

Walpersdorferin kreierte „Tulipe en Hiver“



Der Schauspieler Jürgen Vogel trug beim „Opening Fashion D“, der Auftakt-Veranstaltung zur Düsseldorfer Igedo, Mode von „bugatti“ für Herbst und Winter 2009/2010 (oben). – Karo ist angesagt in der nächsten kalten Saison (Mittel). – Ascot lässt grüßen, jedenfalls wenn es nach den Modistinnen geht, die in der Landeshauptstadt die neue Hutmode vorstellten.



Wenige Minuten noch, dann schickt Carolin Wagener (links) das Model mit ihrer Abendkleid-Creation auf den Catwalk der Igedo.

Carolin Wagener stellte ihre Entwürfe internationalem Publikum auf der „Igedo fashion fairs“ vor.

Berlin rüschte sich mit der „Modewoche“ auf. Mochte partout die Modehauptstadt Nr. 1 werden. Die rheinische Metropole Düsseldorf hält mit der „Igedo fashion fairs“ dagegen. Bleibt Plattform der aktuellen Mode, ist ein absolutes Muss für jeden Einkäufer und Händler. 1450 Aussteller (darunter mehr als 70 neue Marken) aus 46 Ländern zeigten in den Hallen am Rheinufer die Kollektionen für die Saison Herbst/Winter 2009/2010 auf den drei Messen CPD (Womenswear), HDM (Menswear) und Global Fashion (Beschaffung, private Label- und Auftragsfertigung). Dazu kommen die Präsentationen aller führenden in- und ausländischen Modelabels in den Showrooms außerhalb des Messegeländes. So hatten 24 000 Einkäufer aus 54 Ländern die Qual der Wahl am Rhein.

Wie der gesamte Modemarkt auch, bewegte sich die „Igedo fashion fairs“ Düsseldorf im Kontext der aktuellen Wirtschafts- und Konjunkturabschwächung. „Die Situation für den Handel und die Industrie ist derzeit alles andere als einfach“, so Igedo-Geschäftsführer Philipp Kronen. Der Handel dürfe den Kopf jetzt aber nicht in den Sand stecken. Stattdessen müsse er mit

innovativen Verkaufsstrategien und neuen Marken die Aufmerksamkeit der Kundschaft auf sich ziehen. Statt modischem Einheitsbrei ist im kommenden Herbst und Winter Individualität gefragt. Das Deutsche Modeinstitut ist sich sicher: „Genau wie in anderen Bereichen wird auch in der Mode in der nächsten Saison der Kunde nach Vertrautem, Sicherem und Bewährtem suchen.“ Das Mode-Institut macht Hoffnung: „Der Mode-Spaß wird auch in der großen Angstwelle der Krise nicht versiegen.“

Erstmals im aktuellen Modekarussell dabei die gebürtige Walpersdorferin Carolin Wagener, Absolventin der Privaten Modeschule Düsseldorf. Die 24-Jährige stellte in einer Show im „fashion theatre“ gemeinsam mit 44 Mitschülerinnen und Mitschülern auf dem Catwalk ihre Herbst- und Winterkollektion vor. In Zusammenarbeit mit der Düsseldorfer Modelagentur A One präsentierten die Studentinnen/Studenten eine Show, in der rund 140 neue Looks den nationalen und internationalen Einkäufern gezeigt wurden. Carolin Wagener, im fünften Semester und kurz vor dem Abschluss als Modedesignerin, wählte das Thema „Tulipe en Hiver“ („Tulpe im Winter“) für ihre fünf Kollektions-Outfits.

Als sie einen Rock entwarf, so Carolin Wagener, der die Form einer Tulpe hatte, kam ihr die Idee zu ihrer kleinen Kollektion. Inspirieren ließ sich die 24-Jährige, die sich schon während ihrer Lehre als Zahntechnikerin für Mode interessierte und dann nach der Abschlussprüfung das Fach wechselte und an die Düsseldorfer Modeschule ging, durch die Mode der

30er-Jahre und in Verbindung mit der Form von Tulpen. So sind auch die Farben edel und gedeckt in Grau, Schwarz und Senfgeb gehalten. Carolin Wagener, die nach ihrem Abschluss im Design-Bereich eines Modeunternehmens arbeiten möchte, setzte in ihren Entwürfen auch auf neue Stoffkombinationen wie Seide, Organza und Wollstoffe. Und was für ein Gefühl es war, erstmals ihre Entwürfe einem professionellen Publikum zu zeigen, drückt die Walpersdorferin so aus: „Dass ich meine eigenen Entwürfe als Studentin in so einem professionellen Rahmen zeigen durfte, war für mich eine große Chance und Herausforderung.“

„Wie ihre Mitschülerinnen“, so Birgit Wilde, Dozentin für Modellentwurf (Hauptstudium), „setzt Carolin Wagener auf neue Farb- und Stoffimpulse und neue ‚gemixte‘ Silhouetten sowie auf ‚umgekehrtes Layering‘, bei dem durch Dünn auf Dick oder Schmal auf Voluminös neue Effekte erzielt wurden, die Bestehendes auflösen und somit Platz für Fragen nach neuen Selbstverständlichkeiten ermöglichen.“

Damit lagen sie im Trend der „Igedo fashion fairs“, die mit der Schau der Mainzer Designerin Anja Gockel eröffnet wurde und bei den Herren mit einer Präsentation von „bugatti“, bei der Jürgen Vogel, neuer Mitschreiber in der freitäglichen „Schillerstraße“ (Sat.1), der Star war. Bei den Damen ist die Mode für den nächsten Herbst vor allem ein Spiel mit starken Einzelteilen, die zu unterschiedlichen Looks zusammengestellt werden können. Ordentlich und strukturierend wirkt dabei die Farbe. Drei Farbschichten dominieren die

Saison: dunkle monochromatische Kombinationen, bei denen tiefe Schwarz-Blau-Töne eine Hauptrolle spielen; dazu kommen grafisches Weiß oder Akzentfarben wie Smaragdgrün oder Granatapfelrot.

Monochromatisch werden auch helle Steintöne in Grau-, Braun- oder Grünschattierungen miteinander kombiniert. Den Kontrast zu beiden Gruppen bilden vitale Multicolor-Ensembles, bei denen neue Karo-Varianten traditionelle Vorbilder neu interpretieren.

Trend auch bei den Herren: schmal geschnittene Anzüge, dazu Rollkragen, schmale Krawatten und Mäntel aus festen Tuchstoffen. Fazit der Präsentationen: Die Mode verzichtet auf Schnörkel und Opulentes in der Finanzkrise und hat als Zielkunden das mittlere Segment wiederentdeckt. Jene Kundschaft also, die guten Geschmack hat, die auf billige Bedarfskleidung verzichtet und dafür auf Qualität achtet, die ihren Preis auch wert ist.

Text: Jörg Langendorf
Fotos: Jörg Kallmeyer (3),
Achim Scheidemann, dpa



Einen senfgebten Mantel empfiehlt Carolin Wagener der modebewusstesten Frau im nächsten Herbst und Winter beim Stadtbummel.