

ZEIT MAGAZIN

VOGUE

KONFERENZ



Fotos: Phil Dera für DIE ZEIT

| 1 | Die Sängerin RUTH stellte einen Song vor – und berichtete vom Aufwachsen auf der Insel Föhr. **| 2 |** Sprach mit ZEITmagazin-Redakteurin Claire Beermann über Vielfalt in der Modebranche: die Modedesignerin Grace Wales Bonner. **| 3 |** Wie nachhaltig muss Mode sein? H&M-Manager Thorsten Mindermann und MaisonCléo-Gründerin Marie Dewet (links, im Gespräch mit Claire Beermann, ZEITmagazin) waren sich einig: Es muss sich

was ändern! **| 4 |** Wie platziert man eine neue Marke? SEAT-Marketingchefin Susanne Franz im Gespräch mit Tillmann Prüfer (ZEITmagazin). **| 5 |** Berichtete von Hilfe für afrikanische Mädchen, die endlich gefahrlos in die Schule gehen können: Topmodel Toni Garrn erzählte im Gespräch mit VOGUE-Chefredakteurin Christiane Arp, wie ihre Stiftung Bildung ermöglicht. **| 6 |** Maria und Jörg Koch (Mitte) erzählten im Talk mit Christoph Amend (links)

und Ricarda Messner (beide ZEITmagazin), wie die Zusammenarbeit mit ihrem Printmagazin O32c zum »Statussymbol für amerikanische Hip-Hopper« wurde. **| 7 |** Inspiriert auch nach 90 Jahren Luxusdesigner: der Stargast aus Hollywood, Mickey Mouse. **| 8 |** Kam nach Berlin, um seine Mode zu zeigen: der deutsche Designer Lutz Huelle (hier im Gespräch mit Dennis Braatz, VOGUE Germany), der seit Jahren in Paris arbeitet.

Change Fashion? Nein, das war kein Tippfehler, der sich da auf die Programmzettel geschlichen hatte, sondern ein bewusstes Statement der ZEITmagazin & VOGUE-KONFERENZ: Es muss sich etwas in der Mode ändern! Und das fängt manchmal ganz im Kleinen an. Die Konferenz im Kronprinzenpalais, einem der Zentren der Berlin Fashion Week, dient längst nicht nur als Get-together und Netzwerktreffen von Kreativen, Machern und Experten aus der Mode- und Kreativbranche. Die Veranstaltung ist auch eine Art Seismograf einer Industrie, in der Fragen aufgeworfen werden und sich Trends erstmals zeigen. »Mode ist ein Indikator. Alles, was sich in der Welt verändert, verändert sich zuerst in der Mode«, sagte Tillmann Prüfer, Style Director des ZEITmagazins.

In einer Zeit, in der die Tasse Kaffee nicht mehr viel weniger kostet als ein Hoodie der großen Modeketten, muss sich etwas ändern – dieses Grundgefühl bestimmte die Veranstaltung. Prüfer gab mit einem Thesenvortrag den inhaltlichen Anstoß, warnte etwa davor, in Kleidung nur noch »Wegwerfartikel« zu sehen. Heute sehe er »auf den Straßen mehr weggeworfene Kleidung als Bierdosen«. Prüfer warnte: »Ich fürchte, die Modeindustrie steuert auf eine große Imagekrise zu.«

WAS TREIBT FASHION-RIESEN UND KLEINSTLABLE UM?

Mit Thorsten Mindermann, Geschäftsführer H&M Deutschland, und der MaisonCléo-Gründerin Marie Dewet fanden sich die Branchenextreme zusammen. Hier der schwedische Massenanbieter, dort das französische Kleinstlabel, bei dem die Mutter der Gründerin in Handarbeit näht. Was die Französin vormacht, ist für den Fast-Fashion-Riesen sicher nicht praktikabel – aber mindestens inspirativ.

Mindermann berichtete, dass ihn die Frage der Nachhaltigkeit stark umtreibe – zu gewaltig seien die Probleme, allein durch das Bevölkerungswachstum. Der Topmanager ist überzeugt: Nachhaltige Mode wird wachsen, wenn sie nicht nur für Gutverdiener bezahlbar ist.

Und wie bringt man in einer Welt, in der alte Marken um ihre Existenz kämpfen, eine neue an den Start? Susanne Franz, Global Marketing Communication Director, SEAT S.A., hat mit der neuen Marke CUPRA genau das vor. Franz zeigte sich überzeugt: Unternehmen müssen eine klare Philosophie verfolgen und Kunden genauer zuhören. Mit einer neuen Marke in einer ganz neuen Farbwelt (die Felgen gibt es zum Beispiel in Kupfer) und viel Handarbeit sei in der Autowelt eine Norm gebrochen worden. Mark Langer, CEO von HUGO BOSS, erklärte im Gespräch mit ZEITmagazin-Chefredakteur Christoph Amend, wie man eine Marke wieder in die Spur bringt – etwa durch Mitarbeiter, die sich gedanklich in die Rolle des Angreifers versetzen und die bisherige Strategie grundlegend hinterfragen.

EIN MODEL BAUT WOHNHEIME

Die Idee, Dinge zu hinterfragen und sich einzumischen, wenn etwas schief läuft, verfolgt auch Toni Garrn. Im Gespräch mit Christiane Arp, Chefredakteurin der deutschen VOGUE, berichtete das Topmodel, warum Bildung ein Schutzwall gegen Grenzüberschreitungen in der Modebranche sein kann – etwa durch übergriffige Fotografen. Mit ihrer Stiftung unterstützt das Topmodel junge Frauen, etwa durch den Bau von Schulwohnheimen in Afrika. So können mehr Mädchen ungefährdet den Unterricht besuchen, der oft kilometerweit von zu Hause stattfindet.

Premium-Partner:



Partner:



Veranstalter:

