

Berner Mode-Event der besonderen Art

Der letzte Schrei – und doch tragbar

Vier junge Berner Textildesignerinnen haben sich zusammengetan, um Bern einen kleinen, aber feinen Anlass für Kennerinnen, Kenner ihrer Gilde und solche, die es werden wollen, zu schenken: Der letzte Schrei.

Michael Oberholzer

Während an grossen Messen Publikumsnähe, Musse und das Ambiente ab und zu eher zu wünschen übrig lassen, wurde man in Bern rechtzeitig zum Frühlingsbeginn während zwei Tagen geradezu verwöhnt: in ungezwungener, fast familiärer Atmosphäre von Marktstand zu Marktstand, mit der tragbaren Mode auf Tuchfühlung, ein Gespräch mit den Designerinnen – und das alles in der prachtvollen Orangerie des Berner Reprisenkinos Cinématte, wo das Glasdach ein bisschen an eine italienische Einkaufspassage erinnern. Wer eine Pause brauchte, liess sich im Restaurant den Kaffee mit Blick auf die vorbeifliessende Aare servieren oder schwelgte in der Mode der 50er- und 60er-Jahre, die durch die gezeigten Filmklassiker «Et Dieu créa la femme» mit Brigitte Bardot und Zeffirellis «Roméo et Juliet» wachgerufen wurde.

Der letzte Schrei – ein Event für eine modeinteressierte Kundenschaft – wurde von vier jungen, initiativen Berner Modeschaffenden aus eigener Initiative auf die Beine gestellt – und das bereits zum zweiten Mal mit Erfolg.

Souvenirs de Paris. Die Mode-Performance knüpfte da gleich an und entführte die Zuschauerinnen und Zuschauer ins Paris der 40er, die Modelle der elf Labels wundervoll in Szene gesetzt. Und wer denn die Teile nicht nur befühlte und begutachtete, sondern auch den Kauf wagte, durfte die Tanzflächentauglichkeit des frisch erstandenen Jupes oder Tops am Samstagabend gleich unter Beweis stellen, da die Orangerie kurzerhand in eine Disco umgewandelt wurde. Doch der Aufwand und die Vielseitigkeit des Events scheinen sich erneut gelohnt zu haben: zufriedene Gesichter bei den Macherinnen, offenbar aber auch bei allen anderen Verkaufenden, wo sich so etwas wie langfristige Gerechtigkeit einstellte: Diejenigen, die letztes Jahr fantasztisch verkauft hatten, mussten dieses Jahr einen kleinen Dämpfer einstecken – und umgekehrt. Bern, Lausanne, Zürich und zurück. Neben den vier Initiantin-

nen Maria Pia Amabile, Maja Abplanalp mit ihrem Label majmaj, Sandra Lemp und Ursula Giger mit Ugli – allesamt aus Bern – waren auch Lausannes Le Laboratoire (Patricia Feusier und Maryll Crousaz), Fort&Nah (Claudia Deflorin und Nils Näf) sowie caviezelundscherr (Sandra Caviezel und Caroline Scherr) aus Zürich bereits zum zweiten Mal am «letzten Schrei». Frisch hinzugekommen waren die Bernerin Renate Aebi und eine ganze Basler Truppe mit Michaela Keller, Claudia Güdel und Anita Moser, bei der Schuhmode im Zentrum steht. Auffällig sind die hochwertige Qualität der Materialien und die präzise Verarbeitungsart, die den heimischen Designerinnen gemeinsam ist – typisch schweizerisches Handwerk eben. Frische Farben, mal schlicht, mal experimentierfreudiger: Der zweite Hingucker ist den meisten Teilen sowieso sicher. Jedenfalls treten die elf Labels den Tatbeweis an, wie tragbar und schön «junge» Mode sein kann.

Initiative gezeigt statt Trübsal geblasen. Die vier initiativen Designerinnen haben es selbst in die Hand genommen, ihren Modellen eine Plattform zu verschaffen. Offenbar mangelt es in Bern an Geschäften, die junges Modeschaffen zeigen und verkaufen. Selbst ist die Frau, sagten sie sich, und stellten heuer zum zweiten Mal «den letzten Schrei» mit der tatkräftigen und arbeitsintensiven Mithilfe von Anna Fanzun (Koordination), Arlette Schneider (künstlerische Leitung), Annet Furrer (Raumgestaltung) und Franziska Egli (Pressearbeit) auf die Beine. Während den Frauen im Bundeshaus ein steiferer Wind entgegenschlägt, sorgte hier eine reine Frauenriege fürs Gelingen... ■



nau so, wie sie in den 80er-Jahren dem Minimalismus gefolgt ist. Kopiert werden jedoch, und leider gibt es Marken, die identische Cavalli-Kopien herstellen, stört mich und es ist auch geschäftsschädigend, obwohl heute jeder alles über Designer und ihren Stil weiss und sich bewusst ist, dass er eine Kopie kauft.

Textil-Revue: Wie wäre der neue Look von Präsident Berlusconi, wenn Sie Hand anlegen dürften?

Roberto Cavalli: Einem Mann, der in seiner Denkweise im Faschismus der 30er-Jahre verhaftet ist, steht eigentlich nur ein brauner Anzug, kurz geschorenes Haar und ein kleines, viereckiges Schnäuzchen. Sie verstehen, welches ich meine?

Textil-Revue: Was sind die Gründe für die Krise in der Luxusbranche?

Roberto Cavalli: Die Luxusbranche ist nicht in der Krise. Wir jedenfalls spüren gar nichts davon. Im Gegenteil. Die Gesellschaftsschicht, die Geld hat, hat auch in schwierigen Wirtschaftslagen Geld und gibt es auch jetzt für Designermode aus.

Textil-Revue: Die Krise im mittleren Segment ist jedoch unbestritten – vielleicht wegen Fast-Fashion-Modeketten wie Zara, H&M oder Mango?

Roberto Cavalli: Exakt, Mittelmass führt in die Krise. Diese Modeketten konkurrenzieren das modische Mittelgenre, weil die Kreativität fehlt.

Textil-Revue: Haben Sie noch nicht genug gearbeitet, wollen jetzt Ihren Erfolg auskosten?

Roberto Cavalli: Vorläufig macht es Spass, ja.

Textil-Revue: Was kommt nach der Arbeit?

Roberto Cavalli: Ich möchte einmal ein guter Grossvater sein. Meine fünf Kinder, die alle noch zu Hause leben, haben mich noch nicht zum Grossvater gemacht, aber wenn es so weit ist, wird mir das wichtig sein. Dann will ich unbedingt noch lernen, mit dem Computer professionell umzugehen, und vielleicht schreibe ich einmal eine Fibel über Stoffentwicklung. ■