

MERCEDES BENZ FASHION WEEK BERLIN HERBST/ WINTER 2010

Aufwendige Inszenierung der Offsite- Modenschau von Diesel

In meiner Doktorarbeit beschäftige ich mich mit komplexen Inszenierungen von Modenschauen als neue Ausstellungsform und analysiere die verschiedenen Strategien und Elemente der Schau, die zum Gesamtkunstwerk beitragen und die Wahrnehmung und Erfahrungen der Zuschauer determinieren. Auf der Mercedes Benz Fashion Week war das, was mich im Zelt erwartete, eher unspektakulär – nur Patrick Mohr, Hausach Couture und IC!Berlin bemühten sich, über die normale Lichteffekte und Labelschriftzugprojektion hinaus ihre Mode in einen erfahrbaren Kontext zu stellen.

Die besten Shows - wohlgermerkt spreche ich hier nicht von der Mode – wurden offsite aufgeführt, wie die von Joop!, Boss Black, Diesel und Michalsky/Lala Berlin/Kaviar Gauche. Das Wissen um die Spektakularität dieser Schauen führte zu einer immensen Nachfrage und zu den Bemühungen der Veranstalter und Designer, ihre Shows möglichst geheim zu halten. Dies verringerte meine Chance, als Doktorandin an eine ersehnte Karte zu gelangen. Nichtsdestotrotz gelang es mir wenigstens bei einer Show dann doch noch (wenn auch mit etwas fragwürdigen Mitteln, muss ich gestehen) hineinzugelangen: und wie es der Zufall so wollte habe ich eine der beeindruckendsten Inszenierung der gesamten Modewoche gesehen.

Aufführungsort war das Fabrikgebäude Arena in Treptow, und die Show stand zum einen unter dem aktuellen Diesel-Motto „be stupid“ (einige von Ihnen wurden bestimmt schon auf die Poster in Berlin aufmerksam) und zum anderen unter „Wirerevolution“, welches das Ambiente der Show besser beschreibt. Obwohl die überdimensional große Arena durch ein Labyrinth aus schwarzen Stellwänden und bunten Spielwiesen mit Tischtenniszelt, Volleyballnetz und Wohnwagen in viele kleine Einheiten unterteilt wurde, war der Bereich für die Fashionshow immer noch überwältigend: der etwa 40 Meter lange und ungewöhnlich hohe (ca. 2 Meter) Laufsteg wurde an den Rändern und Ecken von herabhängenden Ketten gehalten und die Zuschauerreihen waren in großem Abstand zum Steg positioniert. Alle diese Weiten und Abstände betonten den Wahnsinn der gesamten Inszenierung. Während bei der Michalsky Stylenite das Bühnengeschehen noch auf einer großen Leinwand übertragen wurde, war man bei Diesel auf seine Augen angewiesen, und insofern konnte ich weder Mode noch Models erkennen, wohl aber die imposante Atmosphäre.

Zu 90er Disko- Musik begann also die Show. Reihe für Reihe wurde ein riesiges gehäkeltes Stück Wand „enthäkelt“ und so legte man langsam den Blick auf das erste Model, welches unverhofft den Laufsteg nicht betrat, sondern einem männlichen Model, welches die linke Papierwand mit einem gekonnten Karatekick durchbrach, den Vortritt überließ. Die ganze Show verlief dann sehr dynamisch in schnellem Schritt und wurde erst zum Schluss wieder interessant: Anstatt eines normalen, klassischen Finales, bei dem alle Models die Kollektion in ihrer Gesamtheit nochmal präsentieren sollten, schossen sie bei abgedunkeltem Licht auf die Bühne und rannten in einem Wahnsinnstempo den Laufsteg ab und sprangen in den Zuschauerbereich. Unerwartet erhob sich dann der gesamte 40 Meter lange Laufsteg ca. 15 Meter in die Höhe und zog einen großen Kabelsalat (so viel zu „Wirerevolution“) aus dem Boden heraus. Die Models sammelten sich tanzend wieder unter dem Laufsteg und die Aftershowparty begann unmittelbar mit lauter Clubmusik und Live-Rap. In einer alten Polaroid- Fotokabine neben dem Laufsteg konnte man Retrobilder von sich machen, auf der Campingwiese Tischtennis und Volleyball spielen und in einer großen Halle tanzen und Menschen bestaunen.

Herauszuheben sei, wie gut durchdacht ein Konzept und eine Verkaufsstrategie sein können. Alles passte zu dem „be stupid- Wirerevolution“- Image – von der Location über die Showeffekte bis zu den Aftershow- Beschäftigungs- und Partymöglichkeiten. Diesel steht für Streetwear, Lässigkeit und Spontaneität, Spaß, Coolness, Sportlichkeit und Jugend. Die Producer dieses Events haben geschafft, dass man sich als Zuschauer genauso gefühlt hat.

→Text: Alicia Kühl