

25.11.12 SZENE

## Mode statt Rütli

Handtaschen aus Videobändern, Eco-Kleider mit Karomuster - im Concept Store zeigen mehr als 30 Neuköllner Designer ihre Werke

Von Nina Dinkelmeier

Der Raum wirkt erhaben mit seinen hohen Decken und den Säulen in der Mitte. Er beherbergt ein kleines Modeparadies, einen Fundus an Überziehkultur. Auf rund 400 Quadratmetern kann man schwarze Handtaschen aus alten Videobändern kaufen, orangefarbene Kleidchen mit Karomuster oder im Ethno-Look, verschnörkelte Ohrringe, die aus ökologischen Materialien hergestellt wurden. Viele der Stücke sind Unikate, in ihren Fasern steckt etwas Neukölln. Die Stoffe, aus denen sie gefertigt wurden, fühlen sich oft auch rau an, meistens sind sie knallbunt, aber immer tragbar.

Neukölln macht einmal mehr nicht mit Negativschlagzeilen à la "Rütli" von sich reden, sondern mit kreativen Ideen. Es gibt wohl keinen Fleck, an dem man die Essenz dessen, was Mode aus Neukölln ausmacht, so gut spüren kann wie im Concept Store an der Ganghoferstraße 2. Bis zum 1. Dezember verkaufen mehr als 30 Neuköllner Designer dort ihre neuen Kollektionen. Er ist eine Initiative der Wirtschaftsförderung des Bezirkes, des Modenetzwerkes Nemona sowie des "Citymanagements Karl-Marx-Straße".

### Schräg und hip

Dass Neukölln zumindest in den Szenequartieren wie "Kreuzkölln" kein modisches Brachland mehr ist, ist nicht neu. Bereits in den Jahren 2008 und 2011 gab es in dem Bezirk Fashion-Weekends, bei denen ein Wochenende lang Mode aus Neukölln gezeigt wurde. "Jetzt haben die kleinen Labels aus den Seitenquartieren die Möglichkeit, sich nahe einer Haupteinkaufsstraße zu präsentieren", sagt Clemens Mücke, der Leiter der Wirtschaftsförderung. Zwar könne der Bezirk, was das Image des Schrägen und Hippen anlangt, noch nicht mit Mitte oder Friedrichshain mithalten. Aber die Neuköllner Modeszene wachse, so Mücke. Das zeigt sich auch an den Mitgliedszahlen des Modenetzwerkes Nemona, das es sich zum Ziel gemacht hat, die Modedesigner, aber auch Schneider und Näher in Neukölln miteinander zu vernetzen. "Seit März 2011 hat sich die Zahl der Mitglieder verdoppelt", sagt Projektleiterin Sabine Hülsebus. Mittlerweile betreue das Netzwerk mehr als 80 Designer und Schneider.

Am vernebelten Mittwoch hat der Concept Store eröffnet. Noch spürt man dort nichts vom vorweihnachtlichen Kaufrausch. Doch eine der wenigen Kundinnen in dem Geschäft ist der lebende Beweis dafür, dass Neukölln mittlerweile modemäßig "in" ist. "Es ist spannend, die Arbeiten anderer Designer zu sehen", sagt die Modedesignerin Aurelia Paumelle. Die 36-jährige grazile Französin mit dem braunen Zopf hat Mode am Chambre Syndicale de la Couture in Paris studiert und dann dort sechs Jahre lang für große Luxuslabels wie Yves Saint Laurent und Sonia Rykiel als Modell- und Schnittmacherin gearbeitet. Seit drei Jahren lebt sie in Berlin, seit zwei Jahren hat sie ihr eigenes Label in Neukölln.

Paumelles Atelier ist nur fünf Minuten vom Concept Store entfernt. Der kleine Raum hat die Form eines Schuhkartons, in ihm stapeln sich Stoffballen und Kleidungsstücke. An den Wänden hängt auf Kleiderbügeln ihre neue Hosensammlung. In Paris, sagt Paumelle, sei die Mode sehr klassisch. In Berlin könne man sich hingegen abseits der Konventionen bewegen. Inspiration für ihr eigenes Label zieht sie von der Straße. "Ich habe hier in Neukölln viele Männer in Jogginghosen gesehen", erzählt sie. Die Silhouette der Hosen gefiel ihr, auch für Frauen. "Meine Hosen sollen lässig und gleichzeitig schick sein", sagt sie. Derzeit verkauft sie ihre Kollektion in drei Geschäften in der Hauptstadt - und kann dank der niedrigen Mieten in Neukölln bereits davon leben. "In Paris wäre das undenkbar", sagt sie.

Bei ihrer Selbstständigkeit hilft ihr Nemona, wo sie erst seit Kurzem Mitglied ist. Das Modenetzwerk ist ein EU-gefördertes Modellprojekt, das noch bis September 2013 läuft. Man habe aber vor, auch nach Ablauf dieser Zeit intensiv weiter an dem Netzwerk zu arbeiten. "Wir planen mit einer Kerngruppe von zehn bis 15 Designern ein langfristiges Kaufhaus", sagt Sabine Hülsebus.

Im Popup-Geschäft an der Ganghoferstraße verkaufen die Designer ihre Ware auch selbst. Künstler Dennis Pahl trägt an diesem Tag einen lässigen Hut zu Jeans und schwarzem Pullover. Ihm gehört mit seinem Partner Philippe Werhan das Label Kollateralschaden. Der 31-Jährige zieht eines der für das Label typischen Kleidungsstücke von der Stange. Die schlauchartigen, mit kleinen Kunstwerken bedruckten Oberteile aus Ökostoffen sind so geschnitten, dass sie nicht hochrutschen, wenn man die Arme hebt. Während Dennis Pahl die Kunstwerke beisteuert, die er per Siebdruck auf die Oberteile druckt, näht Philippe Werhan die Kleidungsstücke.

Zu Hause bei seinem Partner und seit der Kindheit bestem Freund an der Bürknerstraße: Philippe Werhans großer Traum hat dort auf 100 Quadratmetern Gestalt angenommen. Dass seine Arbeit für ihn mehr ist als nur ein Beruf, spürt man in der Sekunde, in der man sein Reich betritt: links der Verkaufsraum, rechts die Werkstatt mit braunen, alten Ledersofas und Nähmaschinen, die gleichzeitig auch Wohnzimmer ist. Dahinter befinden sich die Privaträume des Designers.

Der 32-jährige Werhan wirkt bärig, trägt ebenfalls Hut und widerlegt so gut wie jedes Klischee, das man von Modedesignern hat. Er sagt von sich selbst: "Ich kann diesen ganzen Modedirkus in Mailand nicht leiden" oder: "Es geht mir nicht um Kunst, die Dinge sollen eine Funktionalität haben". Werhan studierte in der Modemetropole Mailand und fand heraus, dass er Kleidung herstellen will, die nachhaltig ist. 2009 kam er dafür nach Neukölln. Noch während seines Studiums startete er mit einer Haushaltsmaschine sein erstes Label TingDing, das er auch heute noch parallel zu seinem Label Kollateralschaden führt. Dabei stellt er Mode aus alten Kleidungsstücken her. Kann man daraus wirklich etwas Schönes machen? Ja, sagt Werhan: "Ich dekonstruiere." Er durchbreche Geschlechtergrenzen, indem er aus Männerhosen Frauenoberteile mache - ganz ohne dafür Geld für den Stoff auszugeben. "Ich verlängere die Wertstoffkette sogar." "In Neukölln legen viele Labels Wert auf Nachhaltigkeit", sagt Sabine Hülsebus vom Netzwerk Nemona. Schlendert man durch den Concept Store, stößt man immer wieder auf Hinweise, dass es sich um Eco-Kleidung handelt.

### Skizzen, Scribbles, Stoffbahnen

"Der Modemarkt ist schon so übersättigt, da wollte ich, dass meine Kleidung nachhaltig ist", sagt auch Modedesignerin Mareike Ulman. Der 28-Jährigen gehört das Label Format. In ihrem Atelier an der Weserstraße dringt aus dem Hinterzimmer das Tackern einer Nähmaschine. Ulman steht in ihrem Büro, dessen Wände mit Skizzen und Scribbles überzogen sind. Sie zeigt auf große Stoffbahnen, die das Siegel "Global Organic Textile Standard" (GOTS) haben. Serien von bis zu 20 Teilen stellt sie mit ihren Mitarbeitern in ihrer eigenen Werkstatt her - alles

andere lässt sie in Kreuzberg und Cottbus herstellen. Mittlerweile kann auch sie von ihrem Label leben und eine festangestellte Schneiderin und zwei Aushilfen bezahlen.

Ulman war mit 19 Jahren aus der Kleinstadt Pasewalk (Mecklenburg-Vorpommern) nach Berlin gekommen, um an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Modedesign zu studieren. "Ich war ein Landei", sagt sie grinsend. Seit 2008 gibt es ihr Label Format, seit 2011 hat sie hier ihr eigenes Atelier mit Laden. Mittlerweile werden ihre Kreationen in rund 15 Läden in ganz Europa verkauft, ihre Grundkollektion umfasst 35 Kleidungsstücke. Sie nennt sie "schöne Gebrauchsgegenstände", die möglichst verschiedene Menschen tragen sollen können. "Mein Traum hat sich erfüllt", sagt sie lächelnd. Auch die Französin Aurelia Paumelle sagt, hier in Neukölln könne sie "frei" sein, hier gebe es modisch nicht so viel sozialen Druck wie in Paris. Philippe Werhan formuliert das so: Er lebe hier seinen Traum - auch wenn dieser nicht immer nur schön sei.

Wenn im nächsten Jahr bei der Berliner Fashion-Week die Schauen des Showfloor Berlin in Huxley's Neuer Welt am Hermannplatz stattfinden, wollen die Netzwerker die Gelegenheit nutzen, auch die Neuköllner Designer einem internationalen Publikum vorzustellen. Durch Sponsoring könne man bei der Modeschau einen Platz mit drei bis vier Neuköllnern Designern besetzen, sagt Clemens Mücke, der Leiter der Wirtschaftsförderung: "Dann wird sich zeigen, ob wir mit den anderen Bezirken mithalten können."

*Der Concept Store mit Kleidungsstücken zwischen 10 und 300 Euro an der Ganghoferstraße 2 ist noch bis zum 1. Dezember geöffnet. Weitere Informationen unter: [www.nemona.de](http://www.nemona.de)*

© Berliner Morgenpost 2012 - Alle Rechte vorbehalten