

Modestimmen werden lauter

VOICES OF FASHION Wenig los bei der High Street, Modenschau und Pop-up-Store kommen an.

Von Juliane Kinast

Zwei Handgriffe – schon ist aus dem Neckholder-Kleid eine trägerlose Robe geworden, mit zwei weiteren Handgriffen ein Rock. Jacques van der Watt scharft die Besucher um den Stand von Black Coffee aus Johannesburg, als er das wandlungsfähige Kleid wieder und wieder neu bindet. „Wir zeigen den Kunden 20 Varianten“, sagt er. Marion von Guretzky probiert das Kleid direkt an. „Etwas ganz Besonderes“, findet sie – ob es ihr die 250 Euro wert ist, überlegt sie noch.

Ihre Freundin Mary Miosic hat schon zugeschlagen. Am Stand von The Hip Tee hat sie ein Shirt erstanden. Beide Frauen waren neugierig auf den Pop-Up-Store am Sonntag im Modezelt an der Rheinterrasse. „Ich finde es super, dass das Zelt auch für die Verbraucher zugänglich ist“, sagt Miosic. „Ich dachte allerdings, es wäre größer.“ Die 13 jungen Labels haben je nur zwei, drei Kleiderstände anzubieten. „Aber die Sachen sind toll“, sagt Daniela Holstein. „Und so bekommt man auch als normaler Düsseldorfer etwas vom Modeflair mit.“ Nicht nur die Fachbesucher der CPD.

Diese Idee steckt auch hinter der Aktion High Street, mit der die Initiative „Voices of Fashion“ am Samstag all das verbinden wollte, was in Sachen Mode und Kreativität in Düsseldorf passiert. Rund 70 Geschäfte, Unternehmen und Events standen auf dem High-Street-Flyer, im Straßenschild waren sie durch einen großen, weißen Ballon über dem Eingang markiert. „Ich finde es

■ VOICES OF FASHION

GRÜNDUNG Die Initiative wurde im Februar von Philipp Maiburg und Bernd Bucker gestartet, um Mode in Düsseldorf sichtbarer zu machen und die Szene zu vernetzen.

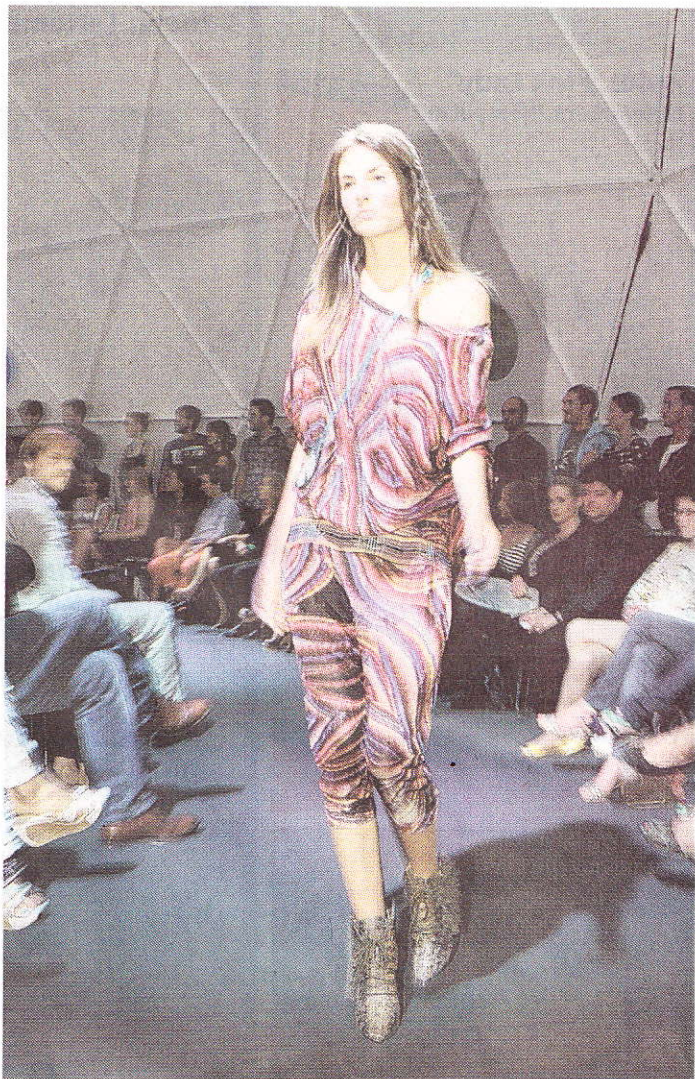
FASHION NET Unterstützt wird das Bündnis von Fashion Net, dem auch Stadt und Igedo angehören.

schön, dass jetzt auch mal die jungen Designer gezeigt werden“, sagt Theresa Scholl (17) aus Trier, die sich am Samstagmittag Röcke bei „Bittersüß“ an der Nordstraße anschaut. „Alles ist leider nicht zu schaffen.“ Im Gegensatz zum Start der „Voices of Fashion“ zur Messe im Februar konzentrieren sich die Events nicht mehr auf Flingern, sondern verteilen sich bis nach Oberkassel.

Das Zelt soll es im Februar wieder geben – aber größer

Als gezielte Besucherin der High Street ist Theresa Scholl allerdings noch in der Minderheit. „Aber die Aktion wird sicher noch bekannter“, sagt Nouri Rahioui von „667“ an der Ackerstraße optimistisch. „Die Düsseldorfer finden es toll, dass wieder etwas passiert“, glaubt auch Bianca Seidel vom Designertreff, der am Rheinufer bei der High Street ein großes Fotoshooting veranstaltete. Wie sie will auch „Bittersüß“-Designerin Franziska Bolte beim nächsten Mal wieder mitmachen. „So etwas muss man unterstützen“, findet sie. „Nichts funktioniert beim ersten Mal.“

„Es ist ein Anfang“, weiß auch Designer Wolfgang Hein, Projektmanager des Vereins Fashion Net. Trotzdem ist er nach dem Modewochenende „superhappy“. Die Resonanz sei gut, der Wille der Kreativen, beim nächsten Mal mitzumachen, wachsend. „Wir wollen uns vergrößern“, sagt Hein mit Blick auf die Messe im Februar. Ein Zelt soll es in jedem Fall wieder geben. Aber ein größeres – oder gleich ein paar.



Das Modezelt hat sich bewährt – etwa bei der Custo-Schau. Fotos: Stefan Arend



Viele Zuschauer hatte das Fotoshooting des Designertreffs bei KIT am Rhein.

