

**„Open Studio Spring-Summer 2015“
Unpräventiöse Weltmode – Das Label *Schmidttakahashi***

Berlin-Mitte > 08. - 10.07.2014

Wenn eine Designerin aus dem tadschikischen Duschanbe sich in Berlin mit einer Designerin aus dem japanischen Hiroshima zusammentut, um ein Modelabel zu gründen, kann das Ergebnis eigentlich nur Weltmode sein. Davon konnte sich, wer wollte, während der Berliner Modewoche überzeugen, als das Atelier von Eugenie Schmidt und Mariko Takahashi in Berlin-Mitte für Besucher geöffnet war.

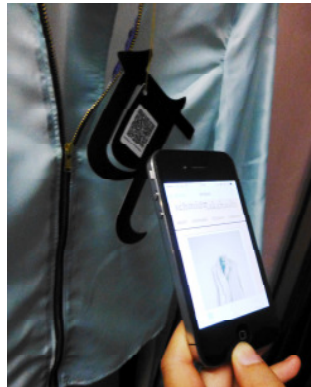


1 Eugenie und Mariko mit Praktikantin

Eugenie, Jahrgang 1979, und Mariko, Jahrgang 1974, lernten sich 2005 an der Kunsthochschule Berlin-Weißensee kennen, wo erstere Modedesign und letztere Textil- und Flächen-design studierte. Ihre gemeinsame Abschlussarbeit „Reanimation – Wiederbelebungsmaßnahme“ im Jahr 2009 war der Beginn eines Upcycling-Modekonzeptes, das sich seitdem stetig weiterentwickelt. Es beruht auf eigenen Erfahrungen mit überfüllten Kleiderschränken und der Notwendigkeit, sich von etwas trennen zu müssen, was zum Wegwerfen zu schade ist. Dem Konzept liegt die Vorstellung zugrunde, dass Spuren der Persönlichkeit des Trägers sich in seiner abgelegten Kleidung erhalten, dass Kleidung insofern ein Speichermedium ist.

Eugenie und Mariko sammeln getragene Kleidung – eigene und fremde – in einem „Archiv“, das Fundus und Datenbank vereint. Es bildet die Grundlage für ihre Mode und enthält nicht nur Kleidungsstücke, sondern in vielen Fällen auch Angaben zu deren Geschichte, die von den Spendern mitgeteilt wird. Diese Hinweise werden zusammen mit Informationen über Material, Farbe und Besonderheit des Kleidungsstücks in einer Datenbank gespeichert. Jedes neue Modell des Labels wird am Etikett mit einem QR-Code versehen, der von jedem Smartphone mit einem QR-Scanner gelesen werden kann und Angaben zur Provenienz der Ursprungstextilien aus der Datenbank liefert. Diese Technik wurde erst vor wenigen Jahren in Japan entwickelt und sogleich von Mariko für ihr Label nutzbar gemacht. Sie ist die Technikerin im Design-Duo und hat neben der Datenbank auch die Website selbst programmiert (<http://www.schmidttakahashi.de/>).

Das Besondere am Label *Schmidttakahashi* ist die Kombination von Wiederverwertung, kühlem Design und neuester digitaler Technik, die integrativer Bestandteil des kreativen Prozesses ist.



2 Abruf von Informationen mit dem QR-Scanner eines Smartphones

Die ungewöhnliche Einbindung von Technik in das Design-Konzept hob die New York Times im November 2009 in einem Artikel lobend hervor. Es war diese Würdigung durch die einflussreichste Tageszeitung der Welt, die bei Eugenie und Mariko den Impuls auslöste, ein eigenes Label zu gründen. Mittlerweile haben sie zehn Kollektionen für Frauen und Männer entworfen. Ihr Label ist ein Liebling der internationalen, nationalen und lokalen Presse. In Berlin sind *Schmidttakahashi* populär, aber noch längst nicht kommerziell erfolgreich. Ihre Mode kann direkt in ihrem Atelier gekauft werden, sie hängt im japanischen Concept Store *Oukan* in der Kronenstraße in Berlin-Mitte, ansonsten kann sie über ihre Website bestellt werden.

Die Idee, aus Second-Hand-Kleidern Neues zu kreieren, ist alt. In den Mangeljahren der Weltkriege mussten viele Frauen „Notkleider“ tragen, die aus unterschiedlichen gebrauchten Stücken zusammengesetzt wurden, und bis weit in die Nachkriegszeit brachten Modeblätter Sonderhefte mit Themen wie „Hübsches machen aus alten Sachen!“ heraus. Die Bedingungen, unter denen heute Gebrauchtes neu-aufbereitet wird, sind jedoch nicht mehr vom Mangel geprägt, sondern vom Überfluss. In den Zeiten von Primark, H&M und Uniqlo kann jeder modische Textilien zu erschwinglichen Preisen erwerben. Der Überfluss wirft neben der Frage nach den Produktionsbedingungen vor allem die nach dem Bewahrenswerten und dem Umgang mit dem Abgelegten und dessen individuellen und gesellschaftlichen Wert auf.

Upcycling ist populär, und fast jeden Monat sprießt eine neue Initiative aus dem Boden. In Berlin werden sogar Upcycling-Fashion-Touren veranstaltet, die auch beim Label *Schmidttakahashi* Station machen. Auf „Öko-Mode“ wollen Eugenie und Mariko jedoch nicht festgelegt werden, ihnen liegt daran, dass ihr besonderer kreativer Beitrag und ihre Schnitttechnik gewürdigt werden. Bei der Fashion Week Berlin präsentieren sie ihre Entwürfe nicht mehr im Rahmen des „Green Showrooms“ im Adlon-Hotel. Das kleine Format des „Open Studio“ halten sie für angemessener als die große Inszenierung, deren Kosten und Aufwand zudem hoch waren bei geringem Ertrag. Ohnehin ist es fraglich, ob die Berliner Modewoche überhaupt Einkäufer für die Art von Mode anzieht, wie sie *Schmidttakahashi* kreieren. Größeren kommerziellen Erfolg verspricht die Pariser Modewoche, bei der regelmäßig vom Berliner Senat ein Showroom für junge Talente organisiert wird, der auf reges Interesse stößt. *Schmidttakahashi* waren bereits viermal eingeladen und haben erste Geschäftsabschlüsse

mit Einkäufern aus Japan getätigt. Internationale Einkäufer besuchen nicht alle europäischen Modewochen, und Berlin rangiert auf der Bedeutungsskala weit hinter Paris.



3 Kurzarm-Sakko aus verschiedenen Futterstoffen

Anfänglich fertigten *Schmidttakahashi* nach eigens entwickelten Schnitten ausschließlich Unikate. Die Aufbereitung der getragenen Kleidungsstücke ist zeit- und personalintensiv und mit einem hohen Anteil von Handarbeit verbunden, denn die Teile müssen gereinigt und aufgetrennt werden, ehe sie zur Weiterverarbeitung bereit sind. Manche Gebrauchsspuren wie kleine Löcher oder Verfärbungen werden bewusst belassen, um die Vorgeschichte des Kleidungsstücks nicht auszulöschen. Weil die Herstellung der Unikate extrem aufwendig und damit auch teuer ist, riefen die Designerinnen ihre Zweitlinie „Duplikat“ ins Leben. Dafür werden ausgewählte Modelle aus der Unikat-Linie aus zugekauften Stoffen in kleiner Auflage von polnischen Schneiderinnen in Berlin genäht, die nach langer intensiver Suche gefunden wurden. Jedes „Duplikat“ enthält mindestens ein Teil von einem gebrauchten Kleidungsstück aus dem Archiv.



4 Eugenie in einem Modell mit Plissee-Partien zeigt eine neu-kombinierte Herrenhose

Schmidttakahashi reizt die Herausforderung, etwas bereits Geformtem völlig neue ästhetische Aspekte abzugewinnen und mit ganz unterschiedlichen Materialien zu experimentieren. Vom gängigen Vintage- und Retro-Chic wollen sie sich abgrenzen und kühne Schnitte für eine Mode entwerfen, die mit ihrem eigenen Lebensgefühl im Einklang ist.

Der Designprozess folgt keinem festen Schema. Manchmal steht am Anfang ein neues Schnittmuster, und dann beginnt im Archiv die Suche nach passenden Stücken. Der kreative Prozess kann jedoch auch durch die markante Eigenheit eines gebrauchten Kleidungsstückes angestoßen werden, etwa einem ungewöhnlichen Kragen oder ein ausgefallenes Innenfutter. Diese lösen den Wunsch aus, etwas völlig Neues zu schaffen und es in einen anderen textilen Kontext zu transponieren. Manchmal setzen sich die Designerinnen für eine Kollektion mit einem Thema intensiv auseinander, etwa Jeansstoff, Innenfutter, Makramee oder Plissee, wenn es davon in ihrem Archiv interessante Beispiele gibt.



5 Rock mit Makramee-Bund

In den ersten Kollektionen war die Anmutung von Zweitverwertung noch mit Händen zu greifen, doch die neueren Entwürfe verlieren immer mehr den „Geruch“ des politisch korrekten Upcycling und gehen in eine Richtung, für die es in der gegenwärtigen Berliner Designszene kein Pendant gibt.

Die ästhetische Handschrift von *Schmidttakahashi* wird von Jahr zu Jahr sicherer und ihr Spektrum breiter. In der Sommerkollektion 2011, in der sie mit Makramee-Elementen spielten, finden sich ausgesprochen weiche, feminine Linien, während in der Frühjahrs- und Sommerkollektion 2014, die sich dem Thema Jeansstoff widmet, kantige Konturen mit androgynem Einschlag vorherrschen.



6 Kollektion aus Jeansstoff. Foto © Schmidttakahashi

Schon aufgrund ihrer Biografien sind die Designerinnen offen für Experimente und das Zusammenführen von bislang nicht Zusammengedachtem. Alle Werbebroschüren von *Schmidttakhashi* und auch ihre Website sind auf Englisch. Auch damit demonstrieren sie, dass sie nicht auf eine Stadt oder eine Region festgelegt sind. Berlin bietet inspirierende Bedingungen für junge Designerinnen, denen die Welt offen steht. In das Interview hinein platzte die Nachricht, dass das Label *Schmidttakahashi* zum Berliner Showroom während der Fashion Week in New York im September eingeladen ist. Die Einladung zur nächsten Modewoche in Paris liegt auch schon vor. Mariko kann nicht dabei sein. Am 25. August kam ihr erstes Kind zur Welt. Wer weiß, vielleicht gibt es bei *Schmidttakahashi* bald eine Kollektion für Kinderkleidung?

Studio Schmidttakahashi – Chausseestraße 9, 10115 Berlin

Fotos © Rose Wagner, soweit nicht anders angegeben
Rose Wagner für *netzwerk mode textil e. V.* (online: 29. August 2014)