

apolda european design award



Am 6. Mai 2017 wurden in Apolda zum 9. Mal im Rahmen einer glanzvollen Gala die begehrten Preise des APOLDA EUROPEAN DESIGN AWARD vergeben. 16 renommierte europäische Hochschulen und Universitäten schickten ihre besten zwei Nachwuchsdesigner dafür nach Apolda. Nach einer spektakulären Modenschau, in der alle 32 eingereichten Wettbewerbs-Kollektionen gezeigt worden, kürte eine hochkarätig besetzte Jury die Preisträger. TOP THÜRINGEN war für Sie dabei. Es geht schließlich um die Zukunft der Mode.

Im Kampf für die Schönheit

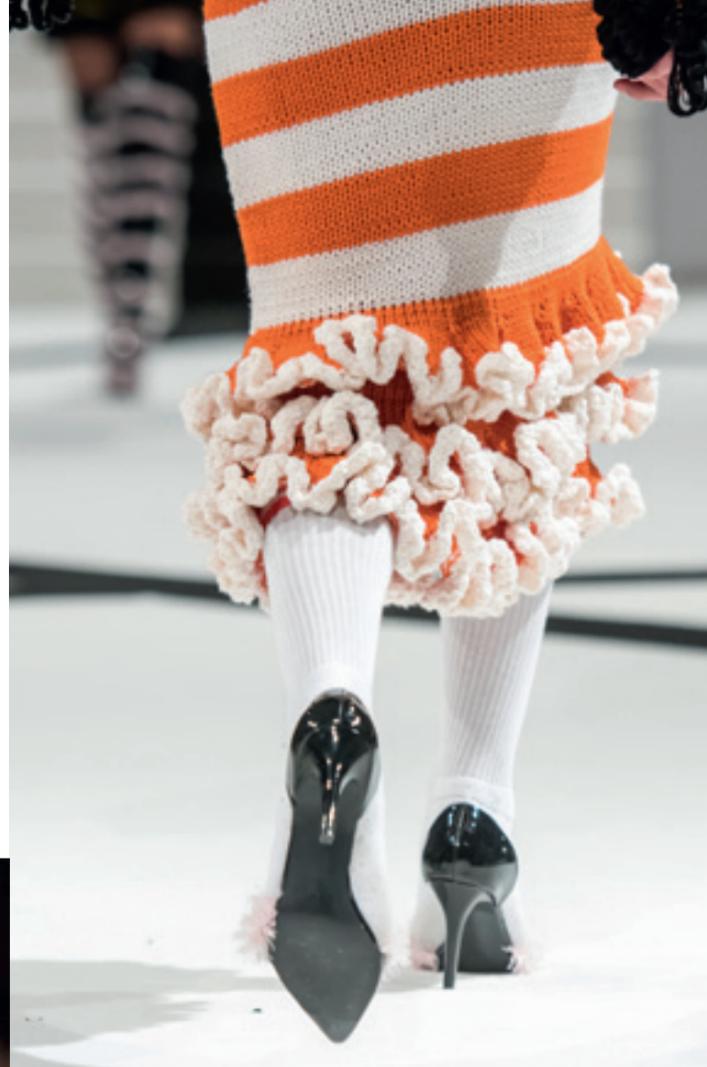


Text: Jens Hirsch
Fotos: Thomas Müller, Mario Hochhaus



Die Region Apolda – Jahrhunderte lang das traditionelle und anerkannte Zentrum der deutschen Strickwaren-Industrie – kann stolz darauf sein, dass der 1993 begründete APOLDA EUROPEAN DESIGN AWARD heute zu den meist geschätzten europäischen Wettbewerben zum Thema Modedesign zählt. Der kleinen Stadt im Weimarer Land ist es durch dieses einzigartige Projekt gelungen, die internationale Mode-Industrie auf den talentierten Nachwuchs aufmerksam zu machen und ihm ein Sprungbrett in die berufliche Zukunft zu bieten. So steht es im Programmheft geschrieben.

Aber was ist eigentlich die Zukunft der Mode und wie sehen heute die Aufgaben eines Designers aus? Peter Paul Polte, langjähriger Herausgeber der Fachzeitung TextilWirtschaft und Ehrenmitglied der Apoldaer Award-Jury, erklärte es in seinem flammenden Appell am Ende der einstündigen Modenschau, bevor die Sieger gekürt wurden. Der Frankfurter Modeexperte zitierte zum Beispiel aus einem Aufsatz zur Rolle der Mode in unserer Zeit. Dieser Aufsatz stammt von Ingeborg Harms, Professorin für Designtheorie an der Universität der Künste in Berlin. Da ist die Rede davon, dass wir „nur noch selten auf der Straße Menschen begegnen, die sich eigens zum Ausgehen angezogen haben. Der Blick der anderen spielt nur noch insofern eine Rolle, als man von ihm nicht tangiert werden will.“ Das war aber einmal anders. Wenn man sich Bilder aus der Vergangenheit ansieht, in alten Familienalben stöbert oder ältere Filme anschaut, findet man meistens Menschen, die schön oder korrekt angezogen sind. Die Väter gingen beispielsweise sonntags nur mit Anzug, Krawatte und Hut zum Fußballplatz. Laut Polte ist die Welt heute dagegen „unelegant geworden“. Die Outfits „zweckmäßig, nachlässig und oft hässlich“. Er geht sogar



noch einen Schritt weiter: „Seitdem die deutschen Fußgängerzonen mit Aldi-, Kik- und Lidl-Jeans gepflastert sind, die an schlaffen Ärschen von alten ungepflegten Männern hängen, ist die Botschaft des Begehrens verpufft.“ Deutschland sei hässlich geworden oder betreibt eine lieblose Uniformität. Diese Gleichgültigkeit hängt freilich auch mit Angst zusammen. In einer Welt von Gewalt und alltäglicher Bedrohung flüchtet der Mensch eben in den Prozess der Mimikry (Anm. d. Red.: Als Mimikry bezeichnet man in der Psychologie das Phänomen, dass Menschen andere Menschen unbewusst und automatisch nachahmen). Er will in der Masse der Unsichtbaren untertauchen.

Denn auffallen ist gefährlich. Obszöne Blicke sind lebensgefährlich, wenn man an die falschen Leute gerät. Wer sich schmückt, lebt gefährlich. Die Schönheit sei im Moment nicht gesellschaftsfähig. Eleganz provoziert Aggression.

Wenn aber die Schönheit nicht gesellschaftsfähig ist, was ist dann die Rolle der Designer? Sie haben laut Polte gleich mehrere Möglichkeiten. Sie werden einmal zum Inszenator von Traumwelten: Die Laufstegschauen sind dabei die Opern im Dienste der Marketingleute. Der spektakuläre Karl Lagerfeld, der Apolda einst selbst mit seiner Anwesenheit beglückte, muss als Zirkusdirektor dafür sorgen, dass „Chanel Nr. 5“ der meistverkaufte Duft auf der Welt bleibt. Michael Kors turnt in der Zirkuskuppel für seine Handtaschenläden. Oder der Designer wird eben ein Meister der Kleider des Understatements: fein, teuer, unauffällig. Das machen die Gurus des italienischen Luxus: Kiton, Brioni, Herno, Hermès. Der diskrete Charme der Bourgeoisie bleibt immer unter sich.

Oder er folgt dem Weltuntergangs-Chic der Japaner. Nach Hiroshima war in Japan mental alles zerstört und verschlissen. Die Japaner in Paris, die vor 30 Jahren kamen, sind verantwortlich für den Vintage-Look. Die zerstörten Stoffe, die malträtierten Jeans, die zerschissenen Kanten. Vintage hat die Umsätze der Modebranche lange gerettet. Mit kunstvoll zerstörten Jeans macht die Modebranche bis heute gigantische Umsätze. Dagegen sind die Umsätze der Couture-Schauen eine Lachnummer. Ingeborg Harms findet zu Recht, dass alles, was seit Jahren auf den Laufstegen erscheint, an der Lebenswirklichkeit vorbeigeht. Das ist Operette. Und Operette hat mit der Realität der Menschen nichts zu tun.

Wo liegen also nun die Aufgaben der jungen Designer? Sie könnten laut Polte „eine Mode erfinden, die mit Respekt zu tun hat. Respekt vor dem Material, vor der Umwelt und vor dem Anderen“. Gleichgültigkeit im Erscheinungsbild ist ein Ausdruck von Respektlosigkeit. Es gibt in jeder Gesellschaft uralte Höflichkeitsrituale.





Angenehmes Äußeres ist ein Zeichen von Höflichkeit. Der Designer soll auch Mode machen, die dem Bedürfnis nach Sicherheit entspricht. „Und bei allem, was er tut, muss er wie ein Seismograph die unsichtbaren Schwingungen der Gesellschaft rechtzeitig spüren.“ Für Peter Paul Polte kämpfen die jungen Designer von heute um nichts Geringeres als die „Zukunft der Mode“. Sie sind Kämpfer für die Schönheit!

Und da kommt der APOLDA EUROPEAN DESIGN AWARD ins Spiel, den Peter Paul Polte vor fast 25 Jahren, nach erfolgreicher Überzeugungsarbeit des Gründervaters Hans Jürgen Giese, mit ins Leben rief und seitdem begleitet und berät. Der Award hat sich nämlich auf die Fahne geschrieben, „die zukunftsorientierte Förderung des europäischen Mode-Nachwuchses zu verfolgen“. Im Jahr 1993 begründet, zählt der mit 30.000 Euro dotierte Award heute europaweit zu einem der renommiertesten Wettbewerbe für Modedesign. Für Polte hat Apolda damit „etwas Großes aufgebaut“. Die Beteiligung namhafter Designschulen aus ganz Europa und die enge Verbindung mit der Praxis in Apolda seien „einzigartig.“

Bildmitte: Peter Paul Polte, Ehrenmitglied der Jury



Das bewies einmal mehr die diesjährige 9. Auflage. 16 europäische Schulen, Hochschulen und Universitäten aus Dänemark, Deutschland, Finnland, Frankreich, Großbritannien, den Niederlanden, Polen, Spanien, Tschechien und Ungarn schickten ihre zwei besten Absolventen, die auf dem Laufsteg in der Apoldaer Stadthalle ihre 32 Wettbewerbsarbeiten in einer perfekt inszenierten Show präsentierten (Konzeption: RÜBERG GmbH, Make-up: Inlover Academy). Die Kollektionen der Jung-Designer wollte sich neben den 300 geladenen Gästen auch der Schirmherr der Veranstaltung nicht entgehen lassen. Denn Wolfgang Tiefensee, Thüringer Minister für Wirtschaft, Wissenschaft und Digitale Gesellschaft (Foto links oben), war gekommen, um sich „inspirieren zu lassen“. Von Kreativität, die nicht dem Mainstream folgt, sondern den Blickwinkel ändert und einen umdenken lässt. Apolda ist für den Minister dafür ein gutes Beispiel, „ein ungeschliffener Diamant, dessen Kreativität weit über die Landesgrenzen hinaus ausstrahlt“. Besonders gestrahlt haben am Ende der einstündigen Modenschau die vier Preisträger (siehe Seite 28/29), die von einer hochkarätigen 20-köpfigen Jury gewählt wurden. Die Sieger haben gezeigt, wie alle anderen Teilnehmer auch, dass sie den Kampf für die Schönheit längst aufgenommen haben.



TOP Service:
www.apolda-design-award.de

Der im Drei-Jahres-Rhythmus stattfindende APOLDA EUROPEAN DESIGN AWARD wurde seit seiner Premiere 1993 ständig weiterentwickelt und durch neue innovative Projekte bereichert. Dazu gehören u.a. solche wichtigen Alleinstellungsmerkmale wie die Ausrichtung auf die besten Absolventen europäischer Modehochschulen, die Strick- und Textilworkshops in Apolda, die Fashion Clips sowie die Anstellung einer Designerin in Residence. Die im Rahmen des „APOLDA DESIGNER NETWORK“ von Studenten der Bauhaus-Universität Weimar produzierten „Fashion Clips“ der Wettbewerbsarbeiten sind online abrufbar.

Veranstalter: Kreis Weimarer Land, die Kreisstadt Apolda und die Wirtschaftsförder-Vereinigung Apolda-Weimarer Land e.V.

HARTMANN & LIEDLOFF

www.hartmann-liedloff.de

Seh-Analyse-Experte



L I N D B E R G ^{OO}



Als selbstständiger Choreograph, Showmanager und Designer arbeitet Ricardo Steffen für namhafte Fashion- und Lifestyle-Unternehmen sowie für Künstler und Kreative in ganz Deutschland. Beim 9. APOLDA EUROPEAN DESIGN AWARD war der Berliner bereits zum dritten Mal für die Modepräsentation verantwortlich.

TOP hat ihn begleitet.

Text: Jens Hirsch
Fotos: Mario Hochhaus



Designer, Modelbooker und Showmanager und ihn inspirierender Vorbilder. „Ich mache den Job für den einen Sehenden, der schon mehr erlebt hat als Shows im Autohaus“, beschreibt er seinen Anspruch. Er ist ein Überzeugungstäter, der mit Menschen „authentisch arbeiten darf“. Sein Ziel ist dabei, sich „mit dem Konzept von der Konkurrenz zu unterscheiden“.

Und das ist ihm nach 2011 und 2014 auch 2017 in Apolda beim 9. APOLDA EUROPEAN DESIGN AWARD wieder eindrucksvoll gelungen. Bereits Anfang des Jahres hat er sich die 32 Wettbewerbs-Kollektionen mit insgesamt 170 Outfits angeschaut. Er legt die Reihenfolge der Kollektionen dramaturgisch fest, berechnet den Ablauf:

Wann geht wer, warum, in welchen Klamotten raus? Wie lange dauert das An- und Umziehen? Es müssen Schuhe für die Kollektionen ausgesucht werden, erste Modelcastings finden in Berlin statt. Die Showgestaltung nimmt Formen an, dabei müssen auch die Wünsche der Presse berücksichtigt werden. „Denn die mediale Verwertbarkeit ist das A und O, das strahlt viel länger als der persönliche Eindruck“, weiß der Profi.

Apolda strahlt für Ricardo Steffen sowieso länger als die 60 Minuten dauernde Show. „Hier arbeiten Menschen aus den verschiedensten Bereichen zusammen. Sie schaffen durch ihre menschlich integre Arbeit eine herausragende Qualität. Und diese zwischenmenschliche Harmonie ist in der Branche eine ganz große Ausnahme. Ich habe nach der Show in leuchtende Augen geschaut.“

2020 wird er das hoffentlich wieder tun. Bei der 10. Auflage des renommierten Awards.



Der Modewerber

Es ist 20.30 Uhr, die Modenschau in der Stadthalle von Apolda läuft seit wenigen Minuten. Ricardo Steffen sitzt angespannt auf der Empore neben den Technikern. Über Kopfhörer ist der Showmanager verbunden mit Mario Hochhaus, der die 18 Models und 5 Dressmen punktgenau auf den Catwalk rauschickt. Ricardo Steffen achtet darauf, dass die Zeitabstände stimmen, die Haare, die Posen. Was die auf mehr als tausend Shows geschulten Augen sehen, gibt er sofort weiter für den nächsten Walk.

Nach gut einer Stunde ist die Show beendet, die Reden sind gehalten, die Sieger des 9. APOLDA EUROPEAN DESIGN AWARD gekürt und die 300 geladenen Gäste verlassen begeistert den Saal. Auch Ricardo Steffen ist zufrieden mit der Show und mit seinen Models. Es gab nichts, über das sich der Perfektionist wirklich geärgert hat. Abgesehen davon, dass ein Model es nicht rechtzeitig schaffte, die passenden Schuhe zum Kleid anzuziehen, lief alles perfekt.

Der Sohn deutsch-sambischer Eltern kennt das Geschäft aus dem Effeff. Schließlich war er selbst Model und arbeitet als Choreograph, Showmanager und Maßschneider. Als Designer entwirft und realisiert er im eigenen Atelier produktunterstützende Kollektionen für Künstler und Kunden aus der Fashionbranche. Er nennt sich selbst am liebsten „Modewerber. Das fasst am besten zusammen, was ich mache. Ich lasse Frauen und die Kollektionen meiner Kunden gut aussehen“, erklärt der Berliner.



Der Berufswunsch Modedesigner entwickelte sich bei Ricardo Steffen von klein auf. Im Kindergarten fängt er an, Kleidungsstücke zu zeichnen und frisiert Puppen. Die Oma im Haus bringt ihm das Nähen bei, denn: „Zeichnen alleine macht noch keinen Modedesigner.“

Mit 14 sieht er im Fernsehen die Modenschauen aus Paris, Mailand und New York. Dort will er hin. Vom Jugendweihegeld kauft er sich eine alte Nähmaschine und entwirft für sich und Mitschüler Klamotten. Eine Nachbarin fragt ihn nach Fashion Trends. Sie war praktisch seine erste Kundin.

Nach der Schule macht er eine Maßschneiderausbildung und bewirbt sich für ein Designstudium. Gleichzeitig nimmt er an einem Modelcasting teil. Das glamouröse Leben auf und neben den Laufstegen reizt ihn. Die Zusage für das Studium bekommt er, den Modeljob auch. Ricardo Steffen entscheidet sich für ein Leben im Showbusiness, ist fortan fünf Jahre auf den größten und kleinsten Bühnen im In- und Ausland zu Hause und lernt von erfahrenen Kollegen, was die Disziplin eines Profis ausmacht, der keine Eintagsfliege sein möchte, seine Chance erkannt hat und lebt.

Die Welt der Mode wird zu seinem Lebensthema. Aber ihm fehlt eine gewisse Struktur. Viele Shows sind mehr oder weniger improvisiert. Geklatscht wird aber immer, das hat er schnell festgestellt. Aber er findet es beschämend, „auf der Bühne zu stehen und zu wissen, dass alles nur geklappt hat, weil die Models improvisiert haben“. Eine Kundin bringt ihn schließlich auf den Gedanken: „Du meckerst immer so viel, mach doch einfach mal mit bei der Organisation!“ Gesagt, getan! Ricardo Steffen kümmert sich fortan um Haare, Styling und sagt den Models, was sie machen sollen. „Das war der Schlüssel zu meiner Kreativität“, erinnert er sich. Er möchte Shows inszenieren, wie er sie aus Paris und New York kennt, denn „Styling schafft phänomenale Events“.

Die Kunden sind äußerst zufrieden und buchen ihn immer wieder. Ricardo Steffen will aber mehr. Er absolviert noch eine Kostümschneider- und eine Werbekaufmann-Ausbildung und arbeitet als Modelbooker. Jetzt kennt er das Geschäft von allen Seiten und beginnt seine Arbeit als selbstständiger Choreograph und Showmanager. So ist vor 20 Jahren eine neue Dienstleistung entstanden, die seine „Kreativität hervorgeholt hat“ – eine Mischung seiner Fachkenntnisse als Model, Maßschneider,

TOP Service: www.ricardosteffen.de

mode

DER SOMMER KOMMT!

... die pure Lust auf Mode!
2 x in Erfurt

KAUFLUST
BY ANJA SCHEINPFLUG



AS
SCHMUCKSTÜCKE
by Kauflust

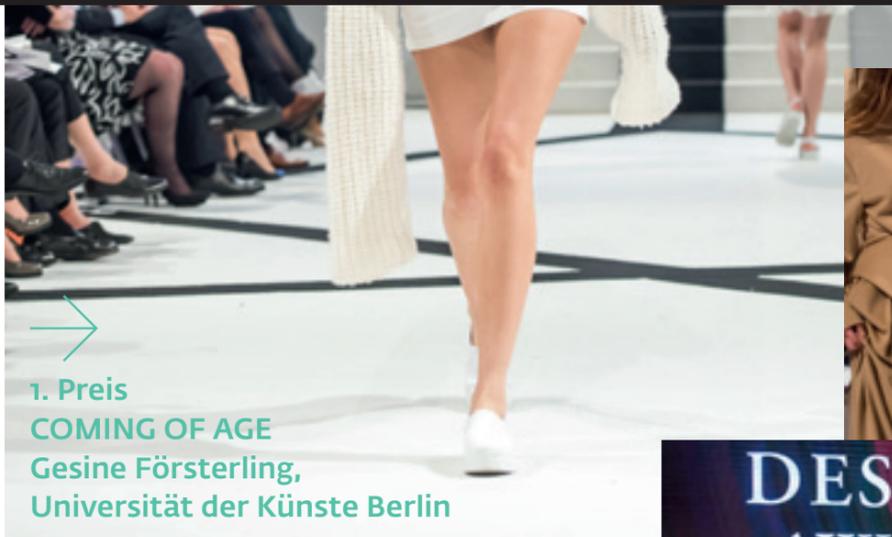
KAUFLUST:
Schlösserstraße 33, 99084 Erfurt
Tel. (03 61) 55 05 99 20

SCHMUCKSTÜCKE:
Marktstraße 3, 99084 Erfurt
Tel. (03 61) 64 41 98 20

Öffnungszeiten jeweils:
Mo–Fr: 10.00–19.00 Uhr
Sa: 10.00–18.00 Uhr

kontakt@kauflust-erfurt.de
www.kauflust-erfurt.de

Die Preisträger



➔ **1. Preis**
COMING OF AGE
Gesine Försterling,
Universität der Künste Berlin

Es gelingt der Preisträgerin, die widersprüchlichen Empfindungen junger Mädchen während der Adoleszenz mit spannend kontrastierenden Materialien und Proportionen in eine überzeugende Kollektion zu übersetzen. Die Konzentration auf Weiß – die Farbe der Unschuld – wirkt als ästhetische Klammer. Die Jury würdigt die sensible Umsetzung des Themas, die Klarheit und Konsequenz des Konzepts, sowie die Modernität und Stilsicherheit der Kollektion.



↑ **3. Preis**
KARIERT. GESTREIFT. GEBLÜMT.
Magdalena Samuel,
Universität der Künste Berlin

Die Sehnsucht nach den unbekümmerten Tagen der Kindheit ist der Ausgangspunkt, einfache grafische Dessins in kräftigen, klaren Farben spielerisch miteinander zu kombinieren. Die Jury würdigt die Heiterkeit und Poesie dieser vierteiligen und komplexen Kollektion, bei der klassische Farb- und Dessinkombinationen neue Relevanz bekommen.



↑ **2. Preis**
BACK IN BUSINESS
Heidi Karjalainen,
Aalto University School of Arts,
Design and Architecture Helsinki

Traditionelle Formen wie Trenchcoats und Hemden in traditionellen Materialien und Farben wie Beige oder Camel werden dekonstruiert, anders zusammengesetzt und mit völlig neuer Bedeutung aufgeladen. Die Modelle überzeugen durch den Mut zu Allüren und femininer Grandezza – Aspekte, die heute selten thematisiert werden. Anerkennung finden ebenso die Farbsensibilität wie die Qualität der technischen Umsetzung.



↑ **Sonderpreis „Experimentelles Design“**
SALT & PAPER
Dana Renée Harel, Hochschule
für Technik und Wirtschaft Berlin

Die Jury prämiert ein ungewöhnliches Experiment, bei dem Salzkristalle auf unterschiedliche textile Unterlagen aufgebracht werden. Die entstehenden Stoffe und Accessoires strahlen nicht nur glitzernde Schönheit aus, sondern wirken besonders geheimnisvoll, weil das Salz durch seine Metamorphose Kristalle verliert und so die permanente Veränderung der Dinge symbolisiert.



HERZLICHEN DANK
an die Partner und Unterstützer des
9. APOLDA EUROPEAN DESIGN AWARD 2017

A-K-R-I-S-

ALLUDE



Apoldaer

BASLER

breuninger
Die schönen Dinge des Lebens

Ernsting's family
Von fröhlichen Familien empfohlen.

EVA Energieversorgung
Apolda GmbH
Strom · Gas · Wärme
WWW.EVAPOLDA.DE

[FISCHER]
APOLDA

Hotel am Schloß
APOLDA

Freistaat
Thüringen

IRIS v. ARNIM

MARCCAIN

orsay

RR
RIANI

RABE

s.Oliver

S Sparkasse
Mittelthüringen

strick|chic

Charles
Vögele
Switzerland

Ministerium
für Wirtschaft, Wissenschaft
und Digitale Gesellschaft