

# MERCEDES BENZ FASHION WEEK BERLIN HERBST/ WINTER 2010

## Eröffnung von Labels2 – Interview mit Stefan Sihler

Zum Auftakt der Berliner Fashion Week feierte der Showroom-Komplex Labels2 als Erweiterung von Labels1 am Berliner Osthafen seine Eröffnung. Im Gegensatz zum Vorgänger, einer alten umfunktionierten historischen Hafenerlagerhalle, wurde Labels2 explizit und exklusiv für die Ausstellung und den Verkauf von Mode konzipiert und designt. In einem international ausgeschriebenen Wettbewerb ging das Architektenbüro HHF aus Basel als Sieger hervor. Im Hinblick auf die Tagung „Die Räume der Mode“ der Universität Potsdam im Mai 2010 bin ich auf diese besondere Projekt aufmerksam geworden und habe den Geschäftsführer Stefan Sihler zum Kurzinterview gebeten.



A.K.: Erst einmal herzlichen Glückwunsch zur Eröffnung von Labels2.

S.S.: Danke.

A.K.: Warum wurde gerade der Entwurf von HHF aus Basel gewählt, was waren Ihre Kriterien und warum sind die anderen ausgeschieden?

S.S.: Also die Grundidee war, die hundertjährige Industriearchitektur, die Sie beim Gebäude von Labels1 sehen, neu zu interpretieren; jedoch mit der Besonderheit, dass wir hier keine Industrienutzung sondern eine völlig konträre Nutzung, nämlich Mode haben. Das alte am Hafen gelegene Lagerhaus sollte also neu interpretiert und neue Ideen adaptiert werden. Mir war wichtig, dass nicht das hundertste Bürogebäude mit der tausendsten Lochfassade gebaut wird, sondern etwas Neues mit dieser speziellen Nutzungsart geschaffen wird.

A.K.: Sie hatten also nicht das Bestreben, ein historisches Double zu schaffen...

S.S.: Ja das wäre Disneyland geworden.

A.K.: Was wurde denn genau übernommen, was wurde neu interpretiert?

S.S.: Die historischen Korbogfenster wurden in den sinusförmigen Kurven des neuen Gebäudes übernommen. Früher hat man aus statischen Gründen die Rundungen über den Fenstern bauen müssen, weil es sonst nicht anders funktioniert hätte. Und die Architekten haben dieses tragende Erscheinungsbild eben auf eine neue Architektur übertragen und das durch die ständigen Wiederholungen ja geradezu überspitzt.

A.K.: Bei Museen spricht man von der Entwicklung, dass die umgebende Außen- und Innenarchitektur immer wichtiger wird als der Museumsinhalt. Wie sehen Sie die Entwicklung bei der Mode. Braucht Mode mittlerweile einen Inszenierungsraum?

S.S.: Ja, absolut. Das ist genau die Änderung, die wir in den letzten fünf Jahren feststellen können. Mode wird immer mehr zelebriert. [...] Der Einzelhandel hat sich zum Teil extrem verändert: weg von den Massenramschwaren hin zur Einzelpräsentation von Ware. Auch der Wiederverkäufer will von seinem Hersteller erfahren, wie er sich den Verkauf der Ware vorstellt, und das kann man eben nicht in der Lagerhalle XY oder in der Fabrik machen oder wie früher oft in Hotels, sondern schon in exklusiven Läden und exponierten Lagen mit einer tollen Architektur. Hier haben wir eine Symbiose zwischen der anders gesehenen Mode und der hochwertigen Architektur.

A.K.: Man kann in der Mode auch zwei parallele Entwicklungen feststellen: zum einen wird Mode jetzt immer mehr zum Event und zum anderen wird Mode immer mehr als Kunst gesehen. Insofern ist die Showroom auch so etwas wie ein Ausstellungsraum.

S.S.: Ja absolut.

A.K.: Sie sind ja somit Kurator einer Ausstellung, würden Sie das so sehen?

S.S.: Ja, das sehe ich auch so.

A.K.: Inwiefern mussten denn die Labels, die hier mieten, zu der Architektur passen?

S.S.: Also, es war so, dass wir zuerst die Architektur hatten und uns dann die Modeunternehmen aussuchten, bzw. wir versucht haben, hier ein Konzept durchzuhalten. Wir wollten hier einen trendig-stylischen Bereich, also Streetwear, sowie er bei der Bread&Butter auch eine große Rolle spielt. Im Labels1 war es ja eher die klassische Mode mit Hugo Boss und so weiter. Die neue Architektur passt somit zu unserem neuen Modebereich.



A.K.: Apropos Labels: Sie betonen ja immer, dass sie Berlin als Modestadt fördern wollen, und wenn ich jetzt auf die Liste schaue, das sind ja fast alles nur internationale Labels. Warum haben Sie keine Berliner Labels aufgenommen?

S.S.: Wir müssen natürlich bei einer so hochwertigen Immobilie einen bestimmten Mietpreis erzielen. Das liegt daran, dass unsere Gebäude am Wasser liegen und auch eine hochwertige Architektur und Ausstattung aufweisen. Das Labels2 ist z.B. aufgrund der Verwertung ökologischer Baustoffe ein Green Building. Die Miete können sich leider nur große Unternehmen leisten. Allerdings haben wir einen contemporary Showroom freigehalten und da möchte ich unbedingt, dass auch junge Modelabels, die eben nicht so viel Geld haben, zumindest über eine gewisse Zeit diesen Showroom nutzen können und sich in diesem Umfeld präsentieren können, aber nicht verpflichtet sind, für fünf Jahre oder länger einen Showroom zu mieten.

A.K.: Die Kritik an der Berliner Fashion Week ist ja zunehmend, dass wenig Presse und wenig Händler da sind, also gerade auf den Modenschauen. Können Sie das bestätigen oder wie sehen Sie die Entwicklung von Labels1?

S.S.: Ich höre von meinen Mietern nur, dass es sehr gut läuft, dass die Geschäfte hier deutlich Umsatzsteigerungen aufweisen können. Ich glaube auch, dass die Modemessen nicht so sehr fürs ordern genutzt werden sondern nur für die Präsentation und dass die Order eben in den Showrooms geschrieben werden, das bestätigen mir auch meine Mieter.

A.K.: Zeigen Ihre Mieter ihre Kollektionen auch auf den Schauen der Berliner Fashion Week?

S.S.: Auf der Bread&Butter schon, z.B. Scotch and Soda oder auch eine Linie von Hugo Boss, aber bei den Schauen weiß ich jetzt nicht, da bin ich überfragt..

A.K.: Sie haben hier unten einen Eventbereich, was wird hier in Zukunft stattfinden?

S.S.: Meine Idee war, neben den Showrooms auch einen Bereich für die Öffentlichkeit zu öffnen, und das ist eben der Erdgeschossbereich. Den haben wir zwar momentan vermietet aber hier kann jeder Parties machen, Kongresse, Events und hier haben auch schon sehr viele stattgefunden. Mein Bestreben ist es ja gerade an dieser Branche die Bevölkerung heranzuziehen und für die Stadt zu öffnen, eben für Leben zu sorgen.



→Text und Interview: Alicia Kühn, Fotos: [www.christiangahl.com](http://www.christiangahl.com)