

Deutsche Designer

„Lorbeeren selbst einheimen“

Betr.: TW Nr. 14 vom 2.4.92 „Die Stars arbeiten im Verborgenen“ von Brigitte Dittrich.

Natürlich gibt es keine deutsche Modedesignerszene! Mit einem Joop alleine, dem Erfinder des Ausrufezeichens, der seit Jahren mit dem gleichen Selbstbild Reklame für sein Image schindet, kann man natürlich keinen deutschen Modeblumentopf gewinnen.

Aber warum gibt es sie nicht, die deutsche Modedesignerszene und warum wird es sie nie geben? Vieles ist darüber geschrieben worden. Mit am treffendsten hat dies übrigens vor einigen Jahren meine Kollegin Barbara Dyck getan. Meist aber ist das Geschriebene an den wahren Gründen vorbeigegangen! An allem mag ja auch was dran sein, und ich will ja auch keineswegs den Bericht der TW negieren, aber der wahre Grund ist doch, daß man gar keine deutsche Modedesignerszene will! Das lassen doch die allmächtigen Bosse der deutschen Bekleidungsindustrie gar nicht zu. Die haben alle so dick das Wort Erfolg auf ihrem Image gedruckt, daß die eine Designerszene, wie sie beispielsweise in Italien vorkommt, doch gar nicht ertragen könnten.

Nein! Steilmann & Co. wollen die Lorbeeren selbst einheimen. Oder haben Sie schon mal etwas von den 100 Stylisten, die dem Herrn Steilmann die Kollektionen entwerfen, gehört? Nein, die dürfen nur im Verborgenen die Lorbeeren erarbeiten, die uns dann aus allen Mode- und Informationszeitschriften unserer Branche in die Augen springen, meist begleitet mit dem neuesten Foto des Allmächtigen. Da darf dann höchstens mal über eine Kreatörin geredet werden, und die heißt dann - wun-der-t's! - Britta Steilmann.

Eine Kollegin, die ich neulich auf der Stoffmesse traf, hat da unbeabsichtigt ihren Beitrag zur Lage der deutschen Designerszene zum besten gegeben. Auf meine Frage, warum sie ihre letzte Stelle aufgegeben habe (da war sie, so wie alle ihre zahlreichen Vorgängerinnen, nur über 1 Jahr), bekam ich dann als Antwort: „Ach weißt du, ich konnte die Erfolgsgeliebtheit meiner Chefin nicht mehr länger ertragen. Die hat alles, was ich gestylt habe, den Kunden und der Presse als ihre eigenen Ideen, die ihr in einer kreativen Stunde über das Wochenende eingefallen

sind, vorgestellt“. Sehen lassen sich die Mächtigen der Bekleidungsindustrie auch mal mit einem Modemacher, um mit ihm vor der Presse über Mode zu plaudern. Der darf dann aber nur allererste Sahne sein, der mit dem höchsten Bekanntheitsgrad, im zweifelsfalle auch ein deutschstämmiger.

Den holt man dann aus dem Ausland, da der in Deutschland ja niemals diesen Bekanntheitsgrad erreichen kann. Den Mann holt man dann aber nicht, um sich in seinem Schatten zu sonnen. Nein - um neben ihm um so besser brillieren zu können. Da treten dann weniger die kreativträchtigen Aussagen des Modemachers an die Öffentlichkeit, sondern mehr die Umsatzzahlen dieser Herren, und dann kannst du wieder direkt oder zwischen den Zeilen lesen, daß sie es doch sind, die die Mode machen. Heute in Deutschland, und morgen in der ganzen Welt! Tanti saluti.

Willy Bergers
(Modedesigner)
Florenz