

Mode kommt in

Die Initiative „**Voices of Fashion**“, in der sich Rathaus, Kreativ- und Textilbranche engagieren. Etlliche Läden sind mit dabei. Gegenüber der Rheinterrasse wird ein **Event-Zelt** aufgebaut,

VON DENISA RICHTERS

Obwohl die Modemesse Collection Première Düsseldorf (CPD), die vom 25. bis 27. Juli drei Messehallen füllen wird, nur Fachbesuchern offen steht, wird die Mode diesmal für die Düsseldorfer eine so große Rolle spielen wie schon lange nicht mehr. Möglich macht das die Initiative „Voices of Fashion“ (Stimmen der Mode), in der sich Vertreter der Stadt und der Textilbranche, Designer, Musiker und andere Kreative engagieren.

„Unser Ziel ist, mit geballter Sichtbarkeit zu zeigen, wie stark und kreativ der Modestandort Düsseldorf ist“, sagte Uwe Kerkmann, Sprecher des federführenden Vereins „Fashion Net“ und Leiter des Amtes für Wirtschaftsförderung, bei der Präsentation des Programms. Er appellierte an alle, die Ideen haben und sich einbringen wollen, Mitglied des Vereins zu werden und die Initiative auch finanziell zu unterstützen. „Ein Standort verändert sich nicht von alleine.“ Musikproduzent Philipp Maiburg und Bernd Bücker von der Agentur „Fresh Fruit“ stellten Details vor:

Fashion Dome Auf dem Victoriaplatz gegenüber der Rheinterrasse wird vom 23. bis 26. Juli ein 300 Quadratmeter großes Kuppelzelt aufgestellt. Der Dome kann von innen und von außen beleuchtet werden und bildet das programmatische Zentrum von „Voices of Fashion“. Interessant wird es dort vor allem am Sonntag, 25. Juli. Dann wird das Zelt von 12 bis 20 Uhr zum „Pop-up-Store“: Junge Designer aus aller Welt präsentieren hochwertige und experimentelle Kollektionen, die direkt gekauft werden können (Eintritt ohne Einladung). Zwei Tage zuvor, am Freitagabend, gehört der Dome der Modebranche (nur mit Einladung), die sich in der „Whisper Lounge“ austauschen kann. Am Samstagabend präsentiert die spanische Marke Custo bei einer Schau ihre Mode (nur mit Einladung). Am Montag folgt zum Ab-



Elegant, aber auch clubtauglich: Models in Abendkleidern der Düsseldorfer Designerin Ruth Heinen

RP-FOTOS (2): HANS-JÜRGEN BAUER

die Stadt

en, holt zur Fachmesse CPD die Trends auf den Victoriaplatz. t, in dem an einem Tag jeder **Designer-Mode** kaufen kann.

schluss eine Installation des süd-afrikanischen Labels „Black Coffee“ aus Mode, Tanz und Licht.

Fashion High Street Am Samstag, 24. Juli, werden die Trends der Messe und aus den Showrooms in die Stadt getragen. In mehr als 70 teilnehmenden Geschäften, Galerien, Bars und Restaurants von Fliegern-Nord bis Oberkassel werden neben Mode auch Ausstellungen, Shows und Konzerte geboten (die Liste der Teilnehmer gibt es unter www.voices-of-fashion.de).

NRW-Forum Wie seit vielen Jahren wird das Modegeschehen mit einer attraktiven, zum Thema passenden Ausstellung im NRW-Forum am Ehrenhof begleitet. Diesmal widmet sich die Schau „Styleclicker“ Gunnar Hämmerle, einem der renommiertesten Mode-Blogger der Welt. Gezeigt werden knapp 1000 Blog-Fotos von „Menschen des 21. Jahrhunderts“. Die Ausstellung wird am Samstag, 24. Juli, eröffnet.

Fashion Shots In der Art-Lounge Curtiz im KIT (Kunst im Tunnel) am Rhein (Altstadtufer, kurz vor der Rheinkniebrücke) dreht sich am Samstag von 12 bis 20 Uhr alles um Bilder und Mode. Sechs Mode- und zwei Schmuckdesigner präsentieren ihre Kreationen, die von drei Modefotografen live und vor Publikum inszeniert werden. Insgesamt sind acht Fotosessions angesetzt, die erste beginnt um 12.30 Uhr, die letzte um 19.30 Uhr. Organisator ist der Designertreff Düsseldorf.

KOMMENTAR

Endlich auf dem richtigen Weg

Über den Modestandort Düsseldorf wurde in den vergangenen Jahren viel diskutiert. Das Wort Aufbruchstimmung fiel dabei selten. Was nicht am Modestandort an sich lag, denn in den stadtweit Hunderten von Showrooms wurden und werden beste Geschäfte gemacht. Nur die Düsseldorfer Bürger bekamen davon wenig mit. Ebenso still schrumpfte in Stockum die Modemesse von Weltformat auf nun drei Hallen. Geredet wird immer noch, und es sind viele gute Ideen darunter. Nun scheinen aber endlich Taten zu folgen. Es ist richtig, die Mode während der Fachmesse stärker in der Stadt sichtbar zu machen – und zwar auch jenseits der Kö. Ausgefallene Designer-Mode nicht nur Händlern, sondern ebenso Endkunden zugänglich zu machen, weckt die Aufmerksamkeit und steigert die Akzeptanz. Und es wurde allerhöchste Zeit, die kreativen Potenziale, die es ohne Frage seit langem in Düsseldorf gibt, zusammenzubringen. Es mag sich vielleicht noch nicht jeder in dem Konzept wiederfinden. Aber der Aufbruch ist offenbar gemacht. Man darf jetzt gespannt sein.

DENISA RICHTERS



„Voices of Fashion“ (v.l.): Bernd Bucker, Uwe Kerkmann, Philipp Maiburg, Wolfgang Hein und Juanita Daniel

INFO

Mode in Düsseldorf

CPD Fachmesse, vom 25. bis 27. Juli werden auf dem Messegelände 950 Kollektionen für die Saison Frühjahr/ Sommer 2011 gezeigt
Showrooms stadtweit etwa 1000, dort können Händler Ware ordern
Fashion Net Düsseldorf Verein, in dem Stadt, Land, Showrooms, Messe Düsseldorf, CPD-Veranstalterin Igedo u.a. vertreten sind.