

„Was wir tun, ist nicht bloß Schickimicki“

In Apolda wird am Samstag zum neunten Mal der European Design Award verliehen – Gespräch mit Arbeitsgruppenchef Hans Jürgen Giese

VON SIBYLLE GÖBEL

APOLDA. In Apolda (Kreis Weimarer Land) wird am Samstag zum neunten Mal der Apolda European Design Award, ein Designpreis für Nachwuchsdesigner, vergeben. Wir sprachen darüber mit Hans Jürgen Giese (67), einem der Väter des Design Award und dem Chef der entsprechenden Arbeitsgruppe.

Der Designpreis wurde 1993 erstmals vergeben und hat seither etliche Änderungen erfahren. Eine davon war, aus dem offenen Wettbewerb einen geschlossenen zu machen, an dem sich nur noch die besten Absolventen ausgewählter europäischer Designhochschulen beteiligen dürfen. War das richtig?

Es war eine total richtige Entscheidung. Als wir angefangen haben, gab es ja noch genügend Designer auf dem Markt, heute hingegen ist der Kampf um die besten Köpfe voll entbrannt. Dadurch, dass wir uns auf die Besten der Besten konzentrieren, haben wir die Chance, die Textilfirmen als Sponsoren zu gewinnen. Beim letzten Mal hat zum Beispiel Marc Cain – eines der großen Edellabels in Europa und Förderer unseres Wettbewerbs – die erste und die vierte Preisträgerin eingestellt. Das ist für dieses Unternehmen letztlich auch preiswerter, als einen Headhunter zu beauftragen. Wenn ich früher versucht habe, die Firmen davon zu überzeugen, etwas für eine alte Strickregion zu tun, so kann ich ihnen heute sagen, dass sie in Apolda die Chance haben, ihren Nachwuchs zu akquirieren. Dazu kommt aber noch ein zweiter Aspekt: 1993 gab es nicht viele Designwettbewerbe in Deutschland. Es gab noch keinen Baltic Award auf Usedom, keine Fashion Week in Berlin, keinen Euro Fashion Award in Görlitz. Die Frage ist deshalb: Wie können wir uns von all den anderen unterscheiden? Zu unseren Alleinstellungsmerkmalen gehört, dass wir nicht auf fertige Designer zugehen, sondern eben auf die besten Hochschulabsolventen. Wir machen zudem mit weiteren Designstudenten in den Jahren zwischen den Preisverleihungen Strick- und Textilworkshops – das gibt es nur in Apolda. Und das Dritte ist die Zusammenarbeit mit der Bauhaus-Universität Weimar bei den Fashion Clips, den Kurzfilmen zu den Wettbewerbskollektionen, mit denen der Weg in den digitalen Raum geebnet wurde.

Sie haben gerade beispielhaft skizziert, wo Wettbewerbs Teilnehmer gelandet sind. Sind das Einzelfälle?

Nein. Wir haben 2014 erstmals ein Alumni-Buch über die bisherigen Teilnehmer gemacht. Darin wird an 59 Beispielen aufgezeigt, wo Teilnehmer gelandet sind und was von Apolda aus in die Welt gegangen ist. Beispielsweise in die USA und nach Australien – und zwar nicht nur als Textildesigner. Eine Teilnehmerin ist bei BMW für die Farbge-



Dieses Modell kreierte Tanja Fischer von der Hochschule Trier für die Modenacht 2015, gefertigt bei Kressmann-Strick Bad Sulza.

bung der 5er und 7er Klasse zuständig, einige entwerfen Theaterkostüme oder drehen Kurzfilme, andere haben sich selbstständig gemacht. Es ist irre, zu sehen, was aus den Leuten geworden ist. Bei ihnen kann man dann auch mal nachhaken nach dem Motto: Kannst du nicht mal mit deinem Chef reden, ob er den Designpreis unterstützt? Das beste Beispiel ist ja Tanja Hellmuth, 1996 selbst Preisträgerin: Sie war 18 Jahre Chefdesignerin von St. Emile, jetzt ist sie bei Hess Natur. Sie wurde eigens als Kreativchefin geholt, um diese Marke ein bisschen pfißiger zu machen. Außerdem sitzt sie in unserer Wettbewerbsjury. Viele Wettbewerbsteilnehmer sagen heute: Ohne Apolda hätten wir nicht die Chance gehabt, Kontakte zu den Firmen herzustellen, ohne Apolda hätten wir womöglich keine Chance gehabt, uns beruflich zu verwirklichen.

Fließen angesichts dessen Sponsorengelder heute quasi von allein?

Nein, ein Selbstläufer ist das nicht. Ein Beispiel: Ein langjähriger Sponsor, die Firma Vögele, ist von einer italienischen Modemarke aufgekauft worden. Und ob die Italiener den Wettbewerb weiter unterstützen, ist fraglich. Sie werden nicht einmal wissen, wo Apolda liegt. Wir müssen also immer wieder neu Klinken

putzen, es gibt ständig Wechsel in den Chefetagen der Textilunternehmen. Zudem kämpfen die Firmen auch selbst ums Überleben. Deshalb genügt es nicht, einmal hinzufahren, den Vertrag zu unterschreiben, das Geld abzusahnen und nach drei Jahren beim nächsten Wettbewerb wieder zu kommen. Man muss immer wieder neu überzeugen. Einige Sponsoren haben sich in diese kleine Stadt verliebt, die versucht, mit ihrer Geschichte etwas Positives zu gestalten. Was ihnen auch gefällt: Es ist ehrlich, was wir tun. Nicht bloß Schickimicki.

Was hat der Designpreis denn Apolda gebracht?

Ich denke, das darf man nicht wie ein Kaufmann betrachten nach dem Motto: Was ist Gewinn, was Verlust? Der Designpreis ist, was das Marketing betrifft, mittlerweile Apoldas bedeutendster Exportartikel. Wo man hinkommt, hört man: Apolda – ja, der Design Award. Man muss zudem sehen, dass es trotz Globalisierung in Apolda und der Region noch ein paar Textilbetriebe gibt, die auch hier produzieren. Hier gibt es wirklich noch Made in Germany.

Sonst wären ja auch die Strickworkshops, bei denen Designstudenten binnen einer Woche eine Kollektion verwirklichen, nicht denkbar.

Richtig. Aber ich denke, es wird eine Zeit geben, da manches zurückkommen wird, weil in China und überall, wo heute produziert wird, die Löhne steigen werden und sich einige Firmen auch bewusst aus Ländern wie Indien, Pakistan oder Bangladesch zurückziehen. Doch zurück zu Ihrer Frage: Wir haben die Kontakte zu den großen Firmen. Die Apoldaer Firma Strickchic hat zum Beispiel für Iris von Arnim eine „Made in Germany“-Kollektion gemacht, auch für Betty Barclay produziert. Einige große Firmen strecken also schon vorsichtig die Fühler nach Apolda aus. Dazu kommt, dass viele Studenten sich an Apolda erinnern und ihre ersten Kollektionen in Apolda fertigen lassen. Davon können diese Betriebe zwar nicht leben, aber damit wird der Ruf Apoldas in die Welt getragen. Wenn jemand sich selbstständig macht und, sagen wir, 400 Pullover produzieren lassen will, dann lässt er sie natürlich nicht in China produzieren. Er sucht den Kontakt vor Ort, zu Apolda.

Zum Nutzen für die Stadt zählen auch die jährlichen Modenächte im Sommer, bei denen die neuesten Kollektionen der einheimischen Betriebe und der Studenten auf dem Marktplatz gezeigt werden.

Genau. Und auch die Modenächte haben sich entwickelt. Dazu kommen inzwischen ganz viele junge Leute aus Weimar, Jena und Apolda, weil sie es einfach toll finden, dass dort junge Mode präsentiert wird. Auch der Werksverkauf zur Modenacht und zum Zwiebelmarkt hat sich etabliert. Ich finde überhaupt: Alle reden über Kreativwirtschaft in Deutschland – hier lebt sie. Unsere Innovationsfähigkeit zeigt sich aber auch darin, dass wir seit November eine Stadtdesignerin in Apolda haben. Denn das Ziel muss es sein, frisches Blut nach Apolda zu bringen. Vielleicht stellt die Stadtdesignerin nach dem einen Jahr fest, dass die Selbstständigkeit etwas für sie ist, vielleicht bleibt sie in Apolda. Wir werden es sehen. Auch mit diesem Projekt ist sozusagen wieder ein neuer Trieb an dem Baum „Designpreis“ gewachsen.

Einige Jahre ist die Preisverleihung von Ausstellungen mit großen Namen im Kunsthaus Apolda flankiert worden:



Hans Jürgen Giese Foto: Margon



2015 präsentierte Hannah Schmutterer von der Kunsthochschule Berlin-Weißensee dieses Modell, gefertigt von Strickchic Apolda.

2002 war Wolfgang Joop da, drei Jahre später Karl Lagerfeld. Dann folgten Schauen von Adidas und Bogner. Inzwischen ist man davon wieder abgekommen – weil es nicht mehr zu toppen war?

Wir haben diesen Teil 2011 abgeschlossen. Nicht nur, weil wir nicht krampfhaft nach etwas Neuem suchen wollten. Das Ganze hatte ja auch einen Nachteil: Die Medien stürzten sich nur auf die großen Designer, die Designstudenten sind etwas ins Abseits geraten. Doch gerade um sie geht es ja. Deshalb haben wir uns gesagt: Das war eine wichtige und erfolgreiche Teilstrecke, die Apolda zudem große mediale Aufmerksamkeit beschert hat, aber wir ziehen jetzt einen Strich. Das Kunsthaus kann auch ohne Designpreis und der Designpreis ohne das Kunsthaus. Genauo haben wir die Sache mit den Ausstellungen der Wettbewerbskollektionen im Apoldaer Eiermannbau beendet. Wir haben gemerkt, dass wir damit nicht so viele Leute erreichen, und deshalb die Kooperation mit der Bauhaus-Universität Weimar gestartet: Weimarer Studenten drehen Fashion Clips zu den Wettbewerbskollektionen, eröffnen damit sozusagen den digitalen Laufsteg. Dadurch können auch noch lange nach der Preisverleihung und unabhängig von der Dauer einer Aus-

stellung Firmen und Studenten zueinander den Kontakt suchen.

Wird es auch einen 10. Design Award geben – gerade mit Hinblick auf die Gebietsreform?

Die Gebietsreform blende ich jetzt mal aus, obwohl ich eine klare Auffassung dazu habe: Ich finde sie sinnlos, weil noch keiner erklärt hat, was daran wirklich effizient sein soll. Ich hoffe, dass – mit oder ohne Gebietsreform – in diesem und im nächsten Monat vom Apoldaer Stadtrat und vom Kreistag Weimarer Land die Beschlüsse gefasst werden, dass es 2020 einen nächsten Designpreis gibt. Denn diese Kontakte, die wir haben, die wären sonst weg und könnten nie wieder aktiviert werden. Apolda hat sich wegen der Landesgartenschau derart verändert, dass einfach ein Projekt zu der Stadt gehört, das zwischen Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft eine Brücke schlägt. Ein Projekt wie der Designpreis.

Werden Sie denn persönlich die Zehn auch vollmachen wollen?

Wenn ich gesund bleibe: ja. Ich werde zwar in die zweite Reihe rücken, aber mich weiterhin um die Kontakte kümmern. Denn da nützen keine Briefe, da muss man schon hinfahren und mit den Leuten persönlich reden.