



netzwerk mode textil

Zeitschrift CUT - Leute machen Kleider.

München, Independent Medien-Design und Moser Verlag, seit März 2009, vier Hefte jährlich, keine ISSN. www.cut-magazine.com.

Ein neues Magazin gilt es anzuzeigen: "CUT - Leute machen Kleider". Oder vielleicht doch besser: Wir nähen einen Knopf mit Stiel an, das ganze aber mit zeitgemäßem Stil...

Das von Horst Moser, einem der führenden Mediengestalter, verlegte Magazin soll künftig viermal jährlich erscheinen, Heft 1 und 2 mit jeweils rund 170 Seiten liegen zur Besprechung vor. In durchdachtem und detailreichem Layout mit einigen Details aus der Schneiderei (so zum Beispiel Labels und diverse Nahtlinien als Gestaltungselement) bietet die junge Redaktion, bestehend aus fünf Frauen, einem ebenso jung zu vermutenden Zielpublikum (offiziell spricht man von 16 bis 40 Jahren) eine Fülle von Artikeln und Themen. Im programmatischen Editorial des ersten Heftes heißt es, man wolle "berichten über Trends aus aller Welt, [...] von Modegeschichte und -gegenwart [...], Anleitungen und Tipps geben, wie jeder einzelne von uns selbst kreativ sein kann." Die in Übersee bereits länger florierende DIY (=Do it yourself) Bewegung ist die Basis von CUT, wenn auch nur ein kleiner Teil des Heftes dem Selbstmachen gewidmet ist. Konkret sind im ersten Heft Schritt-für-Schritt Anleitungen zum Annähen eines Knopfes, für einen Schal, eine Stofftasche sowie ein Kleid mit angeschnittenem Ärmel und Gummitunnelzug. Das schneidertechnische Wissen der Leserschaft wird offensichtlich als sehr gering eingestuft, denn die Modelle sind äußerst simpel zu fertigen.

Interessant sind dagegen die Beiträge über verschiedene Jungdesigner und ihren beruflichen Einstieg, darunter Interviews bzw. Atelierbesuche bei Lovisa Burfitt, Stephanie Franzius und Sarah Elbo. Zwei längere Modestrecken, vorne und hinten im Heft gut platziert, bieten Casual und Urban Wear von internationalen Modemarken. In Heft 1 fielen noch ein Städtereport zu Design, Mode und angesagten Locations in Zürich sowie ein fundierter Bericht über Modeblogger auf. Der Verkaufserfolg des ersten Heftes (20.000 Exemplare) und die sehr gute Medienresonanz zeigen, dass CUT eine Marktlücke zu besetzen weiß. Seine Leserschaft wird zusätzlich zum gedruckten Heft mit einer umfangreichen Webseite versorgt, so dass sich rasch eine aktive Online-Community etablierte.

Adelheid Rasche für *netzwerk mode textil e. V.* (online: 09. Dezember 2009)