



72 | FASHION |

Infield-Fläche auf der Ispovision

Sneakers Art für Chucks

Designermarkt bei Beck

Happening zwischen Handel, Designer und Kunden

Beck hat's vorgemacht. Engelhorn zieht nach. Mit dem Infield-Projekt holt sich der Handel Designer ins Haus.



Denim-Design auf Tanka-Jacke und Wrangler-Jeans

Ein Designer ist ein Künstler, kein Verkäufer“, beschreibt Peter Heiss das Problem der meisten unabhängigen Designer, ihre Produkte zu verkaufen. Vor drei Jahren starteten er und das Münchner Studio Heiss & Stabek mit einem neuen Konzept für kleine Designer-Kollektionen in Kooperation mit Industriemarken, das dem allgemeinen Wunsch nach mehr Individualität bei Bekleidung Rechnung tragen soll. „Als modekompetent gilt der Kunde, der seinen eigenen Look findet. Und dafür wollen wir etwas bewegen, damit sich im Handel was bewegt“, sagt Heiss und ließ freie Designer von Herstellern zur Verfügung gestellte Markenprodukte in Sportstyle-Unikate umarbeiten: Jeansjacken und -röcke von Wrangler und Chucks von Con-

verse. „Die Kunden suchen nach dem Besonderen, dem Exklusiven. Das Handwerk gewinnt wieder.“ Erstmals vorgestellt wurden die Produkte im vergangenen Winter auf der Ispovision, dem Sportstyle-Bereich der Sportartikelmesse Ispo in München. Es folgte eine eigenständige Infield-Fläche im Sommer bei Ludwig Beck in München, die auch im Winter vom 31. Januar bis 12. Februar wieder in der oberen Etage eingerichtet wird. „Der temporäre Designermarkt war ein voller Erfolg“, sagt Barbara Gruber, Marketingleiterin bei Ludwig Beck: „Unikate mit Markenmode zu kombinieren liegt bei unseren Kunden absolut im Trend.“ Und das zog an. „Die Designer sind selbst vor Ort, beraten Kunden und nehmen Produktwün-

„Ein besonderer Platz im Schrank“

TW: Was genau erfüllt der Infield Designermarkt?

Peter Heiss: Das Designer-Produkt erfährt eine völlig neuartige Bewertung. Exklusivität wird neu definiert. Das Handwerk in einer neuen Form erfüllt die Wünsche der Kunden nach Einzigartigkeit, Individualität und Originalität. Schön ist, dass die schöpferische Arbeit des Menschen über die der Maschine gestellt wird. Infield, das ist eine besondere und einzigartige Form von Verkaufshappening. Das Infield Event auf der Ispovision ist ein Baustein im Konzept.

Drohen von Hand gefertigte Kollektionen nicht, im Mainstream unterzugehen?
Genau das Gegenteil ist der Fall. Durch die glo-

balen Marken gibt es so viel Mainstream, dass es die Leute langweilt. Die Produkte werden zunehmend austauschbar. Aber Designer, die frei arbeiten können, liefern individuelle Kreationen für den individuellen Look des Kunden. Die Kreationen gehen nicht unter, sie heben sich ab.

In welchem Umfeld lassen sich diese individuellen Styles präsentieren?

Sport Style beispielsweise hat das größte Potenzial als Baustein im Outfit. Deshalb ist die Präsentation am besten im Umfeld kombinierbarer Kleidung. Das Besondere ist die Begegnung von Kunde und Designer. Der Designer selbst wird zum persönlichen Stylisten des Kunden. Eine bessere Präsentation kann man sich kaum vorstellen.

Infield-Spezialist Peter Heiss, Studio Heiss & Stabek



Wie nehmen die Kunden die Unikate an?

Kunden, für die das Thema neu ist, orientieren sich natürlich an Marken. Die größte Freude aber haben Kunden, die ein ganz persönliches Einzelstück gefunden haben. Das geht so weit, dass die Designer schon Kassenbonsignieren sollten. Das Unikat aus der Hand des Designers nimmt einen ganz besonderen Platz im Schrank ein. DE ■



Infield-Schaufenster bei Beck in München.

sche entgegen, verkaufen die verfeinerten Teile und ihre eigenen Kollektionen. Ein prima Marketinginstrument auch für den Handel.“ Für diesen dritten Infield-Auftritt, der seine Plattform außerdem wieder auf der Ispovision (6. bis 9. Februar, Halle A4) hat – diesmal sogar mit eigener Modenschau – kommen die Blanks-Teile von Bogner, Sportalm, Converse, Mator und Wrangler. Auch mit Swarovski-Steinen haben die Designer gespielt. Interesse haben auch Aias Onitsuka Tiger und Daniel Hechter bekundet.

Heiss hat auch einen weiteren Händler für die Idee begeistert: Im Trendhouse bei Engelhorn in Mannheim ist vom 29. März bis 9. April eine rund 380 m² große Fläche im zweiten Stockwerk geplant. Sollte diese gut laufen, so kann man sich bei Engelhorn den Designer-Markt ab Herbst 2005 als Dauerveranstaltung vorstellen, „wie ein Szeneladen mit individuellen Linien und eigenem Personal“, so Heiss, der den 20-köpfigen Designer-Pool betreut. Gespräche führe man auch mit Jelmoli in Zürich. ☐ ■



Converse by Pauls Schwester



Designerin Serena Vitali-Debole präsentiert ihre eigene Kollektion Sessies Zeug

„Ein Markenstück wird mehr“

TW: Sie sind Ispovision Infield-Teilnehmerin der ersten Stunde. Wie hat sich das Projekt entwickelt.

Petra Becking: Aus einem kleinen Stand am Ende der Halle wurde eine große Fläche mitterhin. Und im Februar werden wir zur Ispovision auf einer Modenschau präsentieren. Das ist eine große Entwicklung. Es finden sich immer mehr, die mitmachen wollen. Das kreative Potenzial ist erkannt und wird genutzt. Auch die Resonanz der Besucher ist gut.

TW: Welche Chancen sehen Sie in diesem Projekt für den Handel?

Dem Handel wird in geballter Form gelebte Kreativität vorgesetzt. Er muss nur noch zu greifen.

Engelhorn plant möglicherweise eine feste Infield-Fläche im Trendhouse. Wie könnten Sie sich einbringen?

Über eine derartige Präsentation haben die Designer die Chance, ihre eigenen Kollektionen dauerhaft zu verkaufen. Und auch Pauls Schwester

ter wird mit Teilen dabei sein. Ein beruhigendes Gefühl und Bestätigung, wenn man einen solchen Partner hat. In solchen Zeiten, wo viele eher vorsichtig und zurückhaltend sind.

Für was genau interessiert sich der Kunde?

Der Kunde findet bei uns ein Markenstück, das mehr geworden ist. Durch die Hand eines unabhängigen Designers ist aus einem Millionenstück ein Einzelstück geworden. Das Shirt in Millionenaufgabe hätte er kaum beachtet, den ihm unbekanntem Designer kaum geschätzt, aber in der Kombi, die Wucht. Und wir sind viele Designer, mit vielen Handschriften für viele Kunden.

Für Infield arbeiten sie Markenware um. Wird das auf Dauer nicht langweilig?

Es gibt alte und neue Partner. Es gibt Sommer und Winter. Trends und wechselnde Materialien. Als ich noch fest in der Modeindustrie gearbeitet habe, habe ich am Ende der Saison immer gedacht, so das war's jetzt, alle Ideen

Designerin und Infield-Teilnehmerin Petra Becking



gegeben, alles aufs Papier gebracht, nichts kann mehr kommen. Aber nach zwei Wochen Kopf freimachen, war die Lust wieder da und auch die Kraft. Wieder wurden neue Farben gesucht, Stoffe und Formen. Mode ist nie langweilig.

Wie würden Sie Ihre Kollektion „Pauls Schwester“ beschreiben?

Meine Kollektion besteht hauptsächlich aus Einzelteilen. Ich benutze mit Vorliebe alte Stoffe und Materialien und verwandle sie in witzige, bequeme besondere Mode für Frauen, die keine Girlies mehr sind. Bald kommen auch Teile für Männer. ☐ ■

trendtalk



London

Twinkle, twinkle, little star ...
Es glitzert und funkelt in Londons Nightclubs: Britische Trend-Girls reißen sich um den himmlischen Modeschmuck von Mikey. Brosche ca. 95 €, www.mikeyjewellery.com



MUST-HAVE des Monats



Weg mit den dicken Lammstiefeln, her mit den super-lässigen „Frye“-Boots! Sarah Jessica Parkers neue Lieblingstreter gibt's bei: www.fryeboots.com, 170 €

Fashion-Spots IM FEBRUAR



Paris

Katalog-Couture

Was Karl kann, kann Jean Paul schon lange: Exklusiv für das französische Versandhaus „La Redoute“ entwarf Gaultier eine kleine Sonderkollektion. Mit ein bisschen Glück kann man die Teile unter www.laredoute.com ergattern!



16 young



München

Cooler Design-Unikate

Die Bambi-Jacke von Aläx Star: ein bezahlbares Designerstück, das nicht jeder hat! Im Rahmen der „Ispovision Infield“ bieten Shops wie Ludwig Beck exklusive Kreationen junger Designer an. Mehr Infos: 0 89/3 75 07 00



Mailand

Frankreich meets Italien

City-Tipp: Beim nächsten Trip in die italienische Mode-Metropole unbedingt im trendigen Navigli-Viertel vorbeischaun! Ganz neu dort: der „Marithé & François Girbaud Store“. Ein echter Architektur- und Mode-Event! Corso di Porta Ticinese 48

Who is who ...

Wer steckt hinter Patrizia Pepe?



MODEDUO:
Patrizia Bambi und Claudio Orrea

Wer sind die Designer von Patrizia Pepe?

● Patrizia Bambi und und ihr Ehemann (und Manager) Claudio Orrea. Sie sind die kreativen Köpfe dieses angesagten Labels. Seit über 20 Jahren leiten sie ihr eigenes Fashion-Business in Italien. 1993 gründeten sie Patrizia Pepe.

Was ist das Erfolgsgeheimnis?

● Ihre trendy Kollektion ist stylish, aber nicht schrill. Exklusiv, aber nicht zu teuer. Figurbetonte Schnitte für sexy Formen!

Woher nimmt Patrizia Bambi ihre Inspiration?

● Sie hat eine Leidenschaft für lateinamerikanische Tänze, die ihre feminine Kollektion prägt.

IN & OUT

■ **Charity Labels!** Von VIPs signiert, für gute Zwecke versteigert: z. B. die „Buddy“-Puppe von LEE

■ **Massenware aus Fernost!** Billig-Luxus dank Kinderarbeit? Darauf können wir wirklich gern verzichten!



münchen.live

Neu... Neu... Neu...



NIA DRESSING ROOM

Junge, bunte Mode aus Frankreich
Dieser putzige Shop in Bomborosa bringt uns „Frankreich“ ein wenig näher. Vorausgesetzt, wir kommen an Hundedame Emma vorbei, die im Eingangsbereich rumflitzt. Früher hatte Nina Jäger einen Laden in Marseilles. Von dort importiert sie verspielt modische Labels wie Sesuñ, Kulte, Balññ und superknackige Jeans von Le temps de Cerises, Girangi, Recycling-Jeanskreationen aus München und Accessoires von Erdbeerpony runden das Sortiment zuckersüß ab. **mh**
Türkanstr. 35, Maxvorstadt, Tel. 28 67 39 50, Mo-Fr 10-19 Uhr, Sa 10-16 Uhr



MILK & SUGAR

Coffee, Bar, Lounge – und „Sex and the City“
US-Coffeshop-Flair trifft auf Italo-Küche: Hier kocht kein Geringerer als DJ Romeo, der den Laden mit Freund Ralph betreibt. In der gemütlichen Lounge einen Stock tiefer gibt's Wi-Lan und Internet for free, auf der Leinwand kann man aktuelle Sport-Events verfolgen. Und dienstags laufen ab Ende September die neuen Folgen von „Sex and the City“ – bei einem Cosmopolitan mit den besten Freundinnen? **io**
Sendlinger Str. 24 (Asamhof), Tel. 23 22 58 88, Mo-Sa 9-23 Uhr



CLEVER FIT

Fitness für wirklich wenig Geld
Dieses neue Fitnessstudio mit Harteln, Life-Maschinen und Ausdauergeräten kostet tatsächlich nur 19,90 Euro im Monat – inklusive Mineralwasser, so viel man runterkriegt. Dafür bietet Clever Fit weder Aerobicstunden noch eine Sauna. Für lumpige 5 Euro extra im Monat kann man allerdings unbegrenzt das Solarium nutzen, weitere 5,90 Euro monatlich ermöglichen die Teilnahme an „Power Pilate“, dem Fitnessabend unter den US-Stars. **ms**
Hansastr. 18, Tel. 57 95 06 04, Mo-So 6-24 Uhr, www.clever-fit.com

24-Stunden-Lieferservice

Rausch mit Pogo

Erich Zander schwimmt gegen den Strom. Vom Angepassten hielt der Münchner Altpunk noch nie viel – wenn es ums Biertrinken geht, schon gleich gar nicht. Wider die großen Konzerne lässt er sich seit kurzem sein eigenes Bier („Pralles Pils“) brauen und beliefert damit ganz München rund um die Uhr: Pogorausch heißt das Projekt um Zanders Leuts, bestellt wird telefonisch oder im Internet. 12 Euro kostet ein Kasten (24 Flaschen à 0,33, plus Pfand) bzw. 15 Euro ab 20 Uhr. Zum Vergleich: Für einen Träger Bier werden an der Tankstelle im Schnitt 19,90 Euro plus Pfand fällig. Warum Pogorausch so billig anbieten kann? „Wir lassen von einer Familienbrauerei in Waldkessen produzieren – nach altem Köstensept, unabhängig von großen Brauereien. Das einzige Problem ist, dass mich die Kunden immer auf ein Bier einladen wollen“, erzählt der Bierliebhaber, „da muss man hart bleiben.“ Unangepasste Nachtaulen kriegen ihr pralles Pils übrigens auch in der Glockenbachwerkstatt und im Kings & Queens. Ein kleiner Bierlieferservice mit Kultpotenzial **rw**

Pogorausch, Erich Zander, Tel. 93 93 93 69, 0172 / 970 66 28, 24-Stunden-Lieferservice, www.pogorausch.de



Münchner Volkshochschule

Mehr wissen? Jetzt anstellen!

Zum Herbstsemester 2004 hat die VHS ihr umfangreiches Angebot um einige Neuheiten bereichert. So gibt's ein Gesundheitsprogramm mit 420 Veranstaltungen, ein brandneues Multimedia-Sprachenlernstudio, „Philosophie im Café“ lädt zum Debattieren, und das „Rocktoberfest“ lockt mit Live-Musik und Theater. Infos zu Kursen und Anmeldeformalitäten gibt's im neuen Katalog (Buchhandel/Stadtbibliotheken). **io**
VHS GmbH, Gasteig, Kellerstr. 6, Tel. 48 00 60, www.mvhs.de (Anmeldung jetzt auch online möglich!)

Mode und Kunst Salon

Bungalow 8

Neuester Zuwachs am Gärtnerplatz ist der Kunst und Mode Salon Bungalow 8 – für Freunde von gemütlichem Shopping und fröhlicher Kunst ist ein Abstecher ein Muss. Das Motto lautet hier „Kunstvolle Mode statt künstlicher Trends“; Unikate eines ungszwungenen Kreativpools aus etablierten und jungen Designern wie Jasmine T, Altx Star, Inge van Lierop, Rita Lagune sowie die Berliner Labels Lucid21, Hasipop und Deutsche Proft Werke werden hier angeboten. Außerdem stellt Inhaberin Mary Monchizada jeden Monat die Arbeiten junger Künstler aus. Zurzeit sind im Bungalow 8 Patchwork-Bilder von Kitytrash, Boronowski-Pop-Art und Werke von Altx Star zu sehen. **rw**

Bungalow 8, Reichenbachstr. 32, Di-Sa 12-20 Uhr



PRINZ verlost: Einfach mitmachen und mitgewinnen! Weitere tolle Verlosungen laden Sie in diesem Heft auf der Seite 148. Und so geht's: Postkarte mit dem jeweiligen Stichwort und rechtzeitig zum jeweiligen Einsendeschluss an PRINZ, Amalienstr. 67, 80799 München schicken.



LEINING WRANGLER
ENTWURFEN VON ALJSTAR

VORWORT

Bereits 1990 prophezeite uns der amerikanische Zukunftsforscher George Gilder das Zeitalter des Individualismus. Dazu schreibt er in seinem Buch „Life after Television“:

„Das Medium wird sich von einer massenproduzierten und massenkonsumentierten Ware zu einer unendlich breiten Palette von Nischen und Sonderthemen entwickeln...Ein neues Zeitalter des Individualismus wird kommen und eine kulturelle Erugtion mit sich bringen, die in der Geschichte der Menschheit einmalig ist.“

Wir begleiten diese schöne Entwicklung seit über drei Jahren.

Für das aktuelle Projekt haben wir freie Designer, Industrie und Handel produktiv zusammen gebracht. Das Ergebnis dieser kreativen Kooperation sind Unikate statt Massenware, Handwerkskunst statt industrieller Fertigung und Vielfalt statt Uniform.

Ignition Infield bringt als Event Designer und Kunden zusammen. Ludwig Beck und Engelhorn in Mannheim, beide richtungswisende Modehäuser, ermöglichen ihren Kunden ein einmaliges Einkaufserlebnis über 2 Wochen. Aktualier können Kunden Mode nicht erleben.

Das Lookbook in Ihren Händen ist das erste seiner Art und versucht Ihnen einen kleinen Eindruck von unserem Konzept zu vermitteln.

Allen beteiligten Partnern danken wir von Herzen: den Designern, der Ignition, Converse, Wrangler, Mafador, Puma, Sportalm, Kitzbühel, Bigner, Asics, Swarovski, Ludwig Beck in München, Engelhorn in Mannheim, C2 Studios München, Lassen Sie sich inspirieren, Erleben Sie spannende neue Mode und ihre Möglichkeiten, Lernen Sie Ihren Lieblingsdesigner kennen und machen Sie Ihren Einkauf ab sofort zu einem Erlebnis.

Peter Heiss | Studio Heiss & Stabek | peter@studio-heiss.net

IMPRESSUM

HERAUSGEBER: STUDIO HEISS & STABEK GBR, Öttingenstr. 4, 80538 München, Tel: 089 272 20 94, Fax: 089 21 11 33 94, info@studio-heiss.net // ARTDIREKTOR: DIEPATEN.NET, info@diepaten.net // DRUCK: COMPASS AGENTUR, www.compass-agentur.de, info@compass-agentur.de

MAG 0.6 | 01

CURT
München Nr. 16, OKT 2002



BUTTERFLY DREAM

TRAUM MIT FLÜGELN...LEBEN...KUNST

Egal, was man in letzter Zeit durchgehört hat, überall waren Schmetterlinge. Auf Pull-overs, als Brosche, an Claudia Schiffer. Sogar nennt man dann wohl Molettissima. Mittlerweile ist das Thema nicht mehr überall und das ist auch gut so, finden Alix und Bitty. Schmetterlinge sind nämlich ein ganz wichtiger Bestandteil ihrer Ausstellung, an der sie schon lange vor dem Hype um die Falter gearbeitet haben und die sie letzten Monat eröffnet haben. Seltens war ich auf so einer lockeren Vernissage, an der die beiden auch wirklich wie Schmetterlinge von Gruppen zu Gruppen zu schaffen im Rahmen einer Thematik. Eben dem Schmetterling. Oder Schuppenflügler. Fachbegriff: Lepidopteren. Deshalb heißt ihre Ausstellung auch „Artyl, Gewebe & Lepidopteren“. Als Alix vor zwei Jahren in Mexiko was gab es dort so viele davon, dass sie sie nicht mehr loslassen haben. Weil Bitty und Alix gute Freizeitsportler sind hat die eine der anderen darüber erzählt und die hatte dann wieder neue Ideen dazu - und dann hatten sie ein gemeinsames Projekt. Zusammen etwas auf die Beine stellen wollten sie sowieso schon lange. Bitty ist freiberufliche Stylistin mit einer beachtlichen Kundenliste. Alix ist Diplom-Gräfinerin mit einem Sack voller erfolgreicher Projekte. Beide haben das gemacht, was sie am besten können: Bitty die Mode, Alix die Bilder (und auch ein bisschen Mode). Die Bilder sind lustig und plakativ, die Mode neu und was Besonderes. Und in allem kann man den Schuppenflügler erkennen. Entweder ist er eingewickelt in einem Netzpullover, auf Leinwand gedruckt, am Computer stilisiert oder in den Stoffstrukturen erkennbar. Alix überzieht zum Beispiel ihre Bilder mit dünnem Tüllstoff und verleiht ihnen damit die Optik der stark vergrößerten Flügeloberfläche eines Schmetterlings. Bitty verwendet wiederum den selben Stoff für Hüsen, Schopen und Oberweite. Außerdem ist der Schmetterling Symbol für die Seele, Transformation, Wiedergeburt und Glück. Und auch das ist Teil der Mode und Bilder. Es ist das erste gemeinsame Projekt der beiden jungen Künstlerinnen, die beide sagen: Man muss München nicht verlassen, um kreativ zu arbeiten. Zwar haben sie es schwer, hier Ausstellungsflächen zu finden, trotzdem sind sie nicht, wie viele ihrer Freunde, nach Berlin und Hamburg gegangen. Jetzt haben sie in der Galerie KA 20 die Möglichkeit gefunden, ihre wunderschönen Arbeiten zu präsentieren und tun das noch bis zum 21.10., wo ihre Arbeiten auch verkauft werden. Bilder gibt es ab 250, Aquarelle ab 15, Mode ab 55 Euro. [LAA]

GALERIE KA 20
LAPPOWERTER 20, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100
VERKAUF KANN DIE SACHEN ÜBER FOLGENDE SEITEN BEZIEHEN: WWW.ALJSTAR.DE, WWW.STYLISHA.DE

STYLEBOOK mode



Galliano



Gaultier



Der Gladiator lässt grüßen: Sandalen von Alberta Ferretti (li.) und Robert Clergerie



Straps Gürtel von Gucci, um 200 Euro

Freiheit für die Füße

In den 70ern trug und kannte sie jeder als „Jesuslatschen“; flache Riemensandalen aus Naturleder in Beige, Braun, selten Schwarz. Jetzt gibt es sie wieder – genauso flach, gleiche Form, aber wesentlich feiner. Sie haben Details wie Holzperlen oder lange Bändchen und passen hervorragend zu Minis, den neuen langen Röcken und Shorts. Ihre Füße werden sich ganz sicher freuen.

Was baumelt denn da?

Designer wie Galliano und Gaultier haben Strapse wieder ans Licht geholt, nähten sie an Tops und Röcke. Am alltagstauglichen: als Gürtel über Röcken. Der Effekt ist eindeutig: auffallen, Sex versprühen. Denn Strapse sind: Symbol für Sexiness. Was daran liegt, dass so ein Strumpfhalter immer mehr betonte als versteckte.



TREND-FRAGE Wie wäscht man T-Shirts mit Motiv?

T-Shirt-Freunde lieben bemalte T-Shirts. Selbst gemacht oder von Künstlern gestaltet. Aber Vorsicht beim Waschen: Stoffmalfarbe muss behutsam behandelt werden. T-Shirt immer auf „links“, bei 30 Grad und mit Feinwaschmittel waschen. Dann bleiben die Farben wie neu.



Shirt mit aufgemaltem Bambi von Aláx Star, um 50 Euro, über: www.alexstar.de



auf **GLAMOUR.DE**: Mehr zum Thema Mode – www.glamour.de/mode



selbst gemachten Deckchen und Klopapierhütchen und bringe sie in einen anderen Kontext", sagt die 40-jährige gebürtige Chilenin. Seit zehn Jahren verarbeitet sie Wollfäden zu Organspenden, Fahrradunfällen, Prothesen – wunderschön arrangierte Horrorszenerien des Alltags. Aber auch bunte Party- und Fastfoodmenüs à la Hamburger mit Pommes

sind unter ihren Arbeiten. "Kunst muss doch nicht immer lodernst sein. Ich setze gern auf Witz und Ironie." Ab 1500 Euro kosten ihre gehäkeltten Stilleben – möglicherweise nicht mehr lange, denn auch die internationale Kunstszene wird nun langsam auf sie aufmerksam. So hat sie schon in Chicago und der Schweiz ausgestellt – und im November gab es eine große Einzelausstellung in Barcelona. www.patriciawaller.com

HÜBSCH BÖSE

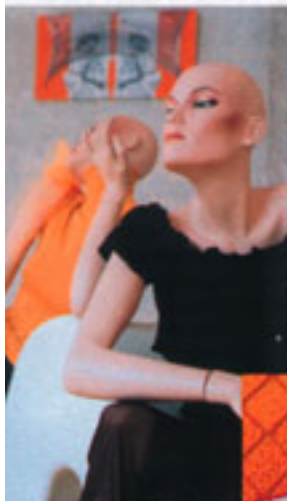
Ach wie niedlich! Das ist die erste Reaktion, wenn man Patricia Wallers Arbeiten sieht, die mehr an Kinderspielzeug erinnern als an Kunst. Dann ein zweiter Blick und blankes Entsetzen. Der liebevoll gehäkelte Tiger hat einen noch viel liebevoller gehäkelten, blutenden Menschenarm im Maul. "Ich spiele mit dem verstaubten Image der Hausfrauenbastellei, mit der Spießigkeit von



FUSIONIEREN, BITTE

Kann Kunst Mode und Mode Kunst sein? Diese Frage stellt sich für Bätty Ilknur Mete und Alix Stern aus München erst gar nicht. Denn sie stecken beides von vornherein in einen Topf. Und überlassen die Betrachter danach einfach ihrem eigenen Urteil. "Es ist doch super, wenn es Diskussionen gibt", finden die beiden. Für ihre letzte Ausstellung mit dem gemeinsamen Thema "Schmetterlinge" entwarf die 27-jährige Stylistin Bätty

Kleider, während die drei Jahre ältere Alix Bilder malte, die sie dann mit transparenten Tüllstoffen überspannte, um den Bezug zur Mode wiederherzustellen. "Jeder ist in seiner Umsetzung völlig frei. Vom Thema 'Schmetterlinge' kann man zum Beispiel nur die Punkte aufgreifen oder die Form. Man muss nicht sofort erkennen, woher es kommt", sagt Bätty. Der größte Traum der beiden: ein Haus, in dem sie alle Räume zusammen mit Fotografen, Videodesignern und DJs gestalten können. Ein Gesamtkunstwerk auf mehreren Etagen inklusive Bar, das jeder betreten kann, um bei einem entspannten Drink auf der Wohnzimmercouch einfach alles auf sich wirken zu lassen. www.alexstar.de und www.stylisha.de



ALLE SINNE SUCHEN

Mit Fotografie fing alles an. Doch Fabrizio Ferri wollte mehr. Es folgte ein 3000 Quadratmeter großes Fotostudio in Mailand, ein noch größeres in New York, ein eigenes Restaurant, Fotobände, eine Kurzgeschichte und eine eigene Kollektion. Ruhelos? Ja. Denn Fabrizio Ferri trieb ein Traum, der Traum vom perfekten Bild. "Ein Bild ist die Harmonie, die entsteht, wenn alle Sinne zusammenarbeiten", weiß der 1952 in Rom geborene Italiener heute. Und hat dieser Sinnsymbiose vor fünf Jahren eine eigene Universität in Mailand gewidmet, die Università dell'Immagine, die Universität der Sinne. Dort heißen die fünf Hauptfächer "Schmecken", "Riechen", "Hören", "Sehen" und "Fühlen". Ziel: Die Studenten sollen das Zusammenspiel der Sinne verstehen. So wie er, Fabrizio Ferris persönliche Lieblingsprojekte: eine internationale Sammlung akustischer Stadtporträts. Und das Gut Monastero auf der italienischen Insel Pantelleria, dessen Bioprodukte in der Universitätskantine und dem haus-eigenen Restaurant serviert werden. Fabrizio Ferri hat sich eine eigene, synästhetische Welt geschaffen, in der man Farben hören und Bilder riechen lernen soll. Seine Studenten, so hofft er, werden einmal mit ihrem ungewöhnlichen Wissen hervorragende Parfümeure, Grafikdesigner oder Fotografen abgeben. Und er? Er bleibt Fotograf, Gutsherr, Designer, Gourmet ... Oder kurz: Visionär. www.universitadellimmagine.com



FEATURE
BY REBECCA NEWLAND
AND MOLLY DOUGHERTY



Fashion is not something that exists in dresses only; fashion is something in the air. It's the wind that blows in the new fashion; you feel it coming, you smell it... in the sky, in the street; fashion has to do with ideas, the way we live, what is happening." Coco Chanel



Helmut Lang, Bogner and Escada. What do these brands have in common, except for the fact that buying one of their outfits will put a dent in your wallet? In fact, all these international brands were founded in Munich, which, despite its conservative reputation, has long been home to fashion labels and now, more than ever, is reasserting itself as a center of designer clothing.

This may be due to the presence of two design schools in the region, ESMOD Deutschland Internationale Modeschule and Munich's Meisterschule für Mode—or perhaps to the affluence of the city, which makes it a lucrative place for designers to set up a shop. This month, MUNICH FOUND introduces the work of a number of local designers, and no matter your taste or budget, you are sure to find something eye-catching.

CLOTHES

Designer Angelika Paschbeck, founder of **Fummel und Kram** and graduate of ESMOD, has been making tidal waves in global fashion circles and, up until May, her

takes old garments and costume pieces from the 1960s, 1970s and 1980s and adds mischievous contemporary elements. Prices range from € 75 to € 100 for shirts and skirts, and her Website, www.fummelundkram.com, features a gallery of her remarkable pieces.

Graduates from Munich's Meisterschule für Mode Alexandra **Felden** and Simone **Willfahrt** have created artistic collections for the summer season. Felden is a full-time painter, and designs clothes on the side to complement her exhibitions. As a result, her pieces are more works of art than couture designs, and they often reflect something very personal. They are available only in one color and in limited numbers in order to preserve the artistic value. Her current collection "Say Yes-Yes-Yes Message Shirts" comprises orange short or long-sleeve shirts with red writing (€ 34-59), and certainly makes an impression. The philosophy behind the slogan "Say Yes-Yes-Yes," says Felden, is to be positive despite all the current negativity in the world. The current collection can be viewed at www.alexandrafelden.de, and purchased at Mischwarenzentrale, Baaderstr. 55, and Pearl, Reichenbachstr. 35. Simone Willfahrt's collection "Faces" was created as the final project in her last year of school, and fits perfectly into predicted summer

PASSION FOR FASHION

Munich's young designers show what's hot

whimsical and relaxed designs were available for sale only in Tokyo, Paris and Rotterdam. With the recent opening of Labor Couture (Georgenstr. 45a) in Schwabing, her designs have hit the local sidewalks. Paschbeck's flouncy skirts and soft jersey T-shirts have come just in time for all the outdoor events in the summer months ahead. Fummel und Kram designs offer versatility, comfort and originality. Prices range from € 75 to € 200 for tank tops, short and long-sleeve jersey shirts and skirts. For further information, and to view the most recent collection online, check out www.fummelundkram.de.

The shop **Holde Maid** (Baaderstr. 50) is run by designer Andrea Katzenschwanz. Holde Maid is a term that is derived from Middle High German and describes a girl/woman who is both charming and desirable. Any woman who dresses in Katzenschwanz's designs will certainly feel that way. Katzenschwanz studied design at the Fachhochschule in Trier, and describes her clothes as playful and retro. In order to give her designs this unique look, Katzenschwanz

fashion fads. London-style spies have recently reported that one of the most in-vogue looks for summer 2004 will be clothing that depicts large human faces. As strange as it may sound, silk-screened, embroidered or painted on, wearable portraits are set to be one of the hottest looks and have already been spotted across Soho and Hampstead cafés. If you want to get a jump on the Munich scene, and



A dress from Willfahrt's "Faces" collection (top left); think positively with a "Say yes, yes, yes" T-shirt by Felden (above left); for the animal in you—a piece by Fummel und Kram (left); funky pieces by Holde Maid (right)

* Shorts im Lässig-Look * Tops haben eine Botschaft * Schubschrank-



MIU MIU



▲ Wildledershorts. Von Sportmax, um 585 Euro ☎089-350 49 60 Jeans-Shorty. Von French Connection, um 85 Euro www.frenchconnection.com



▶ Sportlich: Baumwoll-Krempelshorts mit Bindegürtel. Von H&M, um 15 Euro www.hm.de

LAUTER KREMPSEL

Shorts mit aufgerolltem Saum

- Der Mini mit Beinen hat viele Pluspunkte: Er lässt sich immer wieder anders stylen
- ist sportlich und feminin zugleich
- passt zu Stiefeln und Sneakern
- ist im Sommer herrlich luftig
- und Sie können Ihre schönen Beine zeigen



MARC JACOBS



MIU MIU

26 Lucky.

SM-S statt SMS

S(hort)M(essage)-S(hirt) – für alle, die was zu sagen haben

Die Tops gibt's mit fertigen Slogans, aber wenn Sie Ihren eigenen Spruch loswerden wollen: ab in den Copy Shop oder www.shirt-city.com anklicken



FCUKIN' BIGTITS

- 1 Shirt mit eindeutiger Aussage. Von French Connection, um 30 Euro www.frenchconnection.com
- 2 Basic-Shirt mit abgeschnittenen Ärmeln. Von Alax Stern, um 35 Euro www.alaxstar.de
- 3 Good-News-Top in Gelb. Von Airbag, um 40 Euro www.airbagcraftworks.com
- 4 Stretch-Shirt von Glamstreet, um 40 Euro www.glamstreet.de

WIE VIELE PAAR SCHUHE BESITZEN SIE?

Lesen Sie, ob Sie zu den bescheidenen oder Schuh-süchtigen Frauen gehören:

- 15 PAAR: 21,7%
- 25 PAAR: 25,6%
- 40 PAAR: 29,5%
- MEHR ALS 40: 23,2%

Quelle: Lucky/Condé Nast