarken ("Moët & Chandon Fashion Debut") und Bierbrauern ("Beck's Fashion Award") die Auszeichnungen von Schulen und Geschäften: Die Esmo-Schule wird Jungdesignern drei Jahre lang kostenlos fünf Ateliers zur Verfügung stellen. Das Design-Netzwerk "create berlin" zieht Modemacher zu Umsatzbringern heran - und stellt sie in Mailand und Tokio vor. Trendgeschäfte wie Berlinomat oder die Galeries Lafayette machen gar keine schlechten Umsätze mit No-names. Kein Wunder, daß auch Modemessen wie die "Premium" Werbe- und Standflächen zur Verfügung stellen. Und das Land Berlin, chronisch klamm, will immerhin die Existenzgründerförderung stärker aufs Design ausrichten. Aber wird das alles auch helfen? Anzeichen dafür gibt es: Kristina Schneider, die den "Apolda Design Award 2005" gewann, arbeitet heute im Designteam von Akris in St. Gallen. Und das Berliner Designerduo "c.neon", in Hyères ausgezeichnet, zeigt erfolgreich auf der London Fashion Week. Plötzlich und unerwartet sind deutsche Designer international stark vertreten - und auch das ist neu in der Mode.

kai.