

NICO

Alte Liebe

Ausgabe 2
Fall 2021

STYLE

Lieblinge aus
zweiter Hand

ICON

Für immer
Punk

FILM

Lektionen fürs
Leben

CAMPUS

Looks für die
Online-Lehre



NICO

NICO

EDITORIAL

Wie es wurde, was es ist ...

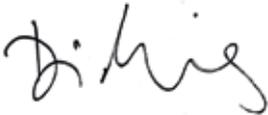
Auch die zweite Ausgabe der NICO entstand im Lockdown. Redaktionskonferenzen fanden online statt, Interviews wurden virtuell geführt, Fotos mussten zu Hause mit dem Handy geschossen werden – alles klappte unproblematisch und war eigentlich schon Routine. Doch etwas war anders. Nachdem wir das Thema Covid-19 aus der ersten Ausgabe der NICO noch bewusst ausgeklammert und uns stattdessen auf das konzentriert hatten, was uns in dieser Zeit Kraft gab und inspirierte, stand diesmal schnell fest: die Pandemie muss mit ins Heft.

Denn trotz aller Schwierigkeiten hat die zurückliegende Zeit der Einschränkungen auch Positives bewirkt. Viele haben Schränke ausgemistet und Konsumgewohnheiten überdacht. So steht das Dachthema der neuen NICO »Alte Liebe« für ein lange überfälliges Umdenken in der Modebranche. Es entstanden Texte über Lieblingsstücke, die Generationen überdauern, Vintage-Shopping und Upcycling. Wir sprachen mit Expert:innen, Student:innen und Nachwuchsdesigner:innen darüber, wie man weiterhin Spaß an der Mode haben kann, ohne unserer Umwelt damit zu schaden.

Denn trotz aller Schwierigkeiten hat die zurückliegende Zeit der Einschränkungen auch Positives bewirkt. Viele haben Schränke ausgemistet und Konsumgewohnheiten überdacht. So steht das Dachthema der neuen NICO »Alte Liebe« für ein lange überfälliges Umdenken in der Modebranche.

»Alte Liebe« steht aber auch für Filme, Menschen, Ideen und Ästhetiken, die uns auch nach Jahrzehnten immer wieder begeistern und auf unserem Weg in die Zukunft begleiten.

Viel Freude beim Lesen!



Prof. Dr. Diana Weis

CONTRIBUTORS

Christopher Cakmak (21), hat durch klassische Mafia-Filme gelernt, worauf es im Leben ankommt – und wie man in jeder Situation perfekt gekleidet ist.



Greta Marie Jacobson (19), schreibt über ihr ungetragenes Abiballkleid und das Verhältnis zu ihrer prominenten Namensvetterin.



Pauline Clauß (18), schreibt über ihre Liebe zu Vintage-Mode und den 1980er-Kultfilm »Pretty in Pink«.



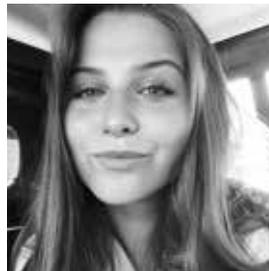
Sophie Mukadi (20), schreibt über Luxusmode aus zweiter Hand.



Olivia Lewis (21), begibt sich zurück in die wilde Disco-Zeit ihrer Mutter und stellt Hand-me-downs vor.



Nina Hambruch (20), war schon bei der ersten Ausgabe der NICO dabei und unterstützte die Redaktion mit zwei Interviews zur aktuellen b.a.r.e.-Kollektion.





Paloma Schneider-Lopez (20), erforscht den Zusammenhang zwischen Mode und Macht befragte drei Modedesign-Absolventinnen zu ihren Abschlusskollektionen.



Valentina Marie Semler (22), wünscht sich zurück in die 1960er-Jahre und sprach mit BSP-Studierenden über ihre Lockdown-Looks.



Greta-Josefine Wessels (22), zeigt Tricks für's Upcycling und fragte ihre Oma nach Schönheitstipps.

Jil-Naja König (20), interviewte für die NICO den Designer Maximilian Rittler und plädiert in ihrer Kolumne dafür, alten Kleider eine zweite Chance zu geben.



Franziska Zeimentz (19), erklärt, warum guter Stil nicht immer bedeuten muss, sich das Neueste zu kaufen, und wie man mit alten Klamotten Geld verdienen kann .

CONTENT

KOLUMNE

Seite 08
Zweite Chance
Jil Naja-König

STYLE

Seite 11
Brautkleid, ungetragen
Greta Marie Jacobson

Seite 25
Neues Leben für alte Kleider
Pauline Clauß, Sophie Mukadi &
Franziska Zeimentz

Seite 51
Stilikone: Mama
Olivia Lewis

Seite 68
Stich für Stich
Greta-Josefine Wessels

CAMPUS

Seite 14
»Endlich wieder auftakeln«
Greta Marie Jacobson & Valentina Marie Semler

Seite 36
Kreativität auf Distanz
Nina Hambruch

TALK

Seite 18
»Wir wollen wieder stolz sein auf die
Modebranche«
Interview mit Carl Tillessen

Seite 61
»Wer näht, braucht keine Therapie«
Interview mit Sebastian Rittler
Jil-Naja König

Seite 76
Naturtalente
Jil-Naja König & Paloma Schneider-Lopez

BEAUTY

Seite 30
Frisch wie Oma
Greta-Josefine Wessels

ICON

Seite 32
Eine wie keine
Jil-Naja König

ESSAY

Seite 46
Hosen an!
Paloma Schneider-Lopez

Seite 71
Mein persönliches Utopia
Valentina Marie Semler

Seite 82
Von Greta zu Greta
Greta Marie Jacobson

FILM

Seite 66
Rebellin in Rosa
Pauline Clauß

Seite 86
Was wirklich zählt
Christopher Cakmak

MEDIA

Seite 74
Komm zurück, Carrie!
Franziska Zeimentz



Zweite Chance

Text: Jil-Naja König

Illustration: @w.underconstruction

Was haben neue Kleider und die Liebe gemeinsam? Am Anfang ist es immer aufregend. Wer mehr will als einen schnellen Flirt, muss Arbeit investieren. Doch die Mühe zahlt sich aus.

Im Prinzip fängt es doch immer gleich an. Wir surfen im Internet und wollen erstmal »nur gucken«. Und plötzlich: SCHOCKVERLIEBT. Wir können uns unser Leben nicht mehr ohne diesen Man(n)tel vorstellen. Also ab in den Warenkorb und bestellt. Man wartet nur darauf, bis man ihn das erste Mal sieht und anziehen kann. Es fühlt sich an, als hätte man Schmetterlinge im Bauch, ja wie verliebt sein – man ist überglücklich und zugleich total aufgeregt. Passt er überhaupt zu mir? Wie fühlt er sich an? Er darf aber nicht nur gemütlich sein. Er muss wandelbar sein, so dass ich mit ihm am Tag entspannt über den Flohmarkt schlendern, aber auch am Abend ganz schick in ein romantisches Restaurant gehen kann.

Dann ist er plötzlich da und ich kann ihn endlich auf der Haut spüren ... wie für mich gemacht! Schwarzes, weiches Leder, drei große Knöpfe, ein passender Gürtel, der mir eine Sanduhr-Silhouette auf den Leib zaubert, und ein schmeichelhafter, weich fallender Reverskragen. Die ersten Wochen vergehen wie im Traum, mir ist nie kalt, ich bekomme viele Komplimente und trotz der ein, zwei Wohlfühlpfunde passt er mir immer noch wie angegossen.

Dann, ganz langsam, schleichend, mehrere Flohmärkte und Restaurantbesuche später, löst sich die Naht auf und das Innenfutter guckt raus, auch die Knöpfe werden lose, ständig habe ich Angst, dass beim nächsten Mal anziehen einer abfällt. Also weg damit und her mit einem Neuen. Immerhin haben auch andere Läden schöne Mäntel, nicht wahr?

Dann, ganz langsam, löst sich die Naht auf und das Innenfutter guckt raus, auch die Knöpfe werden lose, ständig habe ich Angst, dass beim nächsten Mal anziehen einer abfällt. Also weg damit und her mit einem Neuen. Immerhin haben auch andere Läden schöne Mäntel, nicht wahr?



Doch irgendwo war er schon ein Glücksgriff, noch Wochen später dachte ich viel zu oft und vor allem in den ungünstigsten Momenten an die schönen Tage zurück, vor allem wenn ich den anderen Mantel trage, der mir zwar auch gut steht, jedoch kein Vergleich zum ehemaligen Lieblingsstück ist. Vielleicht wäre es eine Überlegung wert gewesen und ich hätte andere Knöpfe ran genäht und einen Flicker über die offene Stelle im Innenleben genäht, das hätte ihn einzigartig gemacht und dem Ganzen einen neuen Schliff verpasst.

Es scheint mit zu den durchaus kniffligsten Entscheidungen zu gehören: »Behalten oder weghauen?«, gleich nach der Frage: »Bin ich das überhaupt?«. Natürlich erweitert sich unser Bewusstsein mit dem Alter, wir werden reifer und machen nicht mehr jeden Trend mit, da wir wissen, was wir wollen und was uns steht. Die Welt, in der wir leben, ist so schnelllebig, dass das Lieblingsteil von heute der Müll von morgen ist. Wir schmeißen Dinge viel zu schnell weg und halten nach Neuem Ausschau. Nach etwas, das und wieder Schmetterlinge im Bauch fühlen lässt. Denn Altes zu reparieren kostet Arbeit, das stresst uns nur überflüssig. Dabei ist die Arbeit, die wir aufbringen müssen, um die Knöpfe wieder dran zu nähen und das Futter zu stopfen, eigentlich Liebe. Die Liebe, die uns mit dem Mantel verbindet, die Abende, an denen er uns warmhielt, er uns richtig gut fühlen ließ. Und genau das ist der Punkt: Man muss in Liebe investieren. Soll etwas erhalten bleiben, muss man Arbeit reinstecken. Diese Liebe hat eine zweite Chance verdient.



STYLE

Ballkleid, ungetragen

Text: Greta Marie Jacobsen

Der Abi-Ball sollte zugleich ein Ende und ein Anfang sein. Belohnung für die Entbehrungen der Schulzeit und Startschuss in ein neues Leben voller Reisen und Abenteuer. Dann kam Corona. Über ein Jahr später wartet unsere Autorin immer noch darauf, dass es endlich losgeht.

Es hängt immer noch in meinem Schrank. Ungekürzt und ungetragen, ohne Bierflecken oder daran klebende Grashalme des Rugby-Felds. Und das Schlimmste ist: das Kleid, das ich mir für meinen Abi-Ball gekauft habe, trägt keine Erinnerungen an die letzten Jahre meiner Schulzeit in England, die mir alles abverlangten. Ich verbrachte fast jede freie Minute mit Lernen und schaffte es doch, unglaublich tiefe Freundschaften zu schließen. Wir litten gemeinsam, lachten gemeinsam und hatten neben den unzähligen Stunden am Schreibtisch die Zeit unseres Lebens. Nachts, während die gesamte Schule schlief, brachen wir die Fenster unserer Zimmer auf und trafen uns. Wir schlichen uns am Wochenende, wenn die Lehrer ihre Aufsicht durch ihre eigene unbändige Müdigkeit vernachlässigten, in die Zimmer der Jungs, was natürlich streng verboten war. Gemeinsam gaben wir alles, um uns für einen kleinen Moment normal und wohl zu fühlen.

Wir planten Reisen, um uns nach den Klausuren zu belohnen. Meinen achtzehnten Geburtstag wollten wir zusammen in Indonesien feiern und von dort aus weiterreisen, verschiedene Festivals und vor allem die zu Hause unserer internationalen Freunde besuchen, mit denen wir bereits so viele Erinnerungen teilten. Meine Vorfreude auf diese Zeit wuchs ins Unermessliche, ich konnte es kaum erwarten, all die Stunden am Schreibtisch von mir zu schütteln und meine Schuluniform am Ende des Sommers gegen mein Abiball-Kleid zu tauschen. In den letzten Monaten der Schulzeit fieberten alle auf den Abschlussball hin. Es sollte der krönende Abschluss unserer gemeinsamen Zeit werden. Ganz traditionell englisch war die Feier als rauschendes Fest bekannt, nach dem Jahr für Jahr Lehrer und Schüler, die ein paar Pints zu viel hatten, einander taumelnd nach Hause tragen mussten.

In den letzten Monaten der Schulzeit fieberten alle auf den Abschlussball hin. Es sollte der krönende Abschluss unserer gemeinsamen Zeit werden.

Mein Kleid hatte ich durch Zufall in einem kleinen Laden gefunden und es mit einem seligen Lächeln in meinen Schrank gehängt, in der Vorfreude auf den Abend, an dem ich es tragen und die letzten Erinnerungen meiner Schulzeit, die ich damit machen sollte. Etwa einen Monat danach, kurz vor den Klausuren, für die wir seit zwei Jahren lernten, fand ich mich inmitten meines Zimmers wieder, zwischen all meinen über

die Jahre angesammelten Sachen, welche ich willkürlich und ungläubig in Tüten verpackte, die ich nach und nach auf den Dachboden schleppte. In meinen Koffern war lediglich Platz für ein paar Klamotten und die vielen Bücher und Ordner mit Schulstoff. Ich konnte und wollte nicht glauben, dass ich einfach so gehen sollte, dass es das Ende der Zeit war, in der ich so hart arbeitete wie nie zuvor und auf deren Ende ich seit dem Beginn sehnsüchtig wartete.

Voller Leichtsinn und Verzweiflung trafen wir uns in dieser letzten Nacht, kurz bevor wir alle auf verschiedene Flieger verteilt in verschiedene Länder zurückfliegen würden, bereits um kurz nach Mitternacht draußen, anstatt wie sonst bis zwei Uhr morgens zu warten, damit uns sicher niemand uns sehen würde. Keiner von uns sprach es aus, aber wir hatten alle große Angst, dass es das letzte Mal sein würde. Wir kletterten aufs Dach der Bibliothek und sahen von dort oben aus all die Wege, die wir in den letzten Jahren hunderte Male gegangen waren, die wir verflucht hatten und nun vermutlich für lange Zeit nicht mehr gehen würden. Wir zwängten uns durch das Zimmerfenster eines Freundes, tranken den letzten Alkohol und versteckten danach die Flaschen, wie immer. Doch diese letzte Nacht war nicht wie immer, denn niemand von uns ging schlafen, viele mussten bereits am frühen Morgen zum Flughafen. Übermüdet schleppte ich mich zu meinem letzten Schultag, nur einer meiner Freunde war noch mit dabei und auch ihm ging es schlecht. Restalkohol gemischt mit Angst und Sentimentalität taten uns nicht gut. Es war ein schrecklicher Tag. Und als wäre das nicht schlimm genug gewesen, gab es auch noch Fisch-Risotto zum Mittagessen. Was neben dem Inneren eines Flugzeugs nach Hause wirklich das Letzte war, was ich an diesem Tag sehen (und riechen) wollte.

Seitdem ist mehr als ein Jahr vergangen. Die meisten meiner Freunde habe ich nicht wiedergesehen und meine Sachen liegen noch immer auf dem Dachboden meines Boarding-Hauses. Mittlerweile habe ich beinahe vergessen, was es genau ist, das dort bisher vergeblich auf mich wartet. Die Tränen der Ungewissheit, die meine Augen bei den flüchtigen Verabschiedungen meiner übrig gebliebenen Freunde füllten, habe ich nicht vergessen. Wir nahmen alle an, dass wir wiederkommen, die Klausuren schreiben würden, nochmal gemeinsam feiern könnten und uns danach richtig verabschieden.

Das Kleid, das ich am letzten Abend meiner Schulzeit tragen wollte, und das wie ein Gefäß für all die Emotionen und Erinnerungen sein sollte, bricht mir mit seinem wunderschönen, unschuldigen Anblick das Herz.

Doch es war das letzte Mal, dass ich auf den ungemütlichen Holzstühlen sitzend in meinem Fisch-Risotto herumstochern und meinen Freunden ihre Salzpakete klauen sollte, bevor ich mich für eine lange, ungewisse Zeit von ihnen verabschieden musste, ohne Abi-Ball und natürlich ohne Reise nach Indonesien. Und das Kleid, das ich am letzten Abend meiner Schulzeit tragen wollte, und das wie ein Gefäß für all die Emotionen und Erinnerungen sein sollte, bricht mir mit seinem wunderschönen, unschuldigen Anblick das Herz, anstatt mich mit Glück zu erfüllen.

Wenn ich dafür doch noch die Chance bekommen könnte, mich wie geplant von meinen Freunden zu verabschieden, würde ich mir sogar freiwillig drei Tonnen Fisch-Risotto einverleiben. Und das will was heißen.



Endlich wieder auftakeln

Interviews: Greta Marie Jacobson und Valentina Marie Semler

Im Lockdown lag die Mode brach, nur die Absatzzahlen von Jogginghosen stiegen. Wir wollten wissen, wie sich der Look der stylischen Studierenden der Fakultät Creative Business in dieser Zeit verändert hat. Über neugefundenes Selbstbewusstsein, die Sehnsucht nach Partykleidern und peinlichen Erlebnisse im Online-Seminar.

Hanna (19), 4. Semester Modemarketing

Würdest du dich für den Präsenzunterricht anders anziehen als für Online-Vorlesungen?

Ja, auf jeden Fall. Ich finde, wenn man ein Fach mit Mode studiert, dann hat man einfach immer ein bisschen den Druck, sich cool anzuziehen. Gerade hier in Berlin, wo sowieso viele stylische Leute raumlafen. Irgendwo will man da ja auch mithalten. Zuhause ist mir das dagegen eigentlich völlig egal. Zum Glück ist unser Kurs da auch recht entspannt.

Hat die Corona-Mode auch Auswirkungen auf deinen Arbeitsethos?

Durch die Online-Lehre muss man sich viel stärker selbst motivieren. Es ist schwer, produktiv zu bleiben, wenn man den ganzen Tag zu Hause sitzt. Die Online-Vorlesungen sind kein Ersatz für das Leben auf dem Campus, mir fehlt einfach der direkte Austausch mit anderen.

»Wenn man ein Fach mit Mode studiert, dann hat man irgendwo einfach immer ein bisschen den Druck, sich cool anzuziehen.«



»Das einzig Gute an Corona? Dass es mir endlich egal ist, was andere über meinen Stil denken.«



Mona (20), 4. Semester Modejournalismus

Wie hat dein Stil sich durch Corona verändert?

Ich hatte anfangs totale Angst davor, an eine private Uni zu gehen, weil ich dachte, dass dort alle wie frisch vom Laufsteg rumlaufen. Deshalb habe ich versucht, mich daran anzupassen, was allerdings überhaupt nicht zu mir gepasst hat. Seit Corona habe ich stilbezogen eine 180-Grad-Wendung gemacht. Ich trage jetzt Sachen, die mir gefallen und stehe endlich dazu, dass ich gerne baggy Jeans und Oldschool-Sneaker trage. Das war für mich das einzig Positive an Corona. Dass es mir endlich egal ist, was andere über meinen Stil denken.

Nimmst du dieses neue Selbstbewusstsein auch mit auf den Campus?

Ja, denn meine Mentalität hat sich während der Pandemie total verändert. Ich muss nicht mehr perfekt aussehen und habe trotzdem das Gefühl, von anderen angenommen zu werden. Es ist mittlerweile total in Ordnung, Schlabbersachen zu tragen, ungeschminkt zu sein oder am Ende der Krise ein paar Kilos mehr zu wiegen, denn wir sind alle gleichermaßen deprimiert.

Andererseits finde ich das auch schade, denn es macht mir eigentlich Spaß, mich zu schminken und mir die Haare zu machen. Wenn wir ehrlich sind, ziehen wir uns doch nicht schön an, um uns dann allein zu Hause vor den Spiegel zu stellen. Wir wollen bewundert werden und uns hübsch und angeschaut fühlen. Die Motivation dafür fehlt jedoch während der Pandemie, und das macht mich traurig.

Welchen Einfluss hat die Online-Lehre auf deinen Tagesablauf?

Ich gehe viermal die Woche arbeiten, daher hat die virtuelle Lehre es für mich nicht wirklich einfacher gemacht. Außerdem fehlt mir der soziale Aspekt des Studierens. Ich will nicht nur vor meinem Laptop sitzen und mit der Kamera reden. Ich hoffe so sehr, dass wir bald wieder Unterricht vor Ort erleben können!

Janne (21), 4. Semester Modemarketing

Kaufst du dir heute andere Klamotten als vor der Pandemie?

Ich habe während der Quarantäne mehr Geld für Kleidung ausgegeben als je zuvor. Es gab so gute Deals, da konnte ich einfach nicht widerstehen. Erstmals habe ich ordentlich Loungewear aufgestockt, weil ich davon vorher eher wenig besessen habe. Aber ich habe auch Partyklamotten bestellt, weil ich es kaum erwarten kann, mich endlich mal wieder schick zu machen.

Hatte Corona auch Einfluss auf deinen Offline-Stil?

Ja, definitiv. Ich finde diese Lounge-Sets total schick und trage sie deshalb auch auf der Straße. Das war sogar das erste Mal, dass ich in Berlin mit Jogginghose rausgegangen bin.

Hat die Jogginghose auch Einfluss auf dein Arbeitsethos?

Ich denke, dass mein »Faulheitsgrad« definitiv gestiegen ist. Zu Beginn der Krise war ich total froh, dass ich zwei Mal die Woche arbeiten gehen konnte. Mit der Zeit habe ich mich dann aber total an die virtuellen Vorlesungen gewöhnt und fand es teilweise anstrengend, überhaupt rausgehen zu müssen. Trotzdem freue ich mich total darauf, mich endlich wie der aufzutakeln zu können.

»Ich kann es kaum erwarten, mich endlich wieder schick zu machen.«



»Mir gefällt dieser Look, weil man nicht groß nachdenken muss, bevor man das Haus verlässt.«



Ellen (24), 6. Semester Modemarketing

Kleidest du dich zu Online-Vorlesungen eher gemütlich?

Definitiv. Anfangs hatten die meisten ihre Kameras auch gar nicht angeschaltet. Dann ist man direkt aus dem Bett gekommen und hat sich gar nicht groß umgezogen. Einmal kam ich gerade aus der Dusche und hatte noch immer das Handtuch auf dem Kopf, als ich die Kamera dann doch anschalten musste. Das war natürlich nicht so toll.

Gibt es bei den Modestudiengängen an der BSP einen großen Unterschied zwischen Online- und Präsenzvorlesungen?

Mittlerweile geben viele sich auch für die Online-Vorlesungen richtig Mühe mit ihrem Outfit oder dem Make-up. Allerdings macht es in der Präsenzlehre mehr Spaß. Schließlich möchte man ja auch etwas von den Leuten zurückbekommen. Zum Beispiel, dass einem gesagt wird: »Oh, tolles Outfit« – das passiert in der Online-Lehre halt weniger.

Würdest du sagen, dass sich dein Style durch Corona verändert hat?

Ich bin auch schon vor Corona in der Jogginghose mit meinem Hund rausgegangen. Aber durch Social Media ist dieser Schlabber-Look jetzt zum Trend geworden, weil alle Influencer auf einmal nur noch lässige Outfits gepostet haben. Unbewusst hat mich das sicher beeinflusst. Mir gefällt dieser Look, weil man nicht groß nachdenken muss, bevor man das Haus verlässt.

Wir wollen wieder stolz sein auf die Modebranche

Interviews: Christopher Cakmak, Pauline Clauß, Greta Marie Jacobson, Jil-Naja König, Sophie Mukadi, Paloma Schneider-Lopez, Valentina Marie Semler, Greta-Josefine Wessels und Franziska Zeimentz

Carl Tillessen leistet Aufklärungsarbeit in Sachen Mode. In seinem Bestseller »Konsum. Warum wir kaufen, was wir nicht brauchen« erklärt er, warum unser Kaufverhalten nicht nur dem Planeten schadet, sondern auch uns selbst. Wir wollten von ihm wissen, was wir besser machen können. Ein Gespräch über die Psychologie des Shoppings.

NICO: Wieso ist unser Konsumverhalten ein Problem?

CT: Konsum an sich ist unvermeidlich. Wir müssen Dinge kaufen, die wir nicht selber herstellen können. Es geht natürlich um Überkonsum. Vieles, was uns heute ganz normal vorkommt, ist in Wirklichkeit ein Riesenproblem. Zum Beispiel kaufen wir heute neunmal so viel Kleidung wie vor 50 Jahren. In meinem Buch frage ich, wie es so weit kommen konnte. Woran liegt das eigentlich, dass unser Konsum so enorm zunimmt, obwohl unsere Bedürfnisse sich eigentlich gar nicht so großartig geändert haben?

NICO: Sie bezeichnen Konsum als eine Sucht. Müssen wir jetzt alle in Therapie?

CT: Ich kann total gut verstehen, wenn man das im ersten Reflex von sich weist und für übertrieben hält. Es ist aber keine steile These von mir, sondern einfach der Stand der Wissenschaft. Aber indem wir unser Konsumverhalten als sympathische, kleine Schwäche verharmlosen, berauben wir uns leider auch der Chance auf Heilung. Die Diagnose Sucht macht deutlich, dass es dafür mehr braucht, als einfach nur einen guten Vorsatz. Das ist vergleichbar mit jemandem, der besoffen an Silvester schreit: »Ich höre auf zu rauchen.« Wirklich schaffen wird es nur derjenige, der es sich in einem nüchternen Moment vornimmt und sich auch einen Plan macht. Und genauso ist es eigentlich auch mit unserem Konsum. Also ja, ist da eine Art Therapie angebracht.

NICO: Und wie könnte diese Therapie aussehen?

CT: Wie therapiert man Süchte? Der erste Schritt ist, sich rational bewusst zu machen, dass eine Sache nicht gut für einen ist. Dadurch fällt es einem auch emotional leichter, darauf zu verzichten. Wichtig ist natürlich auch, sich klar zu machen, welche Funktion diese Sucht für mich hat und wodurch ich das ersetzen kann. Dem Methadon-Gedanken zufolge muss man sich etwas suchen, was die Lücke füllen kann, die der Verzicht auf Konsum hinterlässt. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, das schrittweise zu tun, welche ich auch zum Teil in meinem Buch aufzähle. Zum Beispiel, sozialen Druck aufzubauen. Das funktioniert wie bei einer Diät: anstatt sich zu Hause allein auf die Waage zu stellen, geht man zu einem Treffen und dann wiegt man sich gemeinsam. Diese soziale Komponente motiviert zusätzlich, die eigenen Vorsätze einzuhalten. Und solche Tricks können wir eben auch anwenden, um unseren Konsum zu verbessern.



»Auf Social Media sind wir gleichzeitig Täter und Opfer. Der Konsum der anderen gibt uns das Gefühl, dass wir da jetzt mithalten sollten. Und umgekehrt stimulieren wir mit dem, was wir posten, den Konsum anderer Leute.«

NICO: Was haben Sie persönlich an Ihrem Konsumverhalten geändert?

CT: Ich wusste natürlich schon vor der Arbeit an dem Buch, dass es nicht gut ist, sich immer wieder neue Sachen zu kaufen und dann wegzuschmeißen oder Fast-Fashion-Ketten zu unterstützen, die ihre Näherinnen schlecht bezahlen. Das weiß eigentlich jeder.

Trotzdem, wenn man sich das alles nochmal in seiner ganzen Tragweite bewusst macht, passiert etwas mit einem. Bei meiner Kleidung hatte ich auch schon vorher darauf geachtet, dass ich sie in einem vernünftigen Laden kaufe, zu einem vernünftigen Preis – so dass es zumindest den Anschein hat, dass sie unter vernünftigen Bedingungen hergestellt wurde. Bei Kleinigkeiten gab es aber immer wieder Momente, wo ich gesagt habe:

»Jetzt geht es gerade nicht.« Zum Beispiel, wenn ich an einer Autoraststätte war und Hunger hatte, bin ich dann auch mal zu McDonalds gegangen. Heute bin ich da konsequenter. Das ist der Unterschied, den das Buch für mich gemacht hat.

NICO: Wie kann man denn gegen den täglichen Konsum ankämpfen, wenn man jeden Tag mit Sonderangeboten oder Rabatten überhäuft wird? Haben Sie da einige Tipps?

CT: Zunächst muss man unterscheiden, ob man etwas wirklich braucht – wie einen Müllbeutel oder eine Rolle Klopapier – oder ob es sich um einen Lustkauf handelt. Dann sollte man sich ein paar einfache Fragen stellen: »Geht es mir jetzt um dieses Produkt oder will ich mit dem Kauf nur meine Stimmung regulieren?« Denn das ist es ja, was wir oft tun. Wir kaufen Dinge nicht, weil wir sie brauchen oder haben wollen, sondern nur, weil es unsere Laune hebt. Die zweite Frage wäre: »Will ich dieses Objekt jetzt nur kaufen oder will ich es auch tatsächlich besitzen und benutzen?« Und auch da stellt man, glaube ich ziemlich schnell fest, dass man bestimmte Dinge, die man sonst gekauft hätte, eben nicht kauft. Das wären so Basics für die konkrete Situation, wenn die Versuchung wieder da ist.

»Geht es mir jetzt um dieses Produkt oder will ich mit dem Kauf nur meine Stimmung regulieren?«

NICO: Gibt es einen Modetrend, den Sie niemals mitmachen würden?

CT: Ich bin gelernter Herrenmaßschneidermeister und denke, wenn man Kleidung mit seinen eigenen Händen gemacht hat, sieht man diese unweigerlich mit anderen Augen. Dann gibt es Dinge, auf die man blickt und sagt »Das hat für mich keinen Wert« – besonders aus der handwerklichen Sicht. Ich finde es oft respektlos, wenn Kleidung mutwillig zerstört oder kurzlebig hergestellt wird, obwohl sie langlebig sein könnte. Dagegen habe ich einen reflexartigen Widerwillen entwickelt, aus der Perspektive von jemandem, der Kleidung selbst genäht hat. Das kann ich nicht unterdrücken.

NICO: Sehen Sie einen Zusammenhang zwischen Social Media und Überkonsum?

CT: Ich will Social Media nicht verteufeln. Gerade in der Pandemie hat die digitale Kultur sich ja auch als großer Segen herausgestellt. Diese Plattformen ermöglichen es einem, mit Leuten in Kontakt zu bleiben, die man gerade nicht persönlich sehen kann. Aber Social Media hat auch unerwünschte Nebenwirkungen. Wir versuchen dort immer, uns von unserer besten Seite zu zeigen und auch unseren Lebensstil, der zum Großteil auf Konsum basiert, möglichst vorteilhaft zu präsentieren. Dabei sind wir gleichzeitig Täter und Opfer. Das heißt, der Konsum der anderen gibt uns das Gefühl, dass wir da jetzt mithalten sollten. Und umgekehrt stimulieren wir mit dem, was wir posten, den Konsum anderer Leute.

NICO: Sie arbeiten als Trendanalyst und sind Mitinhaber des Deutschen Mode-Instituts. Sprechen Sie mit Ihren Kolleginnen und Kollegen offen über die Themen Konsum und Nachhaltigkeit?

CT: Natürlich, das ist ein wichtiger Teil unserer Arbeit. Ich war eher darauf gespannt, wie unsere Beratungskundinnen und Firmen auf die Themen reagieren würden. Die Branche lebt ja eigentlich davon, dass Menschen Dinge kaufen, die sie nicht brauchen. Die Resonanz war aber erstaunlich positiv. Viele haben sich als junge Menschen für eine Karriere in der Modebranche entschieden, weil sie ihnen damals als etwas Schönes, Glanzvolles und Großartiges erschien – genau wie ich. In den letzten Jahren ist die Branche zurecht in den Fokus der Diskussion über Nachhaltigkeit und moderne Sklaverei geraten. Deshalb muss sich jetzt etwas ändern. Wir wollen wieder stolz sein auf die Modebranche.

NICO: Bis 2015 hatten Sie ihr eigenes Label Firma. Haben Sie dabei auch darauf geachtet, nachhaltig zu produzieren?

CT: Wir haben versucht, das einigermaßen richtig zu machen. Ich will mich aber nicht damit schmücken, wie das viele kleine Marken tun. Das ist ganz einfach Bullshit. In Bangladesch zu produzieren, ist für eine kleinere Firma sowieso keine Option. Bei uns war das so: wir haben ausschließlich in Polen produziert, was zu der Zeit schon EU war. Es gab also strenge Umwelt- und Arbeitsrechtsauflagen. Insofern war man da einigermaßen auf der sicheren Seite. Zumindest, was die Sozialverträglichkeit betraf. Bei der Umweltverträglichkeit hatten wir nicht wie große Firmen die Möglichkeit, die ganze Lieferkette zu kontrollieren; vom Baumwollanbau bis zum fertigen Stoff. Wir haben unsere Rohmaterialien in Japan, Italien und manchmal in Frankreich eingekauft. In der Hoffnung, dass sie auch tatsächlich in Europa produziert und unter europäischen Richtlinien angefertigt worden waren. Als dann die Mindestlöhne in Indien angehoben wurden, stiegen plötzlich auch die Preise unserer italienischen Lieferanten. Das war sehr verräterisch, weil uns in dem Moment klargeworden war, dass auch die Stoffe, die wir in Italien kaufen in Indien gewebt und in Italien nur ausgerüstet und gefärbt werden. Als kleine Firma hat man leider nur begrenzte Kontrollmöglichkeiten. Es ist ein ähnliches Dilemma, wie ich es in meinem Buch beschreibe: Wenn eine Konsumentin bei einem Fast-Fashion-Label einkauft, dann weiß sie, dass es dort nicht mit rechten Dingen zugeht. Wenn die Konsumentin jetzt für sehr viel Geld bei Gucci einkauft, hat sie trotzdem nicht die Garantie, dass es mit rechten Dingen zugeht. Genauso war es damals bei unserer Marke.

SM: Warum haben Sie Firma trotz des großen Erfolgs aufgegeben?

CT: Unsere Marke war auf dem aufgebaut, was man Großhandel nennt. Wir hatten zwar auch sechs eigene Läden und einen Online-Shop, aber den Hauptteil unseres Umsatzes haben wir mit dem Großhandels-geschäft gemacht. Das heißt, wir haben unsere Kleidung an Läden verkauft, die diese dann weiterverkauft haben – also klassische Multi-Marken-Boutiquen. Als wir Ende der 1990er-Jahre mit Firma gestartet sind, haben solche Läden noch etwa ein Viertel des Marktes ausgemacht. Als wir 2015 aufgehört haben, waren es nur noch etwa sieben Prozent. Wir hatten in jeder Saison Einbußen aufgrund von Geschäftsaufgaben. Einige haben dann auch ihre Rechnungen einfach nicht mehr bezahlt. Gegen diese destruktiven struktu-rellen Veränderungen konnten und wollten wir irgendwann nicht mehr an arbeiten. Vielen, die heute davon träumen, eine eigene Modemarke zu gründen, ist nicht klar, dass ihre Produkte die Kundinnen praktisch überhaupt nicht mehr erreichen können – weil die Boutiquen als Vermittler weg-gebrochen sind.

NICO: Als Sie Ihr Buch geschrieben haben, hat noch niemand mit Covid-19 gerechnet. Welche Auswirkungen hat die Pandemie auf unser Konsumverhalten?

CT: Covid-19 war wie ein kollektiver kalter Entzug für uns, weil der Konsum, wie wir ihn gewohnt sind, so nicht möglich war oder einfach nicht so viel Spaß gemacht hat. Wir haben sehr viel mehr Zeit zu Hause verbracht und sind dadurch mit unserem Überbesitz konfrontiert worden, zum Beispiel beim klischee-haften Ausmisten des Kleiderschranks. Außerdem haben wir festgestellt, dass wir viele Dinge gar nicht für uns selbst kaufen, sondern offenbar für andere. Denn in dem Moment, wo die anderen nicht mehr da waren, hatten wir auch keine Lust mehr, sie zu besitzen. Das sind Erfahrungen, die Spuren hinterlassen. Ich glaube, dass es zu einer Polarisierung kommt. Es wird viel behauptet, dass wir erleuchtet und bedürf-nislos aus diesem Lockdown hervorgehen, aber das glaube ich nicht. Die meisten Leute haben keinen Bock darauf, sich die Krise als Chance schön zu reden. Sie sind einfach nur genervt und wollen Ihr altes Leben zurück. Diese Leute werden sich, sobald das vorbei ist, genau wie vorher verhalten. Unter Umstän-

den werden sie sogar noch einen enormen Nachholbedarf haben und mehr kaufen als vorher. Auch die statistischen Zahlen, die uns im deutschen Mode-Institut vorliegen, bestätigen das. China war das erste Land, das 2020 die Einschränkungen lockerte, und dort haben die Leute dann wie verrückt eingekauft. Statistisch gesehen haben wir 2020 trotz der verlorenen Monate mehr geschoppt als 2019. Es wird aber natürlich auch Menschen geben, die mit guten Vorsätzen aus diesem Lockdown hervor gehen und tatsächlich versuchen, besser zu konsumieren. Um beim Vergleich mit der Sucht zu bleiben: viele davon werden mit der Zeit rückfällig, und es wird nur einer Minderheit gelingen, ihr Kaufverhalten nachhaltig zu ändern.

»Die meisten Leute haben keinen Bock darauf, sich die Krise als Chance schön zu reden. Sie sind einfach nur genervt und wollen Ihr altes Leben zurück.«





NICO: Wenn Sie sich wirklich auf das Wesentliche beschränken müssten, welche Konsumdinge würden Sie dann behalten?

CT: Ich würde mein Bett behalten, das fällt mir als erstes ein. Und ganz essentielle Kleidungsstücke. Ich weiß nicht, ob ich die Frage richtig deute, man kann es natürlich so sehen, dass die Dinge, die ich fordere, noch nicht weit genug gehen. Bestimmte globale Probleme brauchen radikalere Lösungen. Gleichzeitig sehe ich auch eine gewisse Gefahr darin, von den Menschen Dinge zu verlangen, für die sie in der Realität noch nicht bereit sind. Es ist sehr schwer, das richtige Maß zu finden. Ich will mit meinem Buch niemanden abschrecken. Wenn man zu radikal wird, besteht die Gefahr, dass man als Freak wahrgenommen wird und die Leute dann nicht mehr erreicht. Am Ende sagen die dann: »Du kannst ja gerne barfuß rumlaufen und in einem Fass leben, aber ich mach das nicht.« Was ich da so vorschlage, ist ein Anfang, aber sicher bei weitem noch nicht ausreichend, um bestimmte Probleme langfristig zu lösen.

NICO: Mit Ihrem Buch wollen Sie den Menschen also einen Denkanstoß geben?

CT: Genau. Ich hoffe einfach, dass auf die ersten Schritte zu einem besseren Konsumverhalten weitere Schritte folgen. Vielen fehlt einfach der Zugang zum Thema. Das sieht man auch auf der größeren Ebene. Früher gab es diesen tiefen Graben zwischen konventionellen Unternehmen und nachhaltigen Unternehmen. Auch die konventionellen Unternehmen haben irgendwann gemerkt, sie können ja auch erstmal nur diese eine Plastiktüte gegen eine Papiertüte austauschen. Wir müssen ja nicht sofort komplett nachhaltig werden: Schritt für Schritt. Und dadurch senkt sich die Schwelle und auch die Leute, die den Einstieg sonst vielleicht nicht gefunden hätten, finden ihn.

»Wir haben festgestellt, dass wir viele Dinge gar nicht für uns selbst kaufen, sondern offenbar für andere. Denn in dem Moment, wo die anderen nicht mehr da waren, hatten wir auch keine Lust mehr, sie zu besitzen.«



LOOK! PINK PUDDIN'

New Signature Dress
With Instant Matching
JELLO

Look into my
EYES
Belle

STYLE

Neues Leben für alte Kleider

Vintage-Mode ist nicht nur einzigartig, sie ist auch umweltfreundlich. Denn wer gebrauchten Kleidungsstücken ein neues Leben schenkt, hilft dabei, textile Müllberge zu reduzieren. Neben Flohmärkten und Second-Hand-Boutiquen gibt es auch im Internet immer mehr Angebote – von supergünstig bis luxuriös. Drei Modejournalismus-Studentinnen erzählen, wie sie zu ihren gebrauchten Lieblingsstücken gekommen sind.

Keine Lust auf Massenware

Text: Pauline Clauß

Die ersten 18 Jahre meines Lebens habe ich in einem Dorf verbracht. Dabei denken viele an die schöne Natur und die Ruhe, die das Leben auf dem Land mit sich bringt – aber für einen Teenager, der versucht, seinen Platz in der Welt zu finden, ist das Leben im Dorf die reinste Hölle!

Immer die Außenseiterin zu sein, die schon um 04:00 Uhr morgens aufstehen muss, um den Bus zur Schule zu erwischen. Keine Verabredungen nach der Schule, weil man für andere Dinge als Hausaufgaben und Lernen keine Zeit hat. Dazu diese verständnislosen Blicke, die einen treffen, weil man sich anders anzieht. Bunter, schriller, einfach auffälliger.

Diese verständnislosen Blicke, die einen treffen, weil man sich anders anzieht. Bunter, schriller, einfach auffälliger. So wird man schnell zum Gesprächsthema des gesamten Dorfes.

Verlässt man das Haus ganz in schwarz gekleidet und dazu passend auffälligem schwarzen Lippen- und Augen-Make-up, so denken die Leute, man gehöre einem geheimen Hexenzirkel an. Kleidet man sich wiederum, in Nostalgie schwelgend, bunt, mit den unterschiedlichsten Mustern und hoch toupierten Haaren, so nehmen sie an, man wäre gerade zurück von einer Zeitreise in die 1970er-Jahre. So wird man schnell zum Gesprächsthema des gesamten Dorfes.

In der Region, in der ich aufgewachsen bin, gab es nur billige Textildiscounter. Keine Shopping-Malls, in denen man seinen individuellen Style ausleben konnte. Zum Einkaufen musste man in die nächste größere Stadt fahren. Aber weil das eben alle an meiner Schule so machten, hatten am Ende dann doch wieder alle dieselben Sachen an. Es ist kein angenehmes Gefühl, stolz ein neues Oberteil zu tragen und dann zu merken, dass eine Schulkameradin genau das Gleiche trägt. Ich hatte es satt, mich durch die mangelnde Auswahl an Klamotten einschränken zu müssen. Das monotone Angebot mauerte mich ein. Aber ich wollte mich nicht einsperren lassen.

Ich war 13 Jahre alt, als meine große Schwester und Ich zum ersten Mal allein nach Berlin fuhren. Es war während der Sommerferien und uns überkam die Lust, shoppen zu gehen. Da unser Sinn für Orientierung stark zu wünschen übrig ließ, stiegen wir in die falsche Bahn und verirrten uns nach Berlin Prenzlauer-Berg. Während wir ziellos durch die Straßen liefen, stießen wir auf einen kleinen Laden in einer Seitenstraße. Von außen sah dieser Laden nicht wirklich besonders aus, eher heruntergekommen und alt. Sobald wir jedoch durch den Eingang traten, eröffnete sich uns eine neue Welt. Überall im Raum waren Kleiderstangen verteilt. Übersät mit Klamotten, die so aussahen, als wären sie schon einige Male getragen worden und auch schon ein paar Jahre alt. Es war nicht so wie in den ganzen Mode-Filialen, wo ein und dasselbe Shirt mindestens zehn Mal nebeneinander gereiht ist. Nein, an diesen Kleiderstangen hingen nur Einzelstücke. Einen Anblick, den ich vorher noch nie gesehen hatte. Als ich durch den Laden lief, einzelne Teile von den Kleiderstangen nahm und sie wieder zurück hing, fiel mir ein viel zu großer Pullover mit einem verwaschenen Aufdruck und auffälligen schwarzweiß karierten Ärmeln ins Auge. Je länger ich mir diesen Pullover ansah, desto mehr wusste ich, dass er mir bis nach Hause folgen würde.

Das war der Tag, an dem ich Vintage-Läden und Secondhandshops für mich entdeckte. Dieser Pullover hat es mir ermöglicht, mehr aus mir heraus zu kommen und mir keine Gedanken mehr darüber zu machen, was andere Leute von mir und meiner Kleidung halten. Durch ihn und diesen Laden habe ich mich so selbstbewusst gefühlt wie noch nie zu vor.

Geld verdienen mit aussortierten Klamotten

Text: Franziska Zeimentz

Meine ersten Erfahrungen mit Vintage-Mode habe ich nicht in einer Boutique gemacht, sondern im Internet. Freunde hatten mir von einer Plattform erzählt, auf der man ganz einfach auch selbst verkaufen kann. Anfänglich ging es mir nur darum, meine alten Klamotten für etwas Geld loszuwerden. Nach einer Weile habe ich aber angefangen, durch verschiedene Apps oder Websites zu scrollen und auch selbst Sachen zu kaufen. Auf meine ersten Bestellungen habe ich ganz sehnsüchtig gewartet. Ich weiß noch genau, dass meine Mutter fast täglich mit einem Paket zu mir kam und ich nur meinte: »Hab mal wieder Secondhand-Klamotten im Internet bestellt.« Vielleicht verdeutlicht dies in etwa meine anfängliche Kaufsucht. Meine Lieblingsstücke in meinem Kleiderschrank sind alles Vintage-Teile. Egal ob meine geliebten Baggy Pants, Motivshirts oder Oldschool-Pullis – das Stöbern auf Websites verhalf mir zu einer coolen Garderobe für wenig Geld.

Bis jetzt habe ich auch noch nie schlechte Erfahrungen mit Bestellungen gemacht. Wenn ich selbst verkauft habe, habe ich das Geld immer pünktlich bekommen und die gekauften Sachen kamen immer in einem super Zustand an. Wenn ich heute in einem Laden etwas sehe, das mir zu teuer ist, schaue ich erst einmal auf verschiedenen Plattformen vorbei. Denn oft kann man dort genau dasselbe Teil günstiger aus zweiter Hand erwerben.

Durch Vintage-Shopping im Netz kann man nicht nur Geld sparen, sondern tut auch der Umwelt etwas Gutes – naja, mehr oder weniger. Denn für jedes einzelne Teil bekommt man ja ein extra Paket zugeschickt.

Durch Vintage-Shopping im Netz kann man aber nicht nur Geld sparen, sondern tut auch der Umwelt etwas Gutes – naja, mehr oder weniger. Denn für jedes einzelnes bekommt man ja ein extra Paket zugeschickt. Das gilt natürlich nicht nur für das Shoppen auf Vintage-Plattformen, sondern für den gesamten Online-Handel. Pro Paket werden dabei rund 500 Gramm CO₂ ausgestoßen. Und das auch nur, wenn die Ware nicht noch einmal zurückgeschickt werden muss. Sonst wird der Wert noch höher. Das ist allerdings ein Vorteil bei Secondhand-Käufen im Internet, denn meist kann man die Klamotten dort nicht retournieren. Deshalb werden auch immer die genauen Maßangaben der Produkte angegeben. So kann man bei sich zu Hause genau nachmessen und sich die Anprobe dadurch sparen. Oder man schreibt die Verkäuferin persönlich an und fragt nach.

Geht man über einen Flohmarkt oder in einen Vintage-Laden, so ist der Kauf meist ein Zufallsprodukt. Im Internet kann man dafür spezifischer suchen und fündig werden. Außerdem hat man online eine viel größere Bandbreite an verschiedenen Marken und Produkten.

Secondhandshopping im Internet hat also Vor- und Nachteile. Wenn man in einer Gegend wohnt, wo es viele Second-Hand-Läden gibt, lohnt es sich immer, dort mal vorbeizuschauen. Ist man aber eher auf der Suche nach einem ganz bestimmten Teil, bietet das Online Shopping von Vintage-Klamotten definitiv mehr Optionen. Letztendlich würde ich sagen: der perfekte Mix macht's.

Luxus aus zweiter Hand

Text: Sophie Mukadi

Mit Freunden an einem Sonntag gemütlich über den Flohmarkt schlendern macht total viel Spaß. Luxuriös ist das T-Shirt, das wir für drei Euro abstauben konnten und der Geruch von Currywurst mit Pommes, der unweigerlich in der Luft liegt, allerdings nicht unbedingt. Dafür gibt es Online wahre Schätze zu entdecken: Letztes Jahr kaufte ich mir so meine erste echte Designer-Handtasche. Das Modell hatte ich schon lange im Kopf, suchte gezielt danach – und auf einmal war sie da. Neuer Zustand in einem edlen Cremeton auf Safiano-Leder. Ich war verliebt! Ein ein paar Tage später war sie dann endlich da. Sie war einfach perfekt! Sogar der Staubbeutel und Kassenbon war dabei. Original und fast so eingepackt wie im Laden, aber ohne dafür meine linke Niere verkaufen zu müssen. Mittlerweile ist sie mein absolutes Lieblingsstück.

Eine echte Designer-Handtasche! Original und fast so eingepackt wie im Laden aber ohne dafür meine linke Niere verkaufen zu müssen. Mittlerweile ist sie mein absolutes Lieblingsstück.

Auch Luxussteile muss man sich nicht unbedingt neu kaufen. Einige Vintage-Plattformen sind auf edle Designerstücke spezialisiert und prüfen diese vor dem Verkauf sogar auf Echtheit. Da lohnt es sich dann auch, für ein begehrtes Modell ein bisschen zu sparen.

Denn dadurch kann man dazu beitragen, diesen unfassbar schnellen Rhythmus aus Kaufen und Wegwerfen etwas zu verlangsamen und sich stattdessen weniger, aber hochwertige Stücke zuzulegen. Das wollen auch einige Stars unterstützen. Einige Online-Plattformen bieten daher Charity-Sales an, bei denen Kleidungsstücke, Schuhe und Schmuck von Promis für wohltätige Zwecke verkauft werden. Mit etwas Glück kann man dann einen Blazer von Kate Moss, eine Leggings von Kim Kardashian oder ein Kleid von Carey Mulligan ergattern.

Fans der Celebrities halten dann nach dem Kauf nicht nur ein echtes Designerstück in den Händen, das die Hollywood-Schönheiten selbst getragen haben, sondern sie handeln auch noch nachhaltig und spenden mit dem Kauf für eine gute Sache.

Wer jetzt denkt, dass Thriftshopping nur etwas für arme Studentinnen ist, hat sich geschnitten. Auch viele Stars wie Sarah Jessica Parka und Anne Hathaway sind leidenschaftliche Secondhand-Käuferinnen. Denn so finden sie immer wieder außergewöhnliche Einzelstücke, die niemand sonst besitzt.

Vintage-Shopping kann also viele Gründe haben. Geld zu sparen ist nur einer davon. Vintage-Mode kann luxuriös sein, sie ist gut für die Umwelt, weil die Designer-Stücke oft eine sehr gute Qualität haben und wir sie daher auch lange tragen können. Vor allem aber ist Vintage-Mode individuell und macht einfach glücklich.



BEAUTY

Frisch wie Oma

Hautpflege ist heute fast ein Vollzeitjob. Bei den vielen Produkten, Trends und Tutorials fühlte sich unsere Autorin überfordert – und fragte einfach ihre Großmutter nach zeitlosen Beauty-Tricks. Das beste dabei: man muss sich dafür nicht extra etwas kaufen, sondern hat alles bereits zu Hause.

Wenn ich mir mit meinen 22 Jahren eine Gesichtscrème kaufen möchte, kann ich mich bei dem Überangebot in den Regalen kaum entscheiden. Und reicht eine Creme überhaupt? Brauche ich nicht mindestens noch Peeling, Toner und Serum? Die Pflegeroutine meiner Großmutter bestand dagegen ihr ganzes Leben lang nur aus zwei Schritten: einem Waschgel und einer Feuchtigkeitscreme, die es in jedem Drogeriemarkt gibt. Sie ist mit sieben Geschwistern auf einem Bauernhof aufgewachsen und musste schon als Kind tägliche Aufgaben übernehmen, wie Tiere füttern oder Gartenarbeit. Auf ihr Aussehen hat sie immer großen Wert gelegt, aber einfach mal Shoppen gehen war undenkbar. Sie musste ihre Kleidung selber nähen.

Als Kind habe ich es geliebt, auf dem Hof meiner Großeltern zu übernachten und morgens mit meiner Oma frisches Obst und Blumen aus dem Garten zu sammeln. Ketten und Haarbänder haben wir aus Gänseblümchen gebastelt. In ihrem kleinen Atelier malt sie weiterhin wunderschöne Ölgemälde von bunten Blumen, Wäldern und Wiesen. Mit 85 Jahren hat sie noch immer zarte Haut, rosa Wangen und tolle Hände. Deshalb wollte ich von ihr wissen, wie sie das macht. Hier sind ihre Tipps:

- #1 Weniger ist mehr. Egal ob bei Make-up oder Hautpflege. Die Haut nicht mit zu vielen Produkten überpflegen, sondern sich auf wenige Inhaltsstoffe konzentrieren.
- #2 Olivenöl für die Hände. Ein paar Tropfen hochwertiges Olivenöl auf die Hände geben und gut einmassieren. Das macht die Hände zart und weich.
- #2 Honig für die Lippen. Trockene und rissige Lippen werden durch einen Klecks Honig auf den Lippen wieder ganz weich.
- #3 Gurken für Augen und Gesicht. Gurkenscheiben auf Augen und Gesicht spenden der Haut Feuchtigkeit und wertvolle Mineralien.
- #4 Peeling aus Öl und Zucker. Ein Peeling, das sich ganz einfach selbst machen lässt und für seidig-zarte Haut sorgt.
- #5 Teebeutel gegen Augenringe. Einfach schwarze Teebeutel unter die Augen platzieren. Danach sind dunkle Augenringe verschwunden!
- #6 Quark-Honig-Maske. Quark und Honig verrühren und auf Gesicht und Haare auftragen, einwirken lassen und gut abwaschen bzw. ausspülen. Spendet Feuchtigkeit und duftet gut.

Und am wichtigsten laut Oma: viel schlafen und viel Bewegung an der frischen Luft!



ICON

Eine wie keine

Text: Jil-Naja König

Illustration: Valentina Marie Semler

Vivienne Westwood war in ihrem Leben schon vieles: Lehrerin, Punk-Ikone, Modedesignerin, Geschäftsfrau, Aktivistin. Nur eines war sie noch nie – langweilig. Zum 80. Geburtstag feiern wir ein echtes Original.



»Manchmal werde ich gefragt, ob ich mich jemals zur Ruhe setzen werde. Aber im Ruhestand tun die Leute doch das was ihnen gefällt. Und das mache ich sowieso schon.« Dieser Satz stammt von einer beeindruckenden 80-jährigen Dame mit rot gefärbten Augenbrauen und weißblondem Haar, die ein schwarzes Kleid mit gewollt ausgefranstem Saum trägt: Vivienne Westwood. Großmutter des Punk. Dame Commander of the British Empire. Klima-Aktivistin.

Westwood ist bekannt für ihre provokanten, rebellischen Designs und ihrer Liebe zum Schottenkaro. In Derbyshire (England) wuchs sie in einer Arbeiterfamilie auf. Anfangs glaubte sie nicht daran, mit dem Entwerfen von Kleidung Geld verdienen zu können. Sie brach ihr Studium der Mode und Silberschmiedkunst bereits nach einem Semester ab und wurde stattdessen Handarbeitslehrerin. Ab 1961 unterrichtete sie an einer Grundschule in London. Ein Jahr später heiratete sie Derek Westwood und bekam ihr erstes Kind mit ihm. Sie führten ein beschauliches Leben in einem schönen kleinen Haus mit Vorgarten. Aber Vivienne wollte mehr. Sie merkte, dass sie ihr kreatives Potenzial so niemals würde ausschöpfen können. Nach drei Jahren reichte sie die Scheidung ein, ein Schritt, der sehr viel Mut und Stärke erforderte.

Sie verliebte sich in den Kunststudenten Malcolm McLaren, der später als Manager der Punkband »The Sex Pistols« berühmt wurde, und wurde erneut schwanger. Das Geld war immer knapp, deshalb begann sie damit, die Kleider für sich und ihre beiden Söhne selbst zu schneiden. Sie tauchte also aus purer Not ihren Fuß zum ersten Mal ins Haifischbecken der Mode. 1971 beschlossen Westwood und McLaren, zusammen eine kleine Boutique in der Kings Road zu eröffnen. Malcolm verkaufte im hinteren Teil Rock'n'Roll-Platten und Vivienne stellte vorne ihre ersten selbstgeschneiderten Entwürfe aus. Sie nannten die Boutique »Let It Rock«.

Danach begann Westwood, mit Fetischmode zu experimentieren, sie verkaufte Latexkleider und Hundehalsbänder und benannte den Laden um in »Sex«. Ihre Entwürfe schockierten und sorgten für Aufmerksamkeit. Immer mehr junge Menschen wollten sich mit einem ihrer polarisierenden Stücke schmücken, um der konservativen Gesellschaft zu zeigen, dass sie anders waren. So entstand die bis heute ästhetisch einflussreichste Jugendbewegung überhaupt: Punk. Die Bildsprache der Kleidung war verstörend. Eine der bedeutendsten Kreationen Westwoods aus dieser Zeit ist ein weißes Shirt aus Musselinstoff mit überlangen Ärmeln, die an eine Zwangsjacke erinnern, und das mit verschiedenen Symbolen bedruckt ist: ein Hakenkreuz, ein umgedrehtes Kruzifix, das Wort »Destroy« und einer Textzeile aus einem Song der »Sex Pistols«: »I am an Antichrist«. Pure Provokation, die enormen Einfluss auf die Mode hatte. Viviennes kurze stachelige Frisur war schon kurz darauf in der »Vogue« zu sehen.

»Ich sah mich selbst nicht als Modedesignerin, aber ich erkannte, dass ich sehr talentiert war.«

Anfang der 1980er trennte Westwood sich von McLaren und beschloss, ihrer Mode endlich die verdiente Aufmerksamkeit zu schenken. Sie nannte ihren Laden um in »World's End«, ihr Label hieß fortan Vivienne Westwood. Mit der berühmten »Piraten-Kollektion« brach eine neue Ära an. Sie distanzierte sich stilistisch vom Punk-Look und entwarf Mode, die eine sozialkritische Message verbreitete. Eng taillierte Blazer, enge Korsagen, Piratenstiefel, extra hohe Pumps und Schulterpolster, beeinflusst von historischen Epochen. Am liebsten aus Karostoffen, Wolle und Tweed.

Schon früh äußerte sie sich kritisch gegen das Konsumdenken: »Buy less, choose well, make it last!« lautet eines ihrer bekanntesten Zitate.

Nachhaltig zu produzieren ist für Westwood wichtiger als der kommerzielle Erfolg ihres Labels. Sie verzichtet darauf, zu wichtigen Modeevents zu fliegen und geht dafür lieber auf Demonstrationen gegen den Klimawandel.

Nachhaltig zu produzieren ist für Westwood wichtiger, als der kommerzielle Erfolg ihres Labels. Sie verzichtet darauf, zu wichtigen Modeevents zu fliegen und geht dafür lieber auf Demonstrationen gegen den Klimawandel.

Böse Zungen sagen, sie sei überengagiert und außerdem doch schon viel zu alt für all das. Aber ist es nicht eher bewundernswert, mit 80 Jahren noch so viel Power zu haben und sich für die Umwelt und die Mitmenschen einzusetzen?

»Es gibt Vivienne die Modedesignerin. Es gibt Vivienne die Aktivistin. Und dann gibt es noch Vivienne, den Menschen. Ich mag all ihre Facetten, aber ganz besonders mag ich Vivienne den Menschen«, so der 25 Jahre jüngere Österreicher Andreas Kronthaler, der seit 1993 mit ihr verheiratet ist. Sie lernten sich in Wien, während ihrer Professur an der Hochschule für Angewandte Künste, kennen. Er war einer ihrer Studenten. Nach dem Besuch einer Modenschau von Westwood in England blieb er und half ihr mit der nächsten Kollektion. Er ging nie mehr zurück. Bis heute sind sie ein Team und können nicht ohne einander. Sie arbeiten mit ihren Händen direkt am Körper der Models, dadurch liegt die Kleidung direkt an und sitzt perfekt. 1991 erhielt Westwood den Orden des britischen Empire und trug zu diesem Anlass keine Unterwäsche unter ihrem weitschwingenden Rock, was sie den Reportern wie auf dem Silbertablett servierte. Das Königshaus nahm es ihr anscheinend nicht übel, denn seit 2006 trägt Vivienne Isabel Westwood den ehrwürdigen Titel: Dame Commander of the British Empire.

Vivienne Westwoods Kleidung hat immer eine Message. Sie provoziert, prangert Missstände an und verhilft zum Ausdruck der eigenen Individualität. Sie betont die weiblichen Vorzüge der Frau und verhilft ihnen, mit Ironie, Skurrilität und Klasse, zu Mut und Selbstständigkeit. Sie selbst ist ein Original. Sie ist ihr eigener Boss. Es gibt keine zweite. Vivienne Westwood.



Kreativität auf Distanz

Interview: Nina Hambruch

Im dritten und vierten Semester gestalten die Modemarketing-Studierenden der Fakultät Creative Business eine Kollektion für BSP Modelabel b.a.r.e. – die Buchstaben stehen für borderless – authentic – rebellious – equal. Dabei durchlaufen die Studierenden alle Schritte von der Konzeption über den Entwurfsprozess bis hin zur Vermarktung der fertigen Teile. Durch den weitgehenden Distanzunterricht waren die jungen Designer:innen diesmal besonders herausgefordert. Wir haben zwei von Ihnen gefragt, wie Kreativität unter Pandemiebedingungen funktioniert und was es mit dem neuen b.a.r.e Podcast »Showroom« auf sich hat.

NICO: Die b.a.r.e. Kollektion wird traditionell von den Modemarketing-Studierenden im vierten Semester entworfen. Wie war es, während einer Pandemie an einem kollektiven kreativen Projekt zu arbeiten?

Kamilla: Anfangs war es etwas schwierig, einen gemeinsamen roten Faden zu finden. Aber in vielen Online-Meetings konnten wir uns dann doch einigen. Alle mussten Kompromisse eingehen, damit am Ende etwas Stimmiges entstehen konnte.

Joshua: Natürlich wäre vieles ohne Pandemie einfacher gewesen. Durch die Distanz und die eingeschränkten Kommunikationsmöglichkeiten mussten wir alle ganz eigene Wege gehen. Dadurch sind wir auch auf die Idee gekommen, die b.a.r.e Kollektion für Saison sechs in drei Unterthemen zu gliedern: Streetstyle – »back to the streets«, Business – »stay wild – keep classy« und Genderless – »no gender, no problem«. Dadurch sind umso mehr einzigartige Teile entstanden.

»Durch die Distanz und die eingeschränkten Kommunikationsmöglichkeiten mussten wir alle ganz eigene Wege gehen. Dadurch sind umso mehr einzigartige Teile entstanden.«





NICO: Konntest ihr das umsetzen, was euch von Anfang an vorschwebte?

Kamilla: Mein Entwurf hat sich häufig geändert, ich hatte anfangs einige Startschwierigkeiten. Sich von einer bestimmten Idee frei zu machen und inspirieren zu lassen ist schwerer als man denkt. Mein Endergebnis hat eigentlich kaum etwas mit den ersten Entwürfen zu tun, außer dass es ein Rock geblieben ist.

Joshua: Ich hatte glücklicherweise keine Probleme, mein Konzept umzusetzen. Die Idee, einen knöchellangen Faltenrock zu schaffen stand schon ziemlich früh fest und wurde auch von der Gruppe gut angenommen. Probleme beim Designprozess, wie zum Beispiel die technische Zeichnung, wurden schnell im Einzelgespräch geklärt. Das abschließende Schneiden und Nähen des Stoffes konnte ich zum Glück größtenteils noch fertigstellen, bevor unsere Werkstatt pandemiebedingt vorübergehend schließen musste. Die letzten Schritte hat dann unsere Professorin Claudine Brignot persönlich übernommen.

NICO: Was hat euch zu euren Entwürfen inspiriert?

Kamilla: Eine ursprüngliche Idee für die Kollektion war das Thema »b.a.r.e. grows up« – also Mode, die uns auch nach dem Studium begleitet und ebenso in die Business-Welt passt. Als dann schließlich das Thema »borderless – beyond the future« feststand, musste mein Entwurf etwas jünger und wilder werden, um in die Gesamtkollektion zu passen. Deshalb habe ich mich von der Mode der 1990er-Jahre inspirieren lassen.

Joshua: Ich interessiere mich sehr für die Avantgarde-Mode von Designern wie Yohji Yamamoto, welcher meinen Entwurf wohl am stärksten inspiriert hat. Stücke von Yamamotos oder auch Thom Browne würde ich mir für meinen eigenen Kleiderschrank wünschen – die Idee, eine Hommage für mein b.a.r.e Projekt umzusetzen kam somit ganz von alleine.

NICO: Weil in diesem Jahr keine Modenschau vor Publikum stattfinden konnte, habt ihr euch entschlossen, stattdessen einen eigenen Podcast unter dem Titel »Showroom« zu starten. Worum geht es dabei?

Kamilla: Der Podcast wird von dem Studiengang Modemarketing konzipiert, aufgezeichnet und promoviert. Dabei soll es jedoch nicht nur um unsere Marke b.a.r.e. gehen. Wir wollen möglichst vielen interessanten Gästen aus der Mode- und Marketingwelt sprechen.

»Der Podcast „Showroom“ wird von dem Studiengang Modemarketing konzipiert, aufgezeichnet und promotet.«

Joshua: Bei »Showroom« dreht sich alles um Business, Brands und Fashion. In jeder Folge werden Expertinnen und Experten interviewt, die uns wichtige Einblicke in die Branche geben können. Gleichzeitig werden unsere Moderatorinnen Eindrücke aus der Sicht Berliner Studierender beisteuern. Der Podcast soll dabei nicht nur in diesem Semester ein Event ersetzen, sondern ein langfristiger Teil der b.a.r.e Marke werden. Dies soll es uns ermöglichen, mit Partnern eine langfristige und anhaltende Zusammenarbeit einzugehen – wobei im besten Fall ein Mehrwert für alle geschaffen wird.

NICO: Seid ihr privat auch Podcast-Fans? Verratet ihr uns eure Lieblinge?

Kamilla: Ich habe erst wegen des »Showroom« Projekts damit angefangen, mit intensiv mit Podcasts zu beschäftigen. Von der Art und Weise, wie einem hier sowohl informative und inspirierende Themen als auch Klatsch und Comedy nahegebracht werden, bin ich aber sehr angetan. Besonders gerne höre ich aktuell den Podcast »Gemischtes Hack« von Felix Lobrecht.

Joshua: Mir ging es ähnlich. Vor dem b.a.r.e Projekt haben mich Podcasts nicht interessiert, aber seitdem wir uns mehrmals wöchentlich mit dem Thema befassen, hat sich das geändert. Passend zum Studium kann ich den »Business Of Fashion« Podcast empfehlen.















ESSAY

Hosen an!

Bei offiziellen Anlässen sind Männer fein raus: mit einem Anzug sind sie immer passend gekleidet. Damenmode ist dagegen nicht nur komplizierter, sondern häufig auch unbequemer und teurer. Die Lösung für selbstbewusste Frauen, die im Beruf nach Macht und Anerkennung streben? Natürlich ein Power Suit.

Text: Paloma Schneider-Lopez

»But while I may be the first woman in this office, I won't be the last.« Am Abend des 9. November 2020 schrieb Kamala Harris als erste Vizepräsidentin der USA Geschichte. Ein Statement setzten nicht nur ihre Worte, sondern auch ihr weißer Power Suit von Carolina Herrera. Eine Hommage an die weißen Kleider der Suffragetten. Sie waren die ersten Frauen, die um 1900 für Gleichberechtigung und das Wahlrecht der Frau auf die Straße gingen.

Der Kampf um die weibliche Emanzipation war immer auch eine Auseinandersetzung mit der Damenmode. In den letzten 100 Jahren wurde die Mauer zwischen weiblicher und männlicher Mode zunehmend durchbrochen. Schon in den 1920er-Jahren trugen junge Frauen weite Jacketts, Hosen, Manschettenknöpfe und kurze Haare. Sie nannten sich Garçonnés – weibliche Jungen. Als die Männer im Ersten und Zweiten Weltkrieg an die Front mussten, hatten die Frauen buchstäblich die Hebel in der Hand. Denn sie waren diejenigen, die in den Fabriken arbeiteten, quasi das ganze Land am Laufen hielten. »Rosie the Riveter« wurde zum Vorbild dieser Bewegung. Mit zusammengebundenen Haaren, dem roten Bandana und dem blauen Arbeitshemd ermutigte die starke fiktive Frau auf dem Poster: »We can do it«.

Nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs erlebte die Emanzipation der Frau einen großen Rückschlag, der sich auch modisch in Diors »New Look« widerspiegelte: Schmale Taille und feminine Kurven anstatt praktische, weite Arbeitshosen. Nach den harten Kriegsjahren sehnte man sich zurück in die »gute alte Zeit«, als Frauen noch vor allem dekorativ waren und sich um die Kinder und den Haushalt kümmerten. Durch Diors New Look wurde die Frau – wie es Coco Chanel bezeichnete – »ausgepolstert«. Frauen sollten, wie Arthur Schopenhauer es 1851 in seiner Abhandlung »Über die Weiber« schrieb, wieder schön sein und Männer wieder stark.

Nach den harten Kriegsjahren sehnte man sich zurück in die »gute alte Zeit«, als Frauen noch vor allem dekorativ waren und sich um die Kinder und den Haushalt kümmerten.



Für die Frauen war es ein Schlag ins Gesicht, dass sie wieder in die Rolle der Hausfrau und Mutter gezwängt wurden. In den 1960er-Jahren hatten sie schließlich die Nase voll: die zweite Welle der Frauenbewegung begann. Sie forderten Gleichberechtigung in der Bildung, vor dem Gesetz und in der Gesellschaft. Frauen kämpften Seite an Seite für Selbstbestimmung über ihren Körper, für mehr Chancengleichheit in der Familie und in der Arbeitswelt. Sie hatten es satt, immer nur in der zweiten Reihe zu stehen.

1975 bekam der Begriff Power Dressing seinen Namen durch das Ratgeberbuch »Dress for Success« von John T. Molloy. Er riet Frauen, die männliche Silhouette zu übernehmen, um von ihren Reizen abzulenken und sich ebenbürtig zu fühlen. Das Buch war ein Erfolg und gab vielen Frauen den letzten Kick, sich von den unbequemen engen Kleidern und Röcken zu verabschieden und diese auf den Altkleiderhaufen zu schmeißen. Nun waren Blazer mit Schulterpolstern und locker sitzende Anzughasen angesagt. Allerdings warnte Molloy auch davor, zu maskulin zu wirken – denn das könne männliche Vorgesetzten und Kollegen verschrecken. Frauen sollten sich nicht für etwas Besseres halten. Er riet dazu, den Hosenanzügen mit einer Bluse mit Schleife einen femininen Touch zu verleihen. Y\$\$Y

In den 1980er-Jahren wollten Frauen mehr sein, als nur die Sekretärin. Sie wollten in die Führungsetage. Filme aus dieser Zeit wie »9 to 5« (1980) oder »Die Waffen der Frauen« (1988) zeigten, wie sexistisch und minderwertig Frauen im Beruf behandelt wurden. Sie mussten sich in der Männerwelt behaupten, um sich von dem Image des schönen schwachen Objektes zu trennen. »They just use your mind and they never give you credit«, sang Dolly Parton im Titelsong zu »9 to 5«. Die Sängerin brachte es auf den Punkt: Frauen mussten sich mehr anstrengen und erhielten trotzdem weniger Anerkennung.

Frauen müssen sich nicht in Männerkopien verwandeln, um sich in der Arbeitswelt behaupten zu können.

In der Anfangsphase des Power Dressing ging es hauptsächlich darum, sich in die überwiegend männliche Arbeitswelt zu integrieren, mit der Männermasse zu verschmelzen und nicht aufzufallen. Die deutsche Modedesignerin Jil Sander schaffte es in den 1980er-Jahren, den Look der Businessfrau mit klaren Linien zu revolutionieren. Ihre Zielgruppen waren Frauen, die zielstrebig und selbstbewusst auftreten wollten. Im Laufe der Zeit entwickelte sich der unauffällige Dresscode zu einem Statussymbol, das nach außen hin anzeigte: »Ich kann alles erreichen, was ein Mann erreichen kann«. Mit der Zeit wurde das Power Dressing auffälliger: große Muster, kräftige Farben und extravaganter Schmuck gaben den Frauen das Gefühl, sich selbst und ihren Style ausleben zu können. Sie begriffen, dass sie sich nicht in Männerkopien verwandeln mussten, um sich in der Arbeitswelt behaupten zu können.

Trotzdem konnte der Power Suit sich bis heute in der Mode halten. Die Power Suits von Hillary Clinton, Margaret Thatcher, Alexandria Ocasio-Cortez und Angela Merkel sind heute nicht mehr wegzudenken. Kleider machen eben Leute. Sie setzen Statements und verschaffen sich Aufmerksamkeit. Der Power Suit ist ein Symbol der Gleichberechtigung, Professionalität, Stärke und – ganz wichtig – Selbstbewusstsein. Nicht ohne Grund, wird auch heute noch gefragt »Und? Wer hat bei euch in der Beziehung die Hosen an?«





STYLE

Stilikone: Mama

Die wilden Zeiten ihrer Mutter hat unsere Autorin selbst nicht miterlebt. Aber wenn sie ihre alte Handtasche trägt, fühlt es sich ein bisschen so an. Über den ganz besonderen Wert modischer Familienerbstücke.

Text und Interviews: Olivia Lewis

Das Jahr ist 1997, die Jungle-Rave-Beats schallen durch die Londoner Diskothek am Elephant Castle. Die Hüften der Frauen bemühen sich, im engen Minirock zum Takt der Musik zu schwingen. Die kleine Baguette-Tasche von Dorothy Perkins liegt schon längst auf der Tanzfläche. Was soll sie denn auch auf der Schulter? Da rutscht sie eh nur rum. Diese Stories aus den wilden Diskozeiten meiner Mama darf ich mir schon jahrelang anhören.

Mit meinen frischen 13 Jahren habe ich mich besonders gern im Kleiderschrank meiner Mama aufgehalt – ein riesiges Buffet aus High-Heels und Taschen, der Traum jedes jungen Mädchens. Mein Lieblings- teil ist schon immer die kleine schwarze Baguette-Tasche gewesen. An sich war sie nichts Außergewöhn- liches, doch in meinen Augen war sie trotzdem ganz besonders. Der kleine silberne Reißverschluss – ganz schlicht und zeitlos. Sie erinnerte mich an Mamas Geschichten ihrer jungen Jahre und all die Erinnerun- gen, die sie mit der Tasche verbindet. Irgendwann wurde die Tasche ohne richtigen Wortwechsel an mich weitergereicht, da sie praktisch schon Teil meiner wachsenden Taschensammlung geworden war. Mittler- weile hat sie schon einige Gebrauchsspuren, trotzdem trage ich sie immer noch gern, ob ganz lässig zur Jogginghose oder etwas schicker mit Rock und hochhackigen Boots.

Früher war es ganz normal, dass Schmuck oder Kleidungsstücke über Generationen vererbt wurden als Zeichen der Zugehörigkeit oder auch als Symbol des Familienstolzes. Heute schmeißen wir viele Dinge ein- fach weg und kaufen uns stattdessen etwas Neues. Ich finde es schön, wenn alte Mode weiterlebt.

Für mich funktioniert die Handtasche meiner Mutter wie eine Brücke, die mich mit ihr verbindet. Sie versetzt mich in die Zeit vor meiner Geburt zurück und ich heute stelle mir vor, wie es damals wohl war, jung zu sein. Egal welche Schätze in Zukunft noch kommen werden, die kleine schwarze Baguette wird immer einen besonderen Platz in meinem Herzen haben.

Greta: Mamas Pulli aus Australien

Ich habe einen Pullover von meiner Mama vererbt bekommen, den sie sich 2001 am Bondi Beach gekauft hat. Damals war meine Mama mit mir schwanger und hat meine Tante zum ersten Mal in Australien besucht. Deshalb verbinde ich den Pullover mit meiner Familie und auch mit meiner eigenen ersten Australien-Reise. Meiner Mutter war der Pullover irgendwann einfach zu alt, aber gerade deswegen mag ich ihn so gern. Ich liebe diesen getragenen Vintage-Look. Wenn ich den Pulli anziehe, fühle ich mich ein bisschen wie eine jüngere Version meiner Mama. Es hört sich vielleicht kitschig an, aber der erinnert mich immer an sie, wenn sie nicht bei mir ist. Als ich in England im Internat war, hat der Pullover mir ein Geborgenheitsgefühl gegeben. Durch den Pullover fühle ich mich so, als wäre ein Teil von meiner Mama bei mir.



Pauline: Mamas Trenchcoat

Ich trage heute den dunkelgrünen Trenchcoat von meiner Mama. Aus meiner Kindheit habe ich nur wenige Fotos. Aber auf denen, die ich habe, trägt meine Mama immer diesen Mantel und hält mich dabei im Arm. Der Trenchcoat ist mindestens 20 Jahre alt und gibt mir immer ein nostalgisches Gefühl, da er mich in meine Kindheit zurückversetzt. Meine Mama hat mich und meine Schwestern allein großgezogen, daher haben wir alle ein sehr enges Verhältnis, was der Mantel für mich widerspiegelt. Ehrlich gestanden habe ich mir die Jacke einfach genommen, doch da wir untereinander alles teilen, denke ich, dass sie früher oder später sowieso an eine von uns weitervererbt worden wäre.



Chris: Die Lederjacke meines Onkels aus den 1950ern

Mein Onkel hatte mich vor einem Jahr gefragt, ob ich gerne seine alte Lederjacke haben möchte. Er fand einfach, sie würde perfekt zu mir passen. Seitdem trage ich sie sehr oft, auch wenn sie mittlerweile ein Paar Mängel und Kratzer hat. Ich hatte schon immer eine hohe Affinität zu den 1950er-Jahren und die Jacke erinnert mich stark an den Stil von James Dean.

Wenn ich sie kombiniert mit Loafern und einer Anzugshose trage, meine Haare nach hinten gestylt, fühle ich mich, als käme ich aus dieser Zeit. Außerdem verbinde ich mit der Jacke besonders viel, da ich sie trug, als ich meine Freundin kennengelernt habe und ich noch genau weiß, wie kalt es an dem Tag gewesen ist.



Greta-Josefine: Das geblünte Langarmshirt von Mama

Das geblünte Langarmshirt stammt aus den späten 1990ern und erinnert mich immer total an meine Mutter, da es zu der Zeit genau ihrem Style entsprach. Das Oberteil fühlt sich für mich einfach vertraut an. Da es ein bisschen durchsichtig ist, steht es auch für die Transparenz, die die Beziehung zwischen mir und meiner Mutter ausmacht. Gleichzeitig symbolisiert es die Freiheit, die ich spüre, wenn ich es trage.



Franziska: Das Oversize-Hemd vom Freund meiner Schwester

Im Sommer 2020 hat der Freund meiner Schwester mir sein altes Kurzarmhemd geschenkt. Er war davon überzeugt, dass es super zu meinem Style passen würde. Damit hatte er auch recht, weil ich gerne Oversize-Klamotten trage. Das Shirt ist schon älter und gut getragen, da es vorher schon seinem Schwager gehört hatte. Im Moment ist es mein absolutes Lieblingsteil. Im Sommer trage ich es fast täglich mit einem top drunter und im Winter mit einem dicken Rollkragenpullover.



Valentina: Die Versace-Krawatte von Papa

In letzter Zeit frage ich meinen Vater öfters nach Klamotten von ihm, die er mir eventuell schenken könnte. Zum einem, weil ich mich in Männerklamotten stark fühle und sie mir ein gewisses Gefühl des Selbstbewusstseins verleihen, aber auch, weil ich dadurch immer etwas bei mir habe, was mich an ihn erinnert. Ich habe generell gerne Gegenstände bei mir, die mich an meine Familie erinnern. Vor ein paar Wochen habe ich von ihm mehrere Krawatten bekommen, darunter dieses Modell von Versace aus den frühen 2000ern. Da ich gerade die Netflix-Serie über den Mord an Gianni Versace geguckt habe, war ich total auf das Label versessen. Ich verbinde mit der Krawatte meine Beziehung zu meinem Vater, da er sie oft und gerne trug und mir auch beigebracht hat, wie man eine Krawatte richtig bindet.



Sophie: Das afrikanische Gewand meiner Oma

Als ich mit meiner Familie 2007 das erste Mal in Kongo gewesen bin, hat meine Mama von der Mutter meines Vaters ein selbstgenähtes afrikanisches Gewand geschenkt bekommen. Wenn ich es sehe, muss ich an das familiäre Gefühl denken, das ich sofort bekam, als ich meine afrikanische Familie das erste Mal sah. Außerdem verbinde ich das Gewand mit dem Sommer, da meine Mama es oft bei großer Hitze trug, weil der Stoff so leicht und luftig ist. Ich habe das Gewand bereits einige Male auf Hochzeiten getragen und finde die Farben und Muster einfach nur toll. Ich fühle mich darin besonders, weil es meine Herkunft zeigt.



Paloma: Die schwarze Loewe von Mama

Als ich mit 16 Jahren das erste Mal richtig feiern gewesen bin, hatte ich keine Handtasche zum Mitnehmen. Meine Mama hat mir dann diese kleine Tasche von Loewe gegeben, die seitdem in meinem Besitz ist. Ich habe mehrere Taschen und Klamotten von ihr übernommen, aber diese ist besonders prägend, da sie mich an mein erstes Partyerlebnis erinnert. Wenn ich die Klamotten meiner Mama trage, fühle ich mich stärker und in jeder Situation wohler. Mein ganzer Kleiderschrank besteht gefühlt aus Klamotten meiner Eltern: Hemden von Papa oder Pullunder und T-Shirts von Mama.



Jil: Die braunen Dr. Martens von meiner Mama

Ich habe von meinen Eltern schon verschiedene Kleidungsstücke vererbt bekommen. Aber am liebsten trage ich die braunen Dr. Martens von meiner Mama, die sie ungefähr vor 25 Jahren gekauft hat. Als ich klein war, hat meine Mama mir mal geblümte Dr. Martens geschenkt, die ich absolut scheußlich fand. Ein paar Jahre später entdeckte ich dann die braunen Dr. Martens im Schrank meiner Mutter. Seitdem hat sich bei mir eine kleine ungesunde Sucht entwickelt und ich kaufe fast jedes Jahr neue Docs. Die Schuhe sagen in der Hinsicht viel über meine Beziehung zu meiner Mama aus, da wir uns sehr nahestehen und alles miteinander teilen. Sie hat nicht nur die Schuhe an mich vererbt, sondern auch ihre Liebe zu Dr. Martens. Darin fühle ich mich wie ich selbst. Egal was ich trage, die Docs passen einfach immer.



TALK

»Wer näht, braucht keine Therapie«



Der gebürtige Wiener Maxilimilan Rittler (30) studierte am renommierten Fashion Department der Königlichen Kunstakademie in Antwerpen, das bereits Größen wie Walter van Beirendonck, Dries van Noten oder Ann Demeulemeester hervorbrachte. Bei der Berliner Fashion Week im Januar 2021 durfte Rittler als einer von 20 Auserwählten seine Entwürfe im FASHION OPEN STUDIO präsentieren. Wir wollten von ihm wissen, wieviel Arbeit dahintersteckt, bis man den Durchbruch als Modedesigner schafft – und wie es sich anfühlt, eine Kollektion erstmals digital zu präsentieren.

Interview: Jil-Naja König

NICO: Upcycling und Nachhaltigkeit gehören zu den Standards deiner Designs. Was definiert deine Arbeit und hebt sie von anderen ab?

MR: Um heute in der Modewelt den Durchbruch zu schaffen reicht es nicht mehr aus, einfach Design zu studieren. Du brauchst eine Message. Etwas, was sich von den anderen abhebt. Nachhaltig zu arbeiten war irgendwie gar keine Wahl. Es war die Antwort. Ich finde es gut zu wissen, dass man mit Upcycling und Recycling nichts kaputt macht. Natürlich ist das erstmal aufwendiger, aber das ist ja nichts Schlechtes. Im Endeffekt entsteht dadurch ein besseres Produkt.

NICO: In einem Interview hast du mal gesagt, dass du oft nicht genau weißt, was am Schluss rauskommt, sondern dich von den Stoffen inspirieren lässt.

MR: Natürlich habe ich einen Grundplan. Aber zu einem gewissen Grad bleiben meine Designs offen, bis der richtige Stoff kommt. Das ist wie ein Dialog mit dem Material. Ich habe eine Idee auf dem Papier, dann sehe ich ein Stück Stoff und denke mir: »Das ist nur ein knapper Meter, was mache ich jetzt aus dem? Kann ich das irgendwie einbauen?« Und dann stelle meine Entwürfe vor und überlege so lange, bis der Stoff mir dann sagt, für was er eigentlich zu verwenden ist. Eine Kollektion zu erstellen ist eine Mischung aus Disziplin und Verzicht.

»Eine Kollektion zu erstellen ist eine Mischung aus Disziplin und Verzicht.«

NICO: Die Berliner Fashion Week fand in diesem Jahr digital statt. Wie hat sich das für dich angefühlt?

MR: Fashion ist extrem unglamourös. Du arbeitest ständig, du hast keine Zeit und da ist der Moment der Show das Einzige, was dir vorgibt, dass es sich auszahlt. Das Gefühl dabei ist einfach atemberaubend, das lässt sich nicht beschreiben. Da ist es dir dann egal, dass du nichts gegessen und nichts getrunken, sondern nur geraucht hast. Du vergisst jeden Schmerz, weil dir der Rücken weh tut, weil du fünf Ikea-Taschen trägst, aber immer noch schicke Schuhe, die eigentlich zu eng sind. Wenn das jetzt nun wegfällt, dann ist es wirklich nur noch Arbeit. Die digitalen Präsentationen bringen nicht die gleichen Emotionen hervor. Es war ein super Video und alle haben sich wahnsinnig viel einfallen lassen, aber das ist nicht das gleiche. Das finde ich sehr schade. Bei Fashion geht es darum, diesen Moment zu teilen, hinter dem so viel harte Arbeit steckt und nicht einfach nur schöne Bilder zu zeigen.

NICO: Angenommen, wir würden uns nicht in einer Pandemie befinden und deine Show bei der Berliner Fashion Week hätte live stattgefunden. Wie hättest du deine Kollektion dann auf dem Laufsteg in Szene gesetzt?

MR: Ich hätte gern Feuer gehabt, Pyromantik auf dem Laufsteg. Ich wünsche mir immer, dass die Leute sich nicht fühlen wie bei einer Fashion Show. Es sollte eher wie ein Konzert wirken, bei dem Models meine Kollektion tragen. Ich möchte, dass die Leute mit dem Fuß wippen, wenn sie die Musik hören und sich gut fühlen, während sie die Show sehen. Meine Broschüre ist wie so ein kleines CD-Booklet aufgemacht, in dem die Liedertexte stehen und dazu gibt es noch eine von mir ausgetrunkene Bierdose. Ich finde das cool, wenn man mit Mode einen Moment schaffen kann, der Energie erzeugt.



NICO: Deine Show aus dem Jahr 2019 mit dem Titel »Rock me Amadeus« hat sofort meinen Fuß zum Wippen gebracht und mir direkt gute Laune bereitet. Wieviel Einfluss hat Musik auf Mode und umgekehrt?

MR: Musik und Mode gehören einfach zusammen, das kann man nicht trennen. Ich mache gerade das Kostüm für Hooverphonic (belgische Trip-Hop Band), die treten bei dem Eurovision Song Contest auf. Die Sängerin Geike will dabei ein Kleid tragen, was ich gerade für sie mache. Ich nutze gerne Rockmusik, weil man damit schnell eine Verbindung zwischen Menschen schaffen kann. Stell dir mal Freddie Mercury auf der Bühne vor, das weiße Tanktop und die weißen Jeans, die er bei dem Konzert in der Wembley-Arena getragen hat. Mode kann Menschen genauso berühren wie Musik. Das beste Beispiel dafür ist das Bandshirt, was du während einem Konzert trägst, das riecht sogar nach Schweiß und Bier. Das ist der Inbegriff von Klamotte, die du mit deiner Musik verbindest.

»Man muss viel, viel, viel, viel, viel an sich glauben, man muss viel, viel, viel arbeiten und es darf einen nichts ausmachen im Leben viele Entbehrungen auf sich zunehmen. Man darf nie aufhören an sich zu glauben.«

NICO: Wie sieht der Weg aus, bis man seine eigenen Designs auf der Fashion Week zeigen kann?

MR: Das ist ein langer, langer Weg und es ist nicht lustig. Das Ding ist, man muss viel, viel, viel, viel, viel an sich glauben, man muss viel, viel, viel, viel arbeiten und es darf einen nichts ausmachen im Leben viele Entbehrungen auf sich zunehmen. Man darf nie aufhören, an sich zu glauben. Das ist das A und O. Das muss der Antrieb sein, denn es werden genug Leute in deinem Leben auftauchen, die dir sagen, dass du nicht gut bist, dass deine Arbeit nicht gut genug ist.

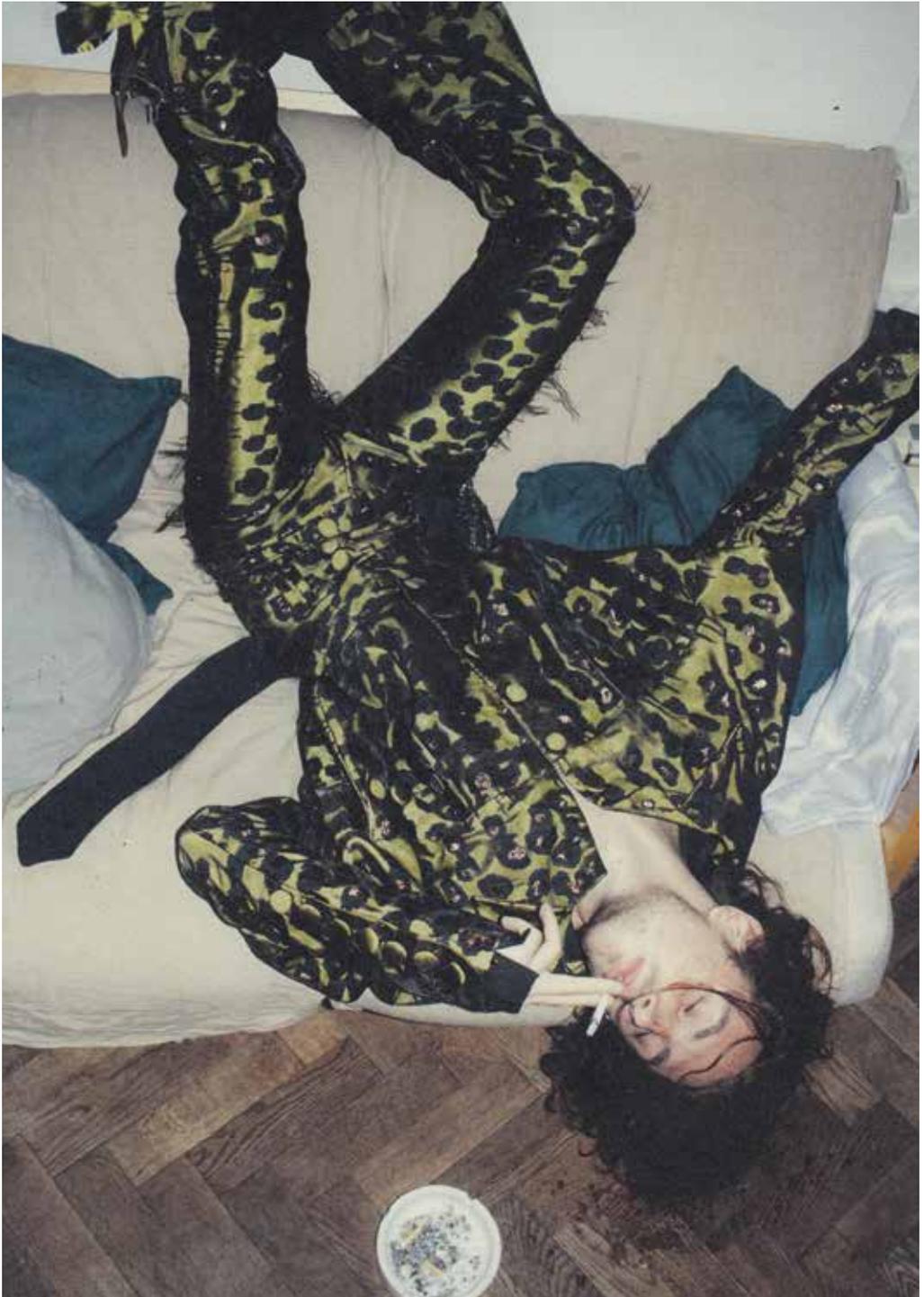
NICO: Was ist das Schönste an deinem Beruf?

MR: Ich mache etwas, das mir jeden Tag Freude bereitet. Ich sage immer: Wer näht, braucht keine Therapie. Damit stelle ich den Sinn von Therapie nicht in Frage, doch für mich hat dieser Beruf etwas sehr Meditatives und Beruhigendes – auch wenn es oft hektisch ist.

»Fashion ist harte Arbeit. Manchmal, wenn ich zurückschaue, denke ich mir: ‚Oh Gott, hätte ich doch nur aufgehört damit, wie furchtbar.‘ Tja, aber im Endeffekt hat es sich ausgezahlt.«

NICO: Welche Tipps würdest du jungen Menschen geben, die am Anfang einer Karriere in der Modebranche stehen?

MR: Man muss Kontakte knüpfen. Weißt du, diese Modeparties auf der Fashion Week, bei denen man sich nach den Shows trifft. Das sieht zwar immer alles schön und schick aus mit den Drinks in der Hand, aber eigentlich ist es Networking – also Arbeit. Du bist wie eine One-man-show, du musst dich um Dinge kümmern wie Grafik, Distribution, eine Website erstellen. Du erfüllst gerade am Anfang sozusagen die Aufgaben von zwölf Jobs auf einmal und das ist nicht immer lustig, aber man muss dranbleiben. Ich habe bei Null angefangen und es hat im Endeffekt zehn Jahre gedauert, bis ich Erfolg hatte. Manchmal, wenn ich so zurückschaue, denke ich mir: »Oh Gott, hätte ich doch nur aufgehört damit, furchtbar.« Tja, aber im Endeffekt hat es sich ausgezahlt.«



FILM

Rebellin in Rosa

Die 1980er-Jahren waren ein schrilles und vielfältiges Jahrzehnt, in dem gesellschaftliche Normen und Zwänge hinterfragt wurden – auch in der Mode. Der Teenie-Kultfilm »Pretty in Pink« aus dem Jahr 1986 zeigt, dass man sich nicht dafür schämen muss, anders zu sein. Eine Botschaft, die heute noch topaktuell ist, findet unsere Autorin.

Text: Pauline Clauß



Aktuell sind die 1980er-Jahre wieder auf den internationalen Laufstegen zu sehen. Aber das schrille Jahrzehnt steht für mehr als Schulterpolster und Karottenhosen. Es war die Zeit der Moderebellinnen, die sich nicht an Regeln hielten und mit ihrer Kreativität und Individualität selbst Trends setzen, anstatt ihnen zu folgen. Sie rissen Mauern ein, die Menschen voneinander trennten und kreierten neue Stile.

Auch das Genre des Highschool-Films boomte in den 1980ern. Diese Filme drehen sich häufig um Teenies in den Jahren der Selbstfindung und beschäftigen sich mit dem Verhältnis zwischen Normalos und Ausgeflippten. So ist es auch bei dem Filmklassiker »Pretty in Pink« von John Hughes, der 1986 erschien. Die Hauptfigur ist Andie, die sich von der beliebten Clique aus ihrer Schule abzugrenzen versucht. Es sind die sogenannten »rich kids«, reiche und spießige Jugendliche, die sorglos durch ihr Leben schlendern. Andie gehört dagegen zu den Außenseiterinnen mit finanziellen und familiären Problemen. Die soziale Abgrenzung der beiden Gruppen, welche unterschiedlicher nicht sein könnten, zeigt sich in einem starken Kontrast in der Kleidung der Teenager. Die »rich kids« tragen schlichte Looks in Pastellfarben. Das lässt sie sehr erwachsen wirken, aber auch langweilig. Sie wirken, als hätten sie keine eigene Identität. Sie heben sich nicht von der Gruppe ab, sondern gehen regelrecht darin unter.

Im Gegensatz tragen Außenseiter:innen, vor allem die Hauptfigur Andie, oft bunte Outfits, die leicht skurril wirken. Andies Stil orientiert sich nicht an der Kleidung ihrer Mitschüler, sondern spiegelt ihren romantischen und verspielten Charakter wieder. Oft zeigt sie sich in Rosa und Pink oder kombiniert verschiedene Muster miteinander. Sie liebt tonnenweise Modeschmuck, verrückte Kopfbedeckungen, Taschen oder Spitzenhandschuhe – am besten alles auf einmal. Ihr Motto lautet: Je überdrehter, desto besser! Andies Garderobe ist geprägt von Second-Hand-Klamotten, sowie selbstgenähten Eigenkreationen. Sie verkörpert eine eigenwillige, individualistische Haltung.

Taucht man in die Welt der Mode und ihre Bedeutung ein, so kann man einen tiefgründigen Sinn in Ihr erkennen. Mode steht nicht nur für Wandel und Vergänglichkeit, sondern für die Realisierung des eigenen Ichs.

Der Film zeigt, dass Mode auch vor vierzig Jahren eine große Rolle im Leben junger Menschen gespielt hat. Heute ist das Thema Selbstinszenierung so präsent wie noch nie. Trotzdem haben immer noch viele Menschen Vorbehalte gegen auffällige Kleidung. Einige sehen die Mode nur als alltägliches Mittel zur Bedeckung des Körpers. Taucht man jedoch in die Welt der Mode und ihre Bedeutung ein, so kann man einen tiefgründigen Sinn in Ihr erkennen. Mode steht nicht nur für Wandel und Vergänglichkeit, sondern für die Realisierung des eigenen Ichs. Durch die Mode kann man seine inneren Gefühle und Gedanken nach außen tragen.

Hätte man mich an Andies Stelle gesetzt, so würde ich genau wie sie versuchen, mich anders zu kleiden als meine Mitschüler. Nicht mit dem Strom zu schwimmen, sondern dagegen anzukämpfen. Es ist mir wichtig, meine Eigenarten und meinen Geschmack über meine Kleidung zu zeigen und mich nicht über eine bestimmte Clique oder soziale Gruppe definieren zu müssen. Der Film »Pretty in Pink« übermittelt eine wichtige Botschaft, nämlich: Kleidung ist ein Spiegel des Inneren. Die Gedanken und Gefühle, die wir tief in uns tragen, werden wie ein Spiegelbild nach außen reflektiert. Deshalb sollte man sich nicht dafür schämen, anders zu sein als andere. Man sollte dazu stehen, eine Außenseiterin zu sein.

Stich für Stich

Wer Kleidung ständig wegwirft und neu kauft, produziert nicht nur jede Menge Müll, sondern unterstützt auch schmutzige Produktionsbedingungen der Fast-Fashion-Industrie. Was aber tun, wenn teile kaputtgehen oder einem nicht mehr richtig gut gefallen? Einfach upcyceln!

Text: Greta-Josephine Wessels

Wir kaufen, kaufen und kaufen – und das gerne billig. Doch die Trends von heute sind der Müll von morgen. Und zwar bergeweise. Allein Deutschland produziert pro Kopf knapp fünf Kilo Textilabfall pro Jahr. Das macht fast 400.000 Tonnen pro Jahr. Ganz schön viel.

Dabei sind die meisten Kleidungsstücke noch in einem guten Zustand. Wir wollen nur einfach etwas Neues. In den sozialen Medien jagt ein Trend den nächsten, mit nur einem Mausklick können wir uns gleich mehrere Jacken, Hosen oder Oberteile nach Hause schicken lassen. Aber die Rechnung kommt immer hinterher. Und macht uns das alles überhaupt glücklich?

Die Lösung heißt Upcycling zu Hause: aus alten Teilen individuelle Kleidungsstücke basteln, die so sonst niemand besitzt. Dafür muss man nichts kaufen und braucht nicht mal besonderes handwerkliches Können. Ich habe Upcycling schon relativ früh für mich entdeckt. Mit 14 habe ich die alte Jeans meiner Mutter zu einer Shorts abgeschnitten – und die Hosenbeine als Patches für eine andere Jeans verwendet. Mit den Händen zu arbeiten hat mir dabei unheimlich viel Spaß gemacht.

Das Glück, das ich empfinde, wenn der Postbote mit einem Paket von neugeshoppter Kleidung vor der Tür steht, hält nur kurze Zeit an. Lebe ich mich dagegen selbst kreativ an meiner Kleidung aus, trage ich die so entstandenen Stücke mit einem anderen Gefühl. Durch die Mühe, die ich investiert habe, messe ich der Kleidung einen höheren Wert bei. Stich für Stich. Besonders stolz bin ich auf mein Korsett-Top aus Sicherheitsnadeln, das ich gerne trage, wenn es draußen warm ist. Mein himmelblaues, schon ausgebleichenes Top lag schon für längere Zeit nur noch im Schrank rum. Dann habe ich es spontan in der Mitte von oben nach unten aufgeschnitten und anschließend mit Sicherheitsnadeln zusammengesteckt. Inspiriert hat mich dabei ein Instagram Foto, auf dem so ein ähnliches Top zu sehen war.

Kein Mensch würde sein Fahrrad wegen eines platten Reifens entsorgen oder sein Auto wegen eines Steinschlags zur Schrottpresse bringen. Doch eine Jacke mit kaputten Reißverschluss landet schnell im Müll.

Kein Mensch würde sein Fahrrad wegen eines platten Reifens entsorgen oder sein Auto wegen eines Steinschlags zur Schrottpresse bringen. Doch eine Jacke mit kaputten Reißverschluss landet schnell im Müll. Dabei ist es gar nicht schwer, Kleidung zu reparieren oder zu verändern. Noch dazu spart man Geld und tut der Umwelt etwas Gutes: Mit der Wiederverwertung werden nämlich die Ressourcen, Emissionen, Abfall und Abwasser gespart, die zur Produktion neuer Kleidung nötig gewesen wären.





Mein persönliches Utopia

Wie es wohl wäre, in einer anderen Zeit zu leben? Freier, wilder, unbeschwerter? Unsere Autorin hat ihren historischen Sehnsuchtsort im Swinging London der 1960er-Jahre gefunden. Sie nimmt uns mit auf eine Zeitreise in die Carnaby Street, von wo aus das Lebensgefühl der Jugend die gesamte Welt eroberte.

Text: Valentina Marie Semler

Klack. Klack. Klack. Der Klang der flachen Absätze meiner weißen Go-Go Boots auf Asphalt verschmelzen mit dem sanften Sound der Beatles, die England bereits im Sturm erobert haben. Auf der Suche nach dem Ursprung der Musik bleibt mein Blick an den großen, weißen Buchstaben der gegenüberliegenden Boutique hängen. »LADY JANE of Carnaby Street«. Offensichtlich ist nicht nur meine Aufmerksamkeit geweckt. Förmlich angezogen von der großen Menschenmenge schließe mich den unzähligen jungen Menschen um mich herum an, um mir ebenfalls ein Bild des Spektakels zu machen. Ihrer schicken Kleidung nach zu urteilen handelt es sich dabei um Mods, kurz für Modernists. Eine Subkultur von Jugendlichen, die gegen die veralteten, prüden Ansichten ihrer Eltern ankämpft und Großbritannien Mitte der 1960er-Jahre ein neues, frisches Gesicht verpasst.

Meine Augen wandern von wild gemusterten Strumpfhosen bis hin zu den großen Sonnenbrillen auf ihren Nasen, ich sauge förmlich auf, wofür sie stehen. Jugend, Pop-Kultur und allem voran Unabhängigkeit. Einst bekannt für ihre ausschließlich männlichen Anhänger des modernen Jazz und Motorrollern, sind sie nun in den Swinging Sixties angekommen. So vielfältig und bunt wie nie zuvor nutzen sie die Gelegenheit, einen komplett neuen Style zu erschaffen. Ihr sich von der tristen Normalbevölkerung abhebendes Aussehen lässt mich eine Wärme tief in meinem Inneren verspüren. Ein Gefühl von Nostalgie.

Endlich gelingt es mir, einen Blick hinweg über die unzähligen Pixie Cuts zu erhaschen. Die Zeit steht für einen fesselnden Augenblick still. Das Innere des Schaufensters bietet mir eine neue Welt der Damenmode Polyester, Perspex, PVC. Eng an eng, in jeder sich vorstellbaren Farbe. Nicht etwa an kalten, leblosen Körpern von Mannequins, sondern in Szene gesetzt durch die sich frei bewegenden Models. Sich erlösend aus der Enge ihres Rollkragens bis ihre dünnen Körper nur noch von einem Hauch von Stoff bedeckt sind. Ihre ungebundene, farbenfrohe Existenz einzig in ihrer eigenen, träumerischen Welt. Eine Welt, die plötzlich greifbar nah auf ihr inzwischen prachtvolles Umfeld abfärbt. Die Sommersonne lässt die Farben um mich herum nun noch wärmer erscheinen, als sie ohnehin schon sind und schenkt mir ein angenehmes, fast euphorisches Empfinden.

Die Freiheit einer ganzen Generation. Unabhängig von den Vorschriften der letzten Jahrzehnte, einzig und allein dafür bestimmt, im Hier und Jetzt zu leben. Sich mit Hilfe von Mode, Musik und ihren jugendlichen Stimmen in einer neuen Welt durchzusetzen.

Das Gefühl von Freiheit liegt in der Luft. Die Freiheit meiner Beine, die Dank Mary Quant im kurzen Minirock die Straße entlang spazieren, ohne auch nur einen Gedanken an die Blicke meiner Mitmenschen zu verlieren. Die Freiheit meiner nackten Arme. Ein warmes Gefühl verspürend durch den funkelnden Sonnenstrahl, welcher an diesem paradiesischen Sommertag wie ein Scheinwerfer auf mich gerichtet ist. Die Freiheit meines Gewissens. Erfüllt von Liebe, fern von jener Last und Zweifel, die heutzutage auf ihm lägen.

Die Freiheit einer ganzen Generation. Unabhängig von den Vorschriften der letzten Jahrzehnte, einzig und allein dafür bestimmt, im Hier und Jetzt zu leben. Sich mit Hilfe von Mode, Musik und ihren jugendlichen Stimmen in einer neuen Welt durchzusetzen.

Nackte Haut. Für uns in keiner Weise neu oder gar revolutionär. Doch 33 Jahre vor meiner Geburt diente dieser Augenblick als Bildnis eines Umschwungs. Die Befreiung, ausgelöst durch das Abwerfen der Lasten und Einengungen, welche die Menschen zuvor zu erdrücken schienen. Eine Einfachheit, welche sich in einer doch so scheinbar liberaleren Welt als schwerer erweist, als es einmal war. Hier ist alles anders. Sonne, nackte Haut und keinerlei Komplikationen. Ich spüre mich hinwegschweifen, noch immer darum bemüht in den unendlichen Weiten dieser träumerischen Welt zu verweilen, um meinen alltäglichen Problemen zu entgehen. Doch so schnell ich in diese Zeit eintauchen konnte, so schnell spüre ich mich wieder in die Realität zurückgezogen. Die Musik verstummt. Das Verlangen nach Geborgenheit, nach besseren Zeiten bleibt. Nur fast kann ich den Eindruck gewinnen, ich sei dabei gewesen, als all dies passierte. Sei in der Lage gewesen, alles um mich herum zu sehen, zu hören und sogar zu fühlen. Von der warmen Sonne auf meiner Haut, bis hin zu den Emotionen meines Umfeldes. So nah und doch so fern. Leichtigkeit wird zu Last und ein Blick nach unten reißt mich zurück auf den Boden der Tatsachen.

Plitsch. Platsch. Raus aus dem sonnigen London der 1960er und wieder zurück im regnerischen Berlin der Gegenwart. Umgeben von Menschen, einzig auf sich allein fokussiert, ohne ein wirkliches Gefühl von Zugehörigkeit. Ihr Anblick lässt mir eine Sache nicht aus dem Kopf gehen. Die Frage, was man mit unserer Generation in 50 Jahren verbinden wird. Es wirkt, als würde sich das Schaffen von etwas Neuem um einiges schwerer erweisen, in einer Welt, in der es doch schon alles gibt. Für was soll man sich an uns später erinnern? In Zeiten, die uns keine Chance mehr lassen, durch unser Verhalten zu polarisieren, wie es noch zu vorherigen Dekaden der Fall war? Umso einfacher fällt es mir, in dieser Fantasie zu verweilen. Nostalgisch, nicht etwa für die ach so familiären vier Wände meines Kinderzimmers, sondern für eine Zeit lange vor meiner Geburt.

Für was soll man sich an unsere Generation später erinnern? In Zeiten, die uns keine Chance mehr lassen, durch unser Verhalten zu polarisieren, wie es noch zu vorherigen Dekaden der Fall war?



Carrie, komm zurück

Wohl keine Serienfigur hat das Bild der Lifestyle-Journalistin so geprägt wie Carrie Bradshaw in »Sex and the City«. Dabei waren ihre coolen Vintage-Outfits mindestens genauso spannend wie ihre Liebesabenteuer. Zwanzig Jahre später tritt Emily Cooper mit »Emily in Paris« an, das Image und den Look der Medienbranche zu modernisieren. Schade nur, dass die Macher der neuen Serie einen der wichtigsten Trends der Jetztzeit verpasst haben – bewusster Modekonsum.

Text: Franziska Zeimentz

Die eine schreibt in Ihrem Apartment in Manhattan Sexkolumnen für ein Printmagazin und trägt dabei schräge Flohmarktfunde. Die andere postet auf Instagram, während sie in perfekt abgestimmten Designer-outfits durch die Straßen von Paris flaniert. Welcher Lebensentwurf ist ansprechender?

Die Serien »Sex and the City« und »Emily in Paris« handeln beide von jungen Frauen, die Mode lieben und in der Medienbranche arbeiten. Aber es gibt noch eine weitere wichtige Gemeinsamkeit: die New Yorker Stylistin Patricia Fields ist für die Outfits beider Protagonistinnen verantwortlich.

Auch wenn ich »Sex and the City« erst einige Jahre nach der Erstausrahlung gesehen habe, so kann ich mir doch ganz gut vorstellen, welche Wirkung die Serie damals auf die Zuschauerinnen hatte. Patricia Fields Styling war revolutionär, weil es zeigte, dass man nicht viel Geld braucht, um eine Modeikone zu sein. Stilbrüche galten jetzt als cool: Carrie machte den Tüllrock auch außerhalb des Balletts tragbar oder ging mit Cowboyhut zu einer Strandparty. Besonders war auch, dass die Darstellerinnen nicht ständig neue Sachen trugen, sondern bestimmte Kleidungsstücke immer wieder in neuen Kombinationen auftauchten. Die Ideen von Patricia Fields brachten viele Frauen dazu, sich nach gebrauchten Kleidern umzusehen. Was vorher noch als Secondhandshopping galt, wurde plötzlich zum viel cooler klingenden »Thriften«.

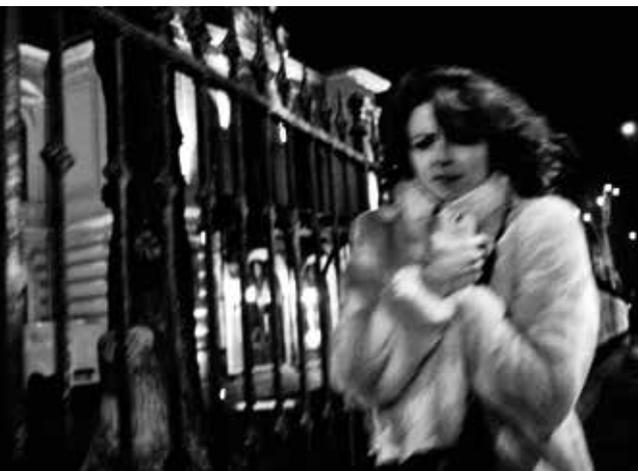
Heute ist das Thema bewusster Modekonsum noch aktueller geworden. Alles wird schnellerbiger, Fast-Fashion-Brands bringen eine Kollektion nach der anderen raus und viele machen sich Gedanken über die Auswirkungen, die das auf unser Klima und die Umwelt hat.

Leider zeichnet die neue Serie »Emily in Paris« ein ganz anderes Bild: die junge Emily Cooper macht sich von Chicago auf den Weg nach Paris, um einen Job als Social-Media-Managerin anzutreten. Für die fiktive Marketingagentur »Savoir« kümmert sie sich besonders um die Plattform Instagram. Mit regelmäßigen

Posts und Beiträgen versorgt sie ihre Follower mit dem nötigen Wissen rum um ihr Leben in Paris. Dabei fallen besonders ihre ständig wechselnden Outfits ins Auge. Denn während Patricia Fields Carrie Bradshaw in »Sex and the City« noch mehrmals einen Flohmarkt-Pelzmantel mit Wiedererkennungswert tragen ließ, taucht Emily in jeder Szene in neuen Designer-Klamotten auf. Zweimal dasselbe tragen? Für Emily in ihrem Jobs als Promoterin wohl unvorstellbar.

Mit geht dabei etwas verloren, denn ich habe bei »Sex and the City« besonders Carries unverwechselbare Kombinationen geliebt. Emilys sündhaft teure Komplettllooks bekannter Luxusbrands wirken dagegen total unpersönlich, eben wie direkt vom Laufsteg. Auch im Hinblick auf die Nachhaltigkeit ist Carrie eindeutig das bessere Vorbild. Eines ihrer Wiedererkennungsmerkmale war die goldene Namenskette, die sie in fast jeder Folge trug. Auch bei Emily findet sich ein solch charakteristisches Accessoire wieder: ihre Handyhülle im Retrokamerastil, die sich durch ein daran befestigtes Band praktisch umhängen lässt. Aber das Handy als Sinnbild unserer Konsumgesellschaft unterstreicht am Ende doch nur wieder die Schnelllebigkeit unserer Zeit.

Gerade jetzt, wo wir alle unseren Modekonsum überdenken sollten, zeigt »Emily in Paris« das Bild einer jungen Frau, die ihre Persönlichkeit anscheinend nur durch ständig neue Luxusteile zum Ausdruck bringen kann. Man kann sich darüber streiten, ob Patricia Fields sich selbst untreu geworden ist, oder ob sie dem Druck der Produktionsfirma nachgeben musste. Denn natürlich haben auch die Zeiten sich geändert, was auch die Berufsbilder der zwei Hauptcharaktere verdeutlichen. Während Carrie noch ganz klassisch Texte in den Laptop tippt, postet Emily ausschließlich in den sozialen Netzwerken. Der Vergleich beider Serien macht deutlich, dass es auch schön sein kann, am Alten festzuhalten. Es muss nicht immer das Neueste sein. Manchmal ist ein cooles Einzelstück aus einem Vintage-Shop genau das richtige.



Naturtalente

Wie fühlt es sich an, heute als junger Mensch am Anfang einer Modekarriere zu stehen? Wir sprachen mit drei Absolventinnen der FH Bielefeld über Ihre nachhaltigen Abschlusskollektionen und fragten sie, wie sich die Branche in Zukunft verändern muss.

Interviews: Jil-Naja König und Paloma Schneider-Lopez

»Ich wollte etwas Sinnvolles schaffen«

Carlotta Laufkötter, 22 Jahre

NICO: Wie kamst du auf die Idee, deine Abschlusskollektion nachhaltig zu gestalten?

Carlotta: Ich wollte etwas Sinnvolles schaffen, was die Menschen weiterbringt und nicht nur mir persönlich nützt. Während des Studiums habe ich mir überlegt, wo ich mich später selber sehe. Der Nachhaltigkeitsgedanke hat mich dann direkt gepackt.

NICO: Baut sich während des Studiums ein Druck auf, kreativer sein zu müssen als die anderen? Wandert der Blick des Öfteren nach links und rechts?

Carlotta: Natürlich guckt man immer, was die anderen machen. Leider gibt immer noch relativ wenige Kollektionen, die auf Nachhaltigkeit setzen. Aber bei uns ist alles ziemlich freundschaftlich, keiner will den anderen ausstechen. Der Druck ist natürlich trotzdem da. Den macht man sich selbst.

NICO: Du hast dich bei deiner Kollektion für Vintage Upcycling entschieden, also der Wiederverwertung von gebrauchter Kleidung. Wie kam es dazu?

Carlotta: Wir hatten uns vorher im Rahmen eines Projekts mit Jugendkulturen beschäftigt. Hip-Hop fand ich persönlich mega cool und spannend. Ich wollte das mit der Nachhaltigkeit verbinden. So bin ich auf die Technik des »Sampling« gestoßen. Damit wird im Hip-Hop Altes mit Neuem verbunden und gemischt. Dieses Prinzip habe ich auf meine Kollektion übertragen. So hat es sich ergeben, dass ich alte Kleidungsstücke bekommen und diese in neue umgewandelt habe. Das Tolle war, dass ich von allen Seiten mit Kleidung zugeschmissen worden bin. In jedem Kleiderschrank verstecken sich noch geheime, alte Schätze und die sind jetzt alle in meinem Zimmer auf einer großen Kleiderstange gesammelt.

»In jedem Kleiderschrank verstecken sich noch geheime, alte Schätze.«

NICO: Wenn du jetzt deine erste Fashionshow präsentieren könntest, wie würde die dann aussehen?

Carlotta: So divers wie möglich! Jede Farbe und Form sollten eine Chance haben. Dann würde ich gerne genderübergreifend arbeiten. Frauen sollten auch Männerkleidung tragen und Männer auch Frauenkleidung. Das wäre mir persönlich wichtig, damit meine Mode und nicht in ein Klischee gezwängt wird.



NICO: Was muss sich in der Modebranche in Bezug auf die Nachhaltigkeit ändern?

Carlotta: Vieles! Wir können aber nicht immer nur der Modeindustrie die Schuld geben. Es hat einiges mit uns zu tun. Wir sollten erst anfangen, unser eigenes Konsumverhalten zu hinterfragen. Ich persönlich kenne es auch, dass man viel zu schnell wieder zur nächstbesten Fast-Fashion Kette läuft und sich das Neuste kauft. Dabei ist es viel cooler, auf Qualität und nicht auf Masse zu fokussieren.

»Das ist die Zukunft«

Jana Meyer, 25 Jahre

NICO: Warum hast du dich für eine nachhaltige Abschlusskollektion entschieden?

Jana: Ich finde, das ist die Zukunft. Dazu ist es auch meine eigene Moral. Ich selber versuche möglichst wenig unnötige Sachen zu konsumieren. Eigentlich kaufe ich gar keine neuproduzierte Kleidung. Deshalb versuche ich auch, bei meinen Designs komplett darauf zu verzichten, neue Materialien zu kaufen.

NICO: Für deine Kollektion hast du alte Pullis aufgetrennt und daraus neue Garne gemacht. Wie kamst du auf die Idee?

Jana: Eine Freundin hat während des ersten Corona-Lockdowns im Frühjahr 2020 ihren Kleiderschrank aussortiert und wollte unglaublich viele Pullover wegtun. Als ich die in die Finger bekam, fing ich an, sie wieder aufzuribbeln. So bin ich auf die Idee des Upcyclings gekommen. Außerdem habe ich mit alten Strumpfhosen gewebt. Was willst du auch noch mit ihnen machen, wenn sie Laufmaschen oder Löcher haben?

NICO: War Modedesignerin immer schon dein Traumjob?

Jana: Eigentlich gar nicht. Ich habe schon immer genäht und mit 14 oder 15 angefangen zu weben. Ich habe das nie als realistische Berufschance gesehen und zuerst in Richtung Naturwissenschaften studiert. Vor einem Designstudium bin ich immer zurückgeschreckt, weil ich gar nicht zeichnen kann. Im Endeffekt bin ich jetzt hier, weil mich ein damaliger Freund animiert hat mich zu bewerben. Ich sehe es als totales Privileg, etwas studieren zu können, bei dem ich komplett nur an meinen eigenen Ideen arbeiten kann.

»Ich versuche, nur besondere Sachen zu besitzen, die ich wirklich gerne mag.«

NICO: Wie stellst du dir deine Zukunft vor? Möchtest du ein eigenes Label gründen oder als Designerin angestellt sein?

Jana: Mir ist es wichtig, selber mit den Händen arbeiten zu können. Am liebsten an der Nähmaschine. Selbstständigkeit wäre eine Möglichkeit oder ich gehe zu einem kleinen, nachhaltigen Label. Zu einem großen Unternehmen in der industriellen Mode möchte ich aber auf keinen Fall.

NICO: Wie sieht es in deinem Kleiderschrank aus? Nähst du dir vieles selbst?

Jana: Ja schon. Seit ich angefangen habe zu studieren sind es weniger selbstgemachte Teile geworden, weil ich nicht mehr so viel Zeit habe. Dafür dann aber speziellere und feiner ausgearbeitete. Zum Beispiel habe ich eine Jacke, wo ich das Garn selbstgesponnen, selbst gefärbt und den Stoff selbst gewebt habe. Das war ein Projekt, das mich während des Studiums fast ein Dreivierteljahr beschäftigt hat. Ich versuche, nur besondere Sachen zu besitzen, die ich wirklich gerne mag.



»Die Modeindustrie muss einen totalen Shift machen«

Marie Prochatzki, 22

NICO: Für deine Abschlusskollektion hast du mit nachhaltigen Pflanzenfarben gearbeitet. Wie bist du auf die Technik gekommen?

Marie: Wir hatten an der Uni einen Workshop indem wir pflanzliche Färbetechniken gelernt haben. Das habe ich dann weitergeführt. Es hat super viel Spaß gemacht, weil wir alle im Team zusammengearbeitet haben. Es war sehr spannend das Resultat zu sehen, da man vorher nicht weiß, welches Ergebnis man bekommt. Je nachdem, wie die Pflanzen sind ändert sich auch die Färbung.

NICO: Die Kollektion wurde von der Protestbewegung der Native Americans in den USA inspiriert. Hast du dich viel mit dem Thema beschäftigt?

Marie: Meine Schwester hat ein Auslandsjahr in den USA gemacht. Dadurch habe ich mich dann mehr für das Land interessiert und bin auf die Native Americans gestoßen. Die Protestbewegung hat mich persönlich sehr berührt, da die Kultur so gemeinschaftlicher und respektvoll gegenüber der Natur ist. Es ist faszinierend und schockierend zugleich, dass die Natives der USA in ihrem eigenen Land keine große Rolle spielen.

»Man sollte seine Kleidung so lange tragen, bis sie kaputtgeht.«

NICO: Was muss die Modeindustrie in Bezug auf Nachhaltigkeit ändern?

Marie: Die Modeindustrie muss einen totalen Shift machen. Aber ich denke nicht, dass das so schnell passieren wird. Wirtschaftlichkeit steht immer noch an oberster Stelle: Die Kleidung muss sich verkaufen. Aber was ist der wirkliche Wert der Kleidung? Es ist nicht nur die Qualität, die mit dem Preis verbunden wird, sondern dahinter stehen auch Menschen. Wir haben eine soziale Verantwortung für die Menschen, die die Kleidung herstellen. Es kann nicht sein, dass so viel Gewinn abfällt und sie nicht von ihrem Gehalt leben können, dazu noch zu schlechten Bedingungen arbeiten. Unternehmen sollten da ein Vorbild sein.

NICO: Wie sieht es in deinem eigenen Kleiderschrank aus? Hängen da noch Fast-Fashion-Teile?

Marie: Klar besitze ich noch ein paar Teile von Fast-Fashion-Ketten, aber ich hoffe, dass es bei denen bleibt. Wenn ich mir mal was Neues kaufe, versuche ich darauf zu achten, dass es nachhaltig hergestellt ist. Ich überlege mir zuerst, ob ich das Teil wirklich brauche. Viele denken, dass eine minimalistische Garderobe besonders nachhaltig sei und misten ihren Kleiderschrank aus. Die Sachen verschwinden im Altkleidercontainer und danach kaufen sie sich neue Sachen, die zusammenpassen. Das ist einfach sinnlos. Es ist vielleicht gut für einen selbst, aber auf jeden Fall nicht nachhaltig. Man sollte seine Kleidung so lange tragen, bis sie kaputtgeht.



ESSAY

Von Greta zu Greta

Seit Greta Thunberg zum Gesicht der Klimaschutzbewegung wurde, wird unsere Autorin dauernd auf sie angesprochen. Wie lebt es sich mit einer so berühmten Namensvetterin?

Text: Greta Marie Jacobson

Siebter Juni 2002. Für die meisten ein willkürliches Datum, für meine Eltern jedoch der Geburtstag ihrer ersten Tochter und für mich der Beginn von allem. Alles war perfekt, bis es darum ging, mir einen Namen zu geben. Meine Mutter wollte mich nach ihrer Großmutter benennen und machte aus dem Namen Margarete den Namen Greta, doch mein Vater wehrte sich mit all seiner Macht dagegen. Er brachte es sogar so weit, mich die ersten zwei Wochen meines Lebens demonstrativ Marie zu nennen, bevor er schließlich nachgab und aus mir Greta Marie wurde. Niemand konnte jedoch damit rechnen, dass nur einige Monate nach mir eine zukünftige Ikone auf die Welt kommen sollte, die ebenfalls den Namen Greta tragen und die Assoziierung meines Namens komplett verändern würde: Greta Tintin Eleonora Ernman Thunberg.

Während ich mich täglich mit meinen Schulfreunden zum Spielen treffe und sämtliche Sportarten ausprobiere, stößt Greta Thunberg im Alter von acht Jahren auf ein Thema, was ihr Leben und ihre Sichtweise darauf schlagartig ändern sollte: Sie erfährt vom Klimawandel. Das Thema packt und schockiert sie so sehr, dass sie immer wissbegieriger wird und der schrecklichen Realität bald nicht mehr standhalten kann. Sie entwickelt Depressionen und wird mit zwölf Jahren mit dem Asperger-Syndrom diagnostiziert.

Am zwanzigsten August 2018, in Mitte der Dürre- und Hitzewelle, die große Teile Europas erfasste, soll sich ihr Leben schlagartig komplett verändern, denn sie platziert sich am ersten Schultag nach den Ferien mit einem selbstbemalten Schild mit der Aufschrift: »Skolstrejk för klimatet« vor dem schwedischen Reichstag. Dies tut sie ganz allein, denn sie hat die Nase voll von Ignoranz gegenüber dem Thema, das ihr so große Angst bereitet.

Bis zur Wahl des schwedischen Reichstags am neunten September 2018 steht sie jeden Freitag dort mit ihrem Schild. Bald findet sie Gleichgesinnte und der Schulstreik breitet sich aus wie ein Lauffeuer. Unter dem Hashtag #FridaysForFuture organisieren sich Jugendliche und junge Erwachsene weltweit und demonstrieren gemeinsam freitags während der Schulzeit für ihre Zukunft.

Greta ist das Gesicht der Klimaschutzbewegung, dank ihr beginnt eine neue Ära, in der die bisher meist belächelte Generation Z beweist, dass sie weder unpolitisch noch durch Bildschirme verblödet ist, eine Reaktion, mit der die Erwachsenenwelt überfordert zu sein scheint. Erst wurde uns vorgeworfen, wir seien desinteressiert, doch nun, da das Interesse und der Nachdruck größer denn je sind, wird der Spieß umgedreht. Jetzt heißt es, wir seien zu extrem oder wollten nur die Schule schwänzen. Ganz nach dem Motto: Seid politisch, aber doch bitte in einem anderen Ton und gefälligst am Wochenende.



Erst wurde uns vorgeworfen, wir seien desinteressiert, doch nun, da das Interesse und der Nachdruck größer denn je sind, wird der Spieß umgedreht und die Anhänger:innen der Bewegung werden als Schulschwänzer:innen und Extremist:innen titulierte, ganz nach dem Motto: Seid politisch, aber doch bitte in einem anderen Ton und gefälligst am Wochenende.

Greta wird zu einem weltweiten Idol, sie tritt in zahlreichen Fernsehshows auf, besucht Proteste und wird zu politischen Veranstaltungen wie der UN-Klimakonferenz eingeladen. Mittlerweile ist sie jedem bekannt. Inwiefern beeinflusst uns Greta als Ikone aber nun wirklich? Und vor allem: wie beeinflusst ihr Name, der in unfassbarer Geschwindigkeit zur Marke wurde, ihre Namensvetterinnen, darunter mich?

Seitdem Greta Thunberg bekannt ist und den Nerv der Gesellschaft getroffen hat, gibt es kaum eine neue Bekanntschaft, die meinen Namen nicht direkt mit ihr in Verbindung bringt. Tatsächlich ist laut dem norddeutschen Namensexperten Knud Bielefeld der Name »Greta« entgegen der Erwartungen auf der Rangliste der Namen nach unten getrieben worden: er rutschte von Platz 30 innerhalb eines Jahres auf den 100sten Platz, was selten vorkomme.

Wünschte ich mir nun, dass mein Vater sich damals durchgesetzt hätte? Auf keinen Fall. Um ehrlich zu sein wünschte ich mir, dass meine Mutter noch hartnäckiger gewesen wäre und ihm auch den Zweitnamen ausgedeutet hätte, denn der ist es, der mich durch seine Häufigkeit wirklich wurmt. Mit einer weltweiten Ikone des Klimaschutzes in Verbindung gebracht zu werden und durch sie mit der Frage, wie viel zu geben (und aufzugeben) wir zum Wohl unseres Planeten bereit sind, halte ich allerdings für wenig problematisch. Im Gegenteil: Ich bin sogar ziemlich stolz darauf.



FILM

Was wirklich zählt

Schon als Kind hat unser Autor mit seinem Vater gerne klassische Mafia-Filme geguckt – und daraus vieles für sein Leben gelernt.

Text: Christopher Cakmak

»The world is yours.«

Scarface, 1983 (Regie: Brian de Palma)

Es gibt Momente in unserem Leben, in denen wir sofort handeln müssen. Ob wir richtig entschieden haben, zeigt sich oft erst später. Was wirklich zählt, ist die Intention, der Grund weshalb wir so gehandelt haben – außergewöhnliche Situationen, erfordern nun Mal außergewöhnliche Methoden, oder? Den Film »Scarface« habe ich zum ersten Mal mit zwölf Jahren gesehen und noch heute, neun Jahre später, begleitet das berühmte Zitat »The world is yours« mich jeden Tag. Aus dem Film habe ich gelernt, sich niemals unterkriegen zu lassen. Egal, wie tief du in der Klemme steckst, du kannst es immer als Ansporn nehmen, daran zu wachsen. Jeder kennt wohl den Druck aus der eigenen Familie: Was willst du später mal werden? Du musst eine Ausbildung abschließen, sonst wirst du nie Erfolg im Leben haben! Dank »Scarface« weiß ich jedoch, dass meinen eigenen Weg gehen werde. Denn die Welt gehört mir, ich kann machen, was ich möchte und was mich vollkommen glücklich macht. Was Erfolg ist, muss jeder für sich selbst definieren.

»Geld ist nur Papier, George. Darauf kommt es nicht an.«

Blow, 2001 (Regie: Ted Demme)

Hätte man mir vor ein paar Jahren die Frage gestellt, mit welchem Statussymbol ich »erfolgreich sein« definiere, dann wäre ein Lamborghini meine Antwort gewesen. Dann sah ich den Film »Blow«, und die



Worte, die Fred Jung zu seinem Sohn George spricht, haben sich wie ein heißes Eisen in mein Gehirn und vor allem in mein Herz eingebrannt. Die Filmszene hat meine Definition von Erfolg in den Jahren sehr beeinflusst und verändert. Heute denke ich, dass Familie, Freunde und Gesundheit ist der wahre Reichtum sind, den man besitzen kann. Nichts davon kann man mit Geld kaufen – Geld ist nur ein Stück Papier.

»You know, we always called each other goodfellas. Like you'd say to somebody: You're gonna like this guy, he's all right. He's a goodfella. He's one of us.«

Goodfellas, 1990 (Regie: Martin Scorsese)

Mafiabosse sind nicht einfach nur Verbrecher. Sie besitzen Stil und Extravaganz. Sie sind immer glatt-rasiert und akkurat frisiert. Sie tragen blütenweiße Hemden, dreiteilige Anzüge und glänzende Lederschuhe, die immer frisch geputzt sind. Dieser Look ist bis heute nie aus der Mode gekommen. Auch ich zähle mich zu den »Goodfellas«.

»Ein Mann, der keine Zeit mit seiner Familie verbringt, ist kein richtiger Mann.«

Der Pate, 1972 (Regie: Francis Ford Coppola)

Häufig denken die Menschen bei Mafiafilmen nur an Verbrechen und übersehen dabei die positiven Botschaften. Die Familie steht immer im Zentrum, alle halten zusammen. Gute Freunde können auch zu Familienmitgliedern werden. Es geht um Zugehörigkeit, Loyalität und enge Verbundenheit.



IMPRESSUM

Berlin 2021

BSP Business and Law School
Hochschule für Management und Recht
Fakultät Creative Business
Calandrellistraße 1-9
D-12247 Berlin
www.businessschool-berlin.de
www.fakultaet-creative-business.de

Redaktionsleitung:
Diana Weis

Redaktion:
Christopher Cakmak | Pauline Clauß | Greta Marie Jacobson | Jil-Naja König | Olivia Lewis | Sophie Mukadi | Paloma Schneider-Lopez | Valentina Marie Semler | Greta-Josefine Wessels | Franziska Zeimentz

Schlussredaktion:
Heinrich Dubel Medien- und Verlagsservice

Verantwortlich:
Ilona Renken-Olthoff

Bildnachweis:

Cover:
Pxhere.com CCO public domain

Seite 7:
©Hernán Piñera: Deserted beach, flickr.com

Seite 10:
©Northridge Alumni Bear Facts: 1960 All-Sports Queen, flickr.com

Seite 13:
©genibee: 1950s Prom Queen and her court, flickr.com

Seite 19:
Gerhard Gronefeld: Sommerschlussverkauf im Münchner Kaufhaus »Oberpollinger«, München 1954, Deutsches Historisches Museum

Seite 22:
©Martin Mai

Seite 23:
©Scoobay: Einkaufszentrum, flickr.com

Seite 24:
©Emily Orpin: A day in Hongdae, flickr.com

Seite 29:
©Looking for Janis: A vintage shop on 4th Avenue, flickr.com

Seite 32:
Illustration: Valentina Marie Semler

Seite 35:
Vivienne Westwood/Malcolm McLaren T-Shirt, 1977
©bonhams.com

Seiten 40-45:
Fotograf: Marcus Thiemann
Model: Vicenca P/Splendid Models
Haare und Make-up: Caroline Raick
Kurs Modemarketing 2019

Seiten 47 & 49:
©Wolfgang Sterneck: LOVE AND SELF-DETERMINATION
– Photo impressions of the 1920s, flickr.com

Seiten 61, 63 & 65:
©Laura Knipsael

Seite 66:
©Jean L.: Frilly pink dresses for Easter Sunday, flickr.com

Seite 69:
©Heather: sashiko stitch and patch, flickr.com

Seite 70:
©Newcastle Libraries: Toró16, High Bridge, Newcastle upon Tyne, flickr.com

Seite 73:
©Jack de Nijs / Anefo, CCO, via Wikimedia Commons

Seite 75:
©J Stimp: A Starlet Out of Time, flickr.com
©Chris Goldberg: Girl in the White Dress - 2nd Ave Subway Stop, NYC

Seite 77:
©Raphael Helmut

Seite 79:
©Varvara Smirnova

Seite 81:
©Léon Aicher

Seite 83:
©simpleinsomnia: small portrait of a cute litte girl 4, flickr.com

Seiten 86 & 87:
©Breve Storia del Cinema: Scarface, flickr.com

Fakultät
CREATIVE BUSINESS

BACHELOR

Modemarketing B.A.

Modejournalismus B.A.

Costume and Make-up Design B.A.

Sustainable Fashion B.A.

MASTER Creative Business Management M.A.

more Information  fakultaet-creative-business.de