

NICO

Von der Straße

Ausgabe 3
Fall 2022

STREET

Beat der
Großstadt

STYLE

Mode als
Rüstung

ICON

Skandal um
den Mini

TALK

Schmutz und
Glitzer



18. MAI 2022	Berlin, Germany
	11:30 - 13:30

NICO

NICO

EDITORIAL

Wie es wurde, was es ist ...

Die dritte Ausgabe der NICO ist die erste, die weitgehend in Präsenz konzipiert umgesetzt werden konnte. Die Rückkehr des Lebens auf die Straßen der Stadt ist zugleich das zentrale Thema dieser Ausgabe. Für das Cover-Shooting stand der niederländische Künstler und Streetstyle-Fotograf Hans Eijckelboom Pate. Seit 40 Jahren dokumentiert Eijckelboom, wie Menschen auf der Straße sich kleiden. Er zeigt damit, dass Mode ein wichtiger Teil der Alltagskultur ist und viel über den gesellschaftlichen Wandel erzählt.

Der Kurs Modejournalismus WS21 feiert mit der aktuellen NICO die Straßen als Ort der Begegnung und die Kreativität des globalen Streetstyles. Doch es sind auch nachdenkliche Texte entstanden.

Welche Bedeutung hat die Straße in Zeiten der Digitalisierung noch? Ziehen wir uns eigentlich nicht schon längst nur noch für ein virtuelles Publikum schick an? Deshalb ist der Titel »Von der Straße« auch ein Plädoyer für ein Leben im Hier und Jetzt.

Ein besonderes Highlight der Ausgabe ist außerdem eine Modestrecke, die von den Streetstyles vergangener Jahrzehnte inspiriert wurde – eine Kooperation der Kurse Modejournalismus WS19 und WS20 mit dem neuen BSP-Studiengang Costume and Make-Up Design. Selbstverständlich gibt es auch die aktuelle b.a.r.e.-Kollektion des Kurses Modemarketing WS20 zu sehen.

Viel Freude beim Lesen!



Prof. Dr. Diana Weis

CONTRIBUTORS

Modejournalistinnen des 21. Jahrhunderts

Für das Cover-Shooting der neuen NICO stand der niederländische Künstler und Streetstyle-Fotograf Hans Eijkelboom Pate. Seit 40 Jahren dokumentiert Eijkelboom, wie Menschen auf der Straße sich kleiden. Er findet Ähnlichkeiten zwischen Fremden und zeigt damit, wie universell die Sprache der Mode ist.



Jana Selina Gamerith (20) philosophiert über die großstädtische Figur des Flaneurs und fühlt sich in der U-Bahn wie ein Supermodel.



Clara-Luise Kühl (22) schreibt über die Straße als emotionale Zeitmaschine und als Ort, an dem nicht alle Begegnungen angenehm verlaufen.



Mathilda Greta Oggesen (21) weiß, dass guter Stil von schnelllebigen Trends unabhängig ist und hat ein paar Tipps mitgebracht.



Sophie Munzinger (22) taucht mit allen Sinnen in die Großstadt ein, kann aber auch der Ruhe des Landlebens viel abgewinnen.



Johanna Strathaus-Hoischen (22) zieht die Realität der Straße der Glitzerwelt von Instagram vor und untersucht den kulturellen Einfluss des Minirocks.

CONTENT

STREET

Seite 8

Kinder der Straße
Clara-Luise Kühl

Seite 30

Urbane Streifzüge
Jana Selina Gamerith, Clara-Luise Kühl, Sophie
Munzinger, Johanna Strathaus-Hoischen

Seite 70

Kein Kompliment
Clara-Luise Kühl

Seite 73

Total analog
Jana Selina Gamerith

ESSAY

Seite 11

Nicht aufzuhalten
Jana Selina Gamerith

ICON

Seite 14

Kürzer, kürzer, kürzer!
Johanna Strathaus-Hoischen

STYLE

Seite 38

Subkultur Dorf
Sophie Munzinger

Seite 64

Geht immer
Mathilda Greta Oggesen

CAMPUS

Seite 17

Komm zurück

Seite 38

360 Berlin

TALK

Seite 56

»I want that Face!«
Interview mit Steve Morell

SOCIAL MEDIA

Seite 68

Im Traumland
Johanna Strathaus-Hoischen



STREET

Kinder der Straße

Text: Clara-Luise Kühl

Streetstyle ist in aller Munde. Aber wie groß ist der Einfluss der Straße auf unsere Kleidung wirklich? Prägen uns die Straßen, die wir täglich nutzen, modisch und emotional? Eine Spurensuche.

Die ersten gepflasterten Straßen gab es schon vor 7.000 Jahren, dort wurden Güter auf Karren transportiert. Technische und wirtschaftliche Entwicklungen ersetzen den einfachen Wagen bald durch eine Kutsche, später durch das Automobil. Der Lauf der Zeit veränderte die Straßen. Sie sind nicht nur ein Mittel zum Zweck, sondern haben eine individuelle und persönliche Bedeutung für die Menschen, die sie benutzen. Straßen bilden den Grundbaustein des täglichen Lebens. Sie beeinflussen nicht nur die Wege, die wir gehen, sondern prägen unsere Gefühle. Die Straße, in der man aufgewachsen ist. Die Straße, durch die man täglich zur Schule gelaufen ist. Die Straße, in der die erste eigene Wohnung lag.

Erinnerungen sind verknüpft mit Straßen. Und mit Emotionen.

Die Bedürfnisse der Menschen änderten sich und mit ihnen änderte sich die Straße. Im Paris des 19. Jahrhunderts war eine flackernde Laterne die neue It-Piece. Sie erhellte die Nacht und zog das Leben auf die Straße. Hier präsentierte und zeigte man sich. Die Straße wurde zum lebendigen Catwalk. Vor dem geistigen Auge sieht man Gedrängel und man hört lautes Brüllen von links und rechts. Menschen steigen aus der S-Bahn aus, eilen schnell zum Bus, um nach Hause zu kommen. Angekommen im Berlin des Jahres 2022. Ob auf romantischen Kopfsteinpflastern oder in trist betonierten S-Bahnhöfen. Alles mobiler, schneller und besser. Kein Stoppen der Entwicklungen, man sieht den Straßen die ständigen Veränderungen an. Die Gegebenheiten der Straße beeinflussen auch, wie man sich selbst inszenieren möchte. Wenn man abends in einen Club geht, verzichtet man lieber auf Stöckelschuhe, weil der Weg dorthin nicht über einen ausgerollten roten Teppich führt, sondern über die Spuren der Vergangenheit.

Die Straße, ein roter Teppich, der Schauplatz der Inszenierung.

Die Straße ist auch der Ort, an dem die Klassen sich vermischen. Hier zeigten sich die Punks, die ihre Kleidung absichtlich durchlöcheren und mit auffälligen Sicherheitsnadeln flickten. Ein paar Jahre später griff Versace die Idee auf und kreierte ein schmal geschnittenes schwarzes Abendkleid, welches seitlich unter der Brust bis hin zur Hüfte geschlitzt und mit Sicherheitsnadeln zusammengehalten wurde. Versace griff eine Idee von der Straße auf und vermischte damit die modischen Codes der Klassen. Sein berühmtes Kleid ist heute eine Erinnerung, eine Emotion. Wir genießen die Freiheit, die Kleidung aus früheren Zeiten, früheren Straßen aufzugreifen und sie in neue Straßen und Erinnerungen einzubetten. Ein ständiger Wechsel von früher und heute. Die Straßen, durch die wir gehen, tragen die Spuren der Zeit.



Nicht aufzuhalten

Text: Jana Selina Gamerith

Mode kann Ausdruck unserer Individualität sein oder eine Rüstung, die uns beschützt. Vor der Kälte der Nacht und den Blicken der anderen. Aber manchmal passt für einen magischen Moment einfach alles: Outfit, Sound und Bewegung fließen ineinander und erschaffen den perfekten Catwalk-Moment.

Das Schwarz meiner Stiefel schimmert im dämmrigen Abendlicht, das mein Zimmer durchflutet. Entschlossen greife ich nach ihnen, die letzten Teile, um mein Outfit zu vervollständigen. Während ich sie zuschnüre, so wie schon tausendmal zuvor, fügt sich etwas in mir zusammen. Jetzt bin ich komplett. Seit Jahren begleiten mich meine Doc Martens überall hin, und das wird auch in Zukunft so bleiben. Einfache Schuhe mit großer Wirkung.

In den Türen der U-Bahn spiegelt sich mein Bild. Langer Mantel, Kappe, der große Wollschal, der sich quer über meine Schultern legt. Sias Stimme dröhnt laut durch die Kopfhörer: »I put my armor on, show you how strong I am ...« Einmal noch werfe ich meine Haare zurück, fühle den Wind, der durch das Fenster dringt und sie mir aus dem Gesicht bläst. Ziehe den Gürtel meines Mantels enger. »I put my armor on, show you how strong I am ...« Dann öffnen sich die Türen, und ich blende alles aus, es gibt nur noch meine Füße, im Rhythmus der Musik. I'm unstoppable. Ich höre den Applaus wie durch glimmerigen Nebel, wie ein Sturm in der Stille der Nacht. Fühle mein Herzklopfen im Hals. I'm invincible.

Ein berauschendes Gefühl erfasst mich, als hätte ich für einen kurzen Moment die Macht über alles. Als könnte ich jetzt und in meinen Doc Martens die Welt erobern.

Die Straße ist unser Catwalk – und wir sind ihre Models. Morgens in der stickigen U-Bahn genauso wie nachts, angeheitert und voller Adrenalin auf dem Weg in den nächsten Club. Als zentraler Ort des Aufeinandertreffens verschiedener Kulturen, Gesellschaftsschichten, Moden und Geschichten lässt die Straße gleichzeitig auch immer Platz, um sich zu präsentieren.

Etliche Jugendkulturen entstanden auf der Straße, und nicht selten landeten ihre Ideen am Ende auf den Laufstegen großer Modehäuser. Yves Saint Laurents Entwurf einer Lederjacke aus den 1960ern sorgte damals für seinen Rauswurf bei Dior, heute ist schwarzes Leder aus dem Streetstyle nicht mehr wegzudenken. Maßgeschneiderte Anzüge neben Vintage-Fundstücken, Pelzmäntel wie aus Omas Zeiten neben den neuesten Sneakern, schlichter Minimalismus neben detailverliebten Looks – auf der Straße ist alles möglich.





Unsere Outfits sind nichts anderes als unsere Rüstungen, die wir tragen, um uns im Alltag unverwundbar zu fühlen.

Lieblingsschuhe, diese eine, besonders bunte Tasche oder der auffällig karierte Mantel: Manche Stücke schaffen es, uns eine Art von Stärke zu verleihen, die wir sichtlich nach außen transportieren. Durch sie fühlen wir uns komplett. Nicht umsonst heißt es: Kleider machen Leute. Wir ziehen uns an, um gesehen zu werden, und gehen auf die Straße, um andere zu sehen. Es macht Spaß, sich selbst zu präsentieren – auch wenn wir das nicht immer zugeben wollen. Wie bedeutsam die Wahl unserer Kleidung ist, wird uns erst dann in vollem Ausmaß bewusst, wenn wir uns in einer bestimmten Situation unwohl fühlen. Dabei geht es nicht immer darum, besonders schick oder dem Anlass unbedingt gemäß gekleidet zu sein, sondern vielmehr um die Tatsache, ob wir uns in unserer Kleidung gerade selbstbewusst fühlen.

Unsere Kleidung muss zu uns passen, nicht nur zu unserem Körper, sondern vor allem zu unserer Persönlichkeit. Ohne die wären wir nämlich nicht wir selbst.

Plötzlich Stille. Das Lied ist vorbei. Der Applaus wird wieder zum Geräusch der Schritte über die Pflastersteine und die aufgeregten Stimmen zum Rauschen der Straßenbahn. Mein kurzer Catwalk-Moment ist vorbei, ich befinde mich wieder auf dem Weg ins Café. Insgeheim fühle ich mich aber immer noch unstoppable. Dafür brauche ich nämlich nicht Sia, sondern nur die passenden Schuhe.

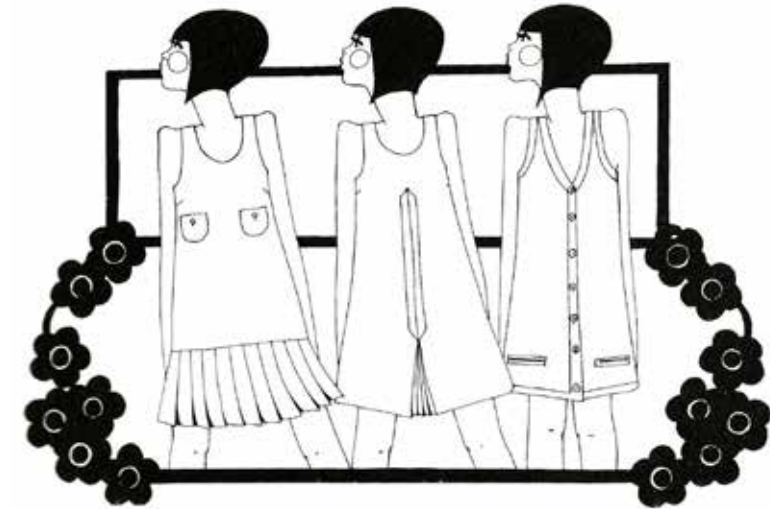
Kürzer, kürzer, kürzer!

Text: Johanna Strathaus-Hoischen

In den 1960er-Jahren sorgte Mary Quant für einen Skandal. Sie gilt als die Mutter des Minirocks, der kaum mehr als das Allernötigste bedeckt. Aber der Mini war viel mehr als nur ein knappes Kleidungsstück, er war Ausdruck einer Revolution, die jungen Frauen die Freiheit schenkte.

Endlich wieder rennen können, um den Bus zu erwischen. Die Jugend wünschte sich in den 1960er-Jahren vor allem eins: Freiheit. Sie hatte keine Lust mehr auf die spießige Enge der Nachkriegszeit. Neue Kleidung war ein Luxus, den sich nur Wenige leisten konnten. Für den Rest galt: Aus Alt mach Neu – oder: In der Not frisst der Teufel Fliegen. Ein Leben, wie wir es heute führen, war damals unvorstellbar.

Mary Quant entwarf Mode für selbstbewusste Frauen, die sich nichts mehr sagen lassen wollten.



Die wirkliche Revolution, sagte Quant einst, sei nicht der Minirock, sondern dessen Trägerinnen. Sie schuf ein starkes Vorbild für Frauen, die ihren eigenen Weg gingen.

In den Schulen herrschten strenge Vorschriften, was die Kleiderordnung betraf. 1966 flog ein 16-jähriges Mädchen in London fast von der Schule, weil sie den Faltenrock ihrer Uniform selbst gekürzt hatte. Ihr Name: Anna Wintour, heute Chefredakteurin der US-amerikanischen Vogue. Der Minirock wurde damals von vielen als unanständig verdammt. Er war ein modischer Skandal, der die Menschen schockierte. Am Ende siegte die Jugend.

Für ihre Leistung als Modedesignerin wurde Mary Quant 1966 im Buckingham Palace von der Queen höchstpersönlich mit dem Order of the British Empire ausgezeichnet. Wie nicht anders zu erwarten erschien sie zu diesem Anlass im Minirock.

Heute ist der Mini wieder genauso angesagt wie damals. Ob in der Stadt zum Shopping-Bummel mit der besten Freundin oder am Abend im Club. Die Mode kehrt zurück, aber die Zeiten haben sich gottseidank geändert und sind toleranter geworden. Kein Lehrer schreibt uns mehr vor, wie wir uns zu kleiden haben.

Und noch etwas ist heute anders: Mary Quant war davon überzeugt, dass ihre Mode nur an dünnen Frauen gut aussehen würde. Diese Ansicht lässt sich heute nicht mehr nachvollziehen. Schließlich leben wir in den Zeiten von #Bodypositivity.

Seit wann muss man in ein bestimmtes Schönheitsideal passen oder eine bestimmte Figur haben, um einen kurzen Rock zu tragen?

Wir sollten froh sein, heute die Kreativität und die Freiheit genießen zu können, unsere Outfits individuell zu gestalten. Ob Minirock und Crop top oder Oversize-Look: wir tragen, was uns gefällt. Dafür müssen wir auch Mary Quant danken, die in den 1960er-Jahren das Straßenbild revolutionierte und jungen Frauen ihre Freiheit schenkte.

Komm zurück

Wo liegen die Ursprünge des Streetstyle? Im Modul »Cross Media Publishing für Modeprodukte« stylten die Modejournalismus-Studierenden der Kurse WS19 und WS20 coole Retro-Looks. Dazu recherchierten sie Jugendkulturen vergangener Jahrzehnte und transportierten diese in die Jetztzeit. Die Konzepte für Haare- und Make-up wurden in Zusammenarbeit mit dem Studiengang »Costume and Make-up Design« erarbeitet und umgesetzt.

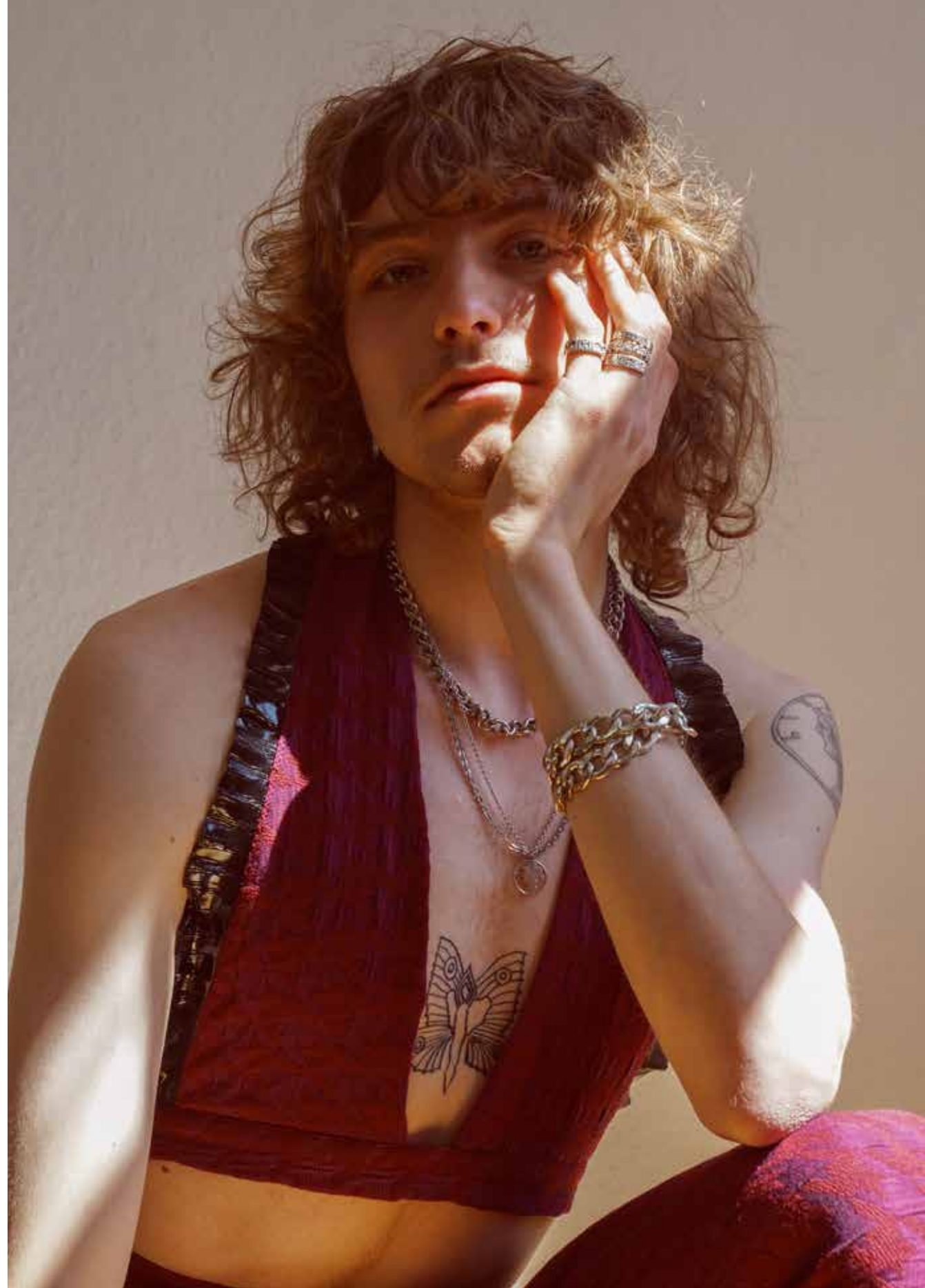












Bild Seite 18 & 19:
1960s
Styling:
Valentina Marie Semler, Greta-Josefine Wessels
Male Model:
Oberteil und Hose: Stylist's Own, Boots: Vintage, Ketten und Ring: Model's Own, Ohrring: Stylist's Own
Female Model:
Bluse Vintage, Hose: & Other Stories, Kleid: Vintage, Schuhe: Bershka, Tasche: Urban Outfitters,
Ohrringe: Stylist's Own

Bild Seite 20 & 21:
1970s
Styling:
Greta Marie Jacobsen, Paloma Schneider-Lopez, Lara Zieher
Male Model:
Jeans-Overall: JP1880, Seidentuch und Stiefel: Stylist's Own, Schmuck: Model's Own
Female Model:
Blazer, Hose, Top und Schuhe: Stylist's Own

Bild Seite 22 & 23:
1980s
Styling:
Olivia Lewis, Franziska Zeimentz
Male Model:
Mantel: Vintage, Hose: Wrangler, Accessoires: Bershka, Asos, Vintage
Female Model:
Bluse: H&M, Hose: Topshop, Accessoires: Asos

Bild Seite 24 & 25:
1990s
Styling:
Pauline Clauß, Nina Hambruch, Stefanie Rigó
Seite 27:
Rock, Top, Jacke und Strümpfe: Dollskill, Tasche: H&M, Schuhe: Stylist's Own
Seite 28:
Bluse: Stylist's Own

Bild Seite 26 /27 & 28:
2000s
Styling:
Mona Guthke, Jil-Naja König
Male Model:
Hemd: Daily Paper, Jeans: Pull&Bear, Sneaker: Balenciaga, Ringe: Stylist's Own, Zodiac-Kette: Mercii,
Gliederkette: Stylist's Own
Female Model:
Bikini-Top: Pretty Little Thing, Latzhose: Vintage, Sandaletten: Zara, Schlüsselband: MCM, Choker: Vintage

STREET

Urbane Streifzüge

Mit dem Studium beginnt ein neuer Lebensabschnitt. Mehr Freiheit, mehr Eigenständigkeit, neue Freundschaften. Als Studienort hat Berlin eine ganz besondere Anziehungskraft: Hier kann man sein altes Leben abstreifen wie eine Schlangenhaut und in den Rhythmus der Großstadt eintauchen. Vier Modejournalismus-Studentinnen nehmen uns mit auf Streifzüge durch eine Metropole, die sie gerade ganz neu kennenlernen – und damit auch sich selbst.

Kottbusser Tor

Text: Johanna Strathaus-Hoischen

Das Leben in Berlin – ein ganz eigener Film. Eine Stadt mit einem Rhythmus, der so laut dröhnt, dass du deinen eigenen ganz schnell verlieren kannst. Die spannendsten Ecken Berlins sind nicht immer die schönsten. Jedoch sind es meistens Orte, an denen man große Überraschungen erleben kann. Schnapp dir deine Bauchtasche und einen Energydrink vom Späti und lass dich auf das Abenteuer Kreuzberg ein.

Mit der U8 geht es einmal quer durch Neukölln bis zum Kottbusser Tor in Kreuzberg. Das lebendige Herzstück des östlichen Teils des Bezirks, ehemals Kreuzberg 36, West-Berlin. Vor dem Mauerfall zählte Kreuzberg zu den ärmsten Stadtteilen Berlins. Heute dagegen findet man hier schick sanierte Altbauten mit teuren Mietwohnungen, die an heruntergekommene Sozialbauten grenzen. Die Hauswände rund um das Kottbusser Tor sind von Graffiti übersät. Kaum ein freies Plätzchen ohne bunte Slogans wie »Löhne rauf, Mieten runter«.

Benannt ist der Platz nach einem Tor der alten Stadtmauer, das sich bis zu deren Abriss in den 1860er-Jahren an dieser Stelle befand und in Richtung Cottbus aus Berlin herausführte. Heute findet man hier eine vielfältige Auswahl an Straßencafés, Bars und Spätkauf-Läden, die bis tief in die Nacht geöffnet haben. Der Späti ist ein fester Bestandteil des Berliner Kiez. Hier gibt es zu jeder Uhrzeit noch ein Bier für den Heimweg. Typisch Berlin eben.

Die Kottianer sind kunterbunt und stolz auf ihren Multi-Kulti-Kiez. Eine Mischung aus Partyvolk und Kleinkriminellen trifft auf eine fröhliche, schick gekleidete Start-up-Oberschicht, die hier in hübschen Altbau-Wohnungen zuhause sind. Fast rund um die Uhr kann man frisches Obst und Gemüse an Marktständen kaufen. Und das ist noch nicht alles. Was ist nämlich, wenn es um zwei Uhr morgens einen Blumen-Notfall für die Freundin gibt? Der Nonstop-Blumenladen am Kotti hat immer geöffnet.



Ein weiterer Tipp, um Kreuzberg von seiner besten Seite zu sehen: das Café Kotti. Ein wirklich multikultureller Treffpunkt, bunt und lebendig. Am Abend kann man hier beobachten, wie Menschen aus verschiedenen Nationen zusammenkommen und gemeinsam Tee trinken.

Das Kottbusser Tor ist außerdem für eine spannende Geruchsexplosion bekannt, eine Mischung aus Frittentfett und Bahnhofsklo. Ganz zu schweigen von der fehlenden Sauberkeit. Kaum eine Ecke bleibt von halbvollen Pizzakartons, Dönerpackungen oder Zigarettenspänen verschont.

Dieser Platz ist vor allem eines: laut, bunt und dreckig.

Deshalb sieht man klassische Touristenfamilien hier auch eher selten. Ganz romantisch über den Berliner Basar schlendern und im nächsten Moment läuft einem hier eine Rattenfamilie über den Weg. Aber für junge kreative Menschen, die aus der ganzen Welt nach Berlin kommen ist diese Mischung genau das, was sie suchen.

Ich bin auf dem Land aufgewachsen und fühle mich am Kotti so, als wäre ich frisch aus dem Koma erwacht. Eine Dosis Adrenalin.

Trotzdem meiden viele Einheimische den Kotti. Denn hier wird man täglich mit Traurigkeit und Armut konfrontiert. Auch das gehört zu Berlin. Für mich aber hat das Kottbusser Tor seinen ganz eigenen Beat. Ob du im selben Rhythmus tanzt, ist ganz dir selber überlassen.

Kantstraße

Text: Jana Selina Gamerith

Cafés? Check. Restaurants? Check. Verschiedene Läden für allerlei Kleinkrams? Check. Knappe zweieinhalb Kilometer voller Möglichkeiten. Das heißt aber auch: Kein guter Ort für jemanden, der sich nicht gut entscheiden kann!

Doch von vorne: Wir befinden uns auf der Kantstraße in Bezirk Berlin-Charlottenburg – ein Paradies für Fans von asiatischem Essen, schickem Design und Läden, durch die man stundenlang schmökern könnte. Benannt nach dem Philosophen Immanuel Kant verläuft die Straße in Berlins Westen parallel zum Kurfürstendamm – fühlt sich aber ganz anders an. Einmal auf der Kantstraße unterwegs, umhüllt einen schnell ihr ganz eigener Charme. Eine Mischung aus Großstadt-Vibe, Kiez-Gefühl und edlem Design.

Nah an der Kaiser-Wilhelm-Gedächtniskirche befindet sich das 1895 erbaute Theater des Westens – der Ort für Musicalsfans der Stadt schlechthin. Ein Stück weiter gelangt man in eine wahre Design-Meile mitten auf der Kantstraße, in der es von schicken Interieur-Läden nur so wimmelt.

Zwischen der Uhlandstraße und dem Savignyplatz kann man schnell sein Geld loswerden.

Dafür sorgt auch die berühmte Paris Bar, die es erstaunlich inspirierend schafft, einen Teil der Kantstraße in stilechtes Pariser Flair zu hüllen. Neben seiner ausgezeichneten französischen Küche ist das Restaurant für wilde Partys der Kunst- und Filmszene bekannt. Noch ein Stück weiter Richtung Westen zieht das Schwarze Café mit seinem Essensangebot von acht Uhr morgens bis drei Uhr nachts Schlaflose und Tagträumende in seinen Bann. Ob mitten in der Nacht zu einem Kaffee und frischen Waffeln oder einem Cocktail zum Lunch – hier sind die Gäste so divers wie das Angebot.

In den Viaduktbögen der S-Bahn findet man am Savignyplatz neben weiteren Restaurants und hippen Cafés eine echte Berliner Institution (Buchfans aufgepasst!): Die Fachbuchhandlung Bücherbogen ist auf Bücher rund um Design, Kunst, Architektur und Fotografie spezialisiert. Durch das alte Gemäuer herrscht hier eine ganz besondere Atmosphäre, die auch mal dazu verleitet, die ein oder andere Stunde in ein Buch versunken verstreichen zu lassen.

Hinter dem Savignyplatz angekommen, taucht man ein in eine andere Welt. Dieser Abschnitt der Kantstraße konzentriert sich ganz auf Genüssen aus dem fernen Osten. Vom günstigen Imbiss bis zum piekfeinen Restaurant findet man hier traditionelle chinesische Küche, neben Korean Barbecue, japanischem Sushi oder Fusion Food wie asiatischen Burgern.

Die asiatische Food-Meile auf der Kantstraße bietet alles, was Herz und Magen begehren. Das einzige Problem: sich für etwas zu entscheiden.

Um nach dem Essen auch den Kopf etwas zu fordern, bietet sich das Kant Kino an. Als eines der ältesten Programmkinos in Berlin werden hier schon seit 1913 Filme gezeigt. Etwas weiter in Richtung Westen ändert sich das Straßenbild wieder. Hier findet man eine bunte Sammlung aus allerlei größeren und kleineren Läden, die zum Stöbern einladen. Bücher, Blumen, Wolle, Essstäbchen, Sojasoße – es gibt kaum etwas, das man hier nicht findet.

Nachdem die Kantstraße einmal die Wilmersdorfer Straße gekreuzt hat, läuft sie schließlich in die Neue Kantstraße über, die bald zum ruhigen Lietzenseepark führt. Wem es hier unter Trauerweiden doch zu romantisch wird, kann sich guten Gewissens einfach wieder umdrehen, ein Stückchen laufen und sich direkt wieder mitten in der lebendigen Großstadt finden, in einer faszinierenden Straße, in der es bei jedem Besuch etwas Neues zu entdecken gibt.



Karl-Marx-Straße

Text: Sophie Munzinger

U7. Eine volle U-Bahn. Draußen auf dem Bahnsteig stehen die Menschen vor verschlossenen Türen und ärgern sich, weil die U-Bahn schon wieder weiterfährt. Nächster Halt: Karl-Marx-Straße. Die U-Bahn-Tür öffnet sich. Menschenmassen strömen raus. Neukölln. Welten treffen aufeinander. Früher war der Stadtteil fest in türkischer Hand, die Mieten waren billig. Heute ist das Straßenbild von jungen, modisch gekleideten Menschen aus der ganzen Welt geprägt. Neukölln ist durch die Gentrifizierung hip und international geworden. Die Mietpreise sind gestiegen, da es jetzt auch Besserverdienende in die Gegend zieht. Klar, es ist dreckig und ein einziges Durcheinander aber gefährlich ist es nicht mehr unbedingt.

Die Karl-Marx-Straße ist belebt. Menschen laufen von A nach B, kreuz und quer. Plötzlich fühlt man sich nicht mehr wie in Deutschland, sondern fast wie im Urlaub. Einen Moment lang dem Alltag entfliehen und sich an einen Ort im südlichen Europa denken. Das funktioniert in Neukölln ganz gut. Wenn es Sommer ist, ist das Gefühl noch stärker. Hier herrscht ein anderer Ton, im positiven Sinne. Schau einmal nach rechts und links. Und lass' die vielen Eindrücke zu.

Sauge das Schnelle und Lebendige auf. Die vielen verschiedenen Sprachen, die zu hören sind. Öffne die Augen und achte auf die kleinen Details.

Achte auf Gerüche zu und folge dem süßen Duft. Egal wohin er führt. Neukölln hat so viel zu bieten. Entlang der langen Karl-Marx-Straße tummeln sich viele Bars und Cafés. Dazwischen süße kleine Ramschläden, in denen man einzigartige Schätze finden kann. Am oberen Ende der Straße dann kleine Märkte mit Obst und Gemüse. Und nicht zu vergessen: Baklava. Ein himmlisch leckeres türkisches Gebäck, das man hier zu jeder Tages- und Nachtzeit frisch zubereitet kaufen kann.

Direkt unter der Karl-Marx-Straße fährt die U7, weshalb auf den Gehwegen U-Bahnschächte zu sehen sind. Immer, wenn die U-Bahn vorbeifährt, hört man es Rattern und ein Windstoß kommt hoch.

Das Wichtigste in Neukölln ist es, sich treiben zu lassen. Und immer dem Baklava-Geruch nach.

Kleine Seitenstraßen führen zum KINDL Zentrum für zeitgenössische Kunst. In dem eindrucksvollen Industriebau der alten Kindl-Brauerei gibt es immer wieder interessante Ausstellung, die zum Nachdenken anregen. Es gibt einen kleinen, schattigen Biergarten mit Blick auf die vielen modernen Eigentumswohnungen, die in den letzten Jahren rund um den Platz entstanden sind. Hier trifft das alte und das neue Neukölln aufeinander und man merkt, wie viel Potenzial in diesem Stadtteil steckt.



Schloßstraße

Text: Clara-Luise Kühl

Ein rotes Auto biegt links von der Albrechtstraße auf die Schloßstraße. Im selben Augenblick läuft ein junger Mann im Anzug zur U-Bahn-Station am Rathaus Steglitz und ein Fahrradfahrer überquert die Kreuzung und fährt in Richtung Schlosspark. Busse kommen minütlich an und fahren wieder ab. Der Wochenmarkt am Rathaus ist im vollen Gange und der Duft von frischen Erdbeeren zieht einen magisch an.

Es ist Dienstagnachmittag und die Sonne scheint. Eine ältere Dame kauft eine 500-Gramm-Schale mit Erdbeeren und steuert die nächste Bank an. Sie erzählt, dass sie hier schon lange lebt. Am Dreh- und Angelpunkt von Steglitz. Die Schloßstraße ist 1,7 Kilometer lang, sie beginnt am Schlosspark Theater und geht weiter Richtung Rathaus Steglitz bis zum Walther-Schreiber-Platz.

Die Schloßstraße ist die größte Einzelhandelsstraße Berlins. Hier gibt es nichts, was es nicht gibt.

Neben großen Einkaufszentren wie dem Forum Steglitz, dem Boulevard Berlin und dem Schloss gibt es hier auch Second-Hand-Läden wie Humana. Aber die Straße ist mehr als ein Shopping-Paradies. In Erinnerungen schwelgend erzählt die ältere Dame vom Titania-Palast, einem bekannten Kino, welches 1928 eröffnete und bis in die 1960er-Jahre als glamouröses Premierenkino deutschlandweit bekannt war. Der Titania-Palast hatte sogar ein hauseigenes Orchester und diente auch als Kulturveranstaltungsort. Sie erzählt, dass ihr Vater damals das erste Nachkriegskonzert des Berliner Philharmonischen Orchesters besuchte und fasziniert war. Heute ist das Titania ein modernes Multiplex-Kino, dessen bedeutungsvollen Vergangenheit man der Art-Déco-Fassade immer noch ansieht.

Berlin ist groß und jeder Ort, jede Straße, die man entlangläuft, überfliegt oder drüber sinniert, hat eine andere Geschichte.

Ein weiterer Griff in die Erdbeerschale lässt die ältere Dame an das Café Baier denken. Ein Geheimtipp an der Schloßstraße, im schönsten Jugendstil mit einer lauschigen Terrasse. Mit leuchtenden Augen erzählt sie von einem Ausflug mit ihren Enkeln und leckerem hausgemachten Erdbeerkuchen.

Auf der Schloßstraße treffen verschiedene Menschen aufeinander. Porschefahrer aus den umliegenden Villenvierteln, Studierende, die auf den 186er-Bus zur BSP Business & Law School warten, die Putzkolonnen am Bahnhof und die Touristen, die sich den berühmten Bierpinsel anschauen wollen. Ein kunterbunter, futuristischer Turm, der aussieht, als wäre er aus der Zukunft gefallen und an der Schloßstraße gelandet.

Die Erdbeerschale war beinahe leer, die Sonnenstrahlen verblassten und der Abend brach an. Die ältere Dame stand auf und trat gemütlich den Heimweg an. Mit ihrem Mann lebt sie nur eine Querstraße weiter, in der Albrechtstraße. Vor dem Schlafen schaute sie von ihrem Balkon zur Schloßstraße und dachte an all diese Erinnerungen, mit denen sie so viel verbindet.



Subkultur Dorf

Text: Sophie Munzinger

Unsere Autorin ist auf dem Land aufgewachsen und weiß, dass die Menschen sich dort anders kleiden als in der Stadt: praktischer und weniger individuell. Doch der Streetstyle vom Dorf hat auch Vorteile.

Auf dem Land zu leben ist wie in einer Subkultur zu sein. Gummistiefel, Latzhose und Traktor fahren. Das ist der Streetstyle vom Land. Inszenieren müssen sich die Leute auf dem Land nicht. Jeder kennt jeden. Somit ist die Dorfjugend nicht gezwungen, viel Mühe in ihr Aussehen zu investieren. Es ist normal, dass viele Dörfler nicht dem Trend folgen oder ihren eigenen Trend kreieren. Die Jugend bekommt ihr Zugehörigkeitsgefühl vor allem durch die gemeinsame Freizeitgestaltung. Alle gehen zur Feuerwehr oder spielen zusammen Fußball. Logisch, es gibt ja nur einen Verein auf dem Dorf. Die Dorfjugend fährt zusammen Traktor, trifft sich auf legendären Dorffesten und Grillabenden. Niemand kümmert es, wer dabei was trägt. Es spielt keine Rolle, ob das Outfit auch zum Stall ausmisten oder Heu machen dient. Genauso ist es nicht wichtig, was andere von einem denken. Sie kleiden sich so oder so alle gleich. Eine blaue Latzhose, quietschgelbe Gummistiefel und dazu ein rotes Flanellhemd. Nicht zu vergessen: die Cap.

Im Grunde genommen stellt die Dorfjugend eine Subkultur dar. Alle sind unter Gleichgesinnten. Alle sind aufeinander angewiesen. Sie sehen nicht nur gleich aus, sie teilen auch ähnliche Einstellungen und Denkweisen.

Wenn niemand topgestylt ist, haben alle weniger Druck. Das Miteinander steht an oberster Stelle.

Ausnahmen bestätigen die Regel – endlich gibt es was zu sehen und tratschen. Diese Dorfaußenseiter ziehen alle Blicke auf sich. Sie schwimmen gegen den Strom. Sie sind nicht bei der Feuerwehr und fahren nicht mit dem Bus zur Schule ins nächste größere Dorf. Sie nehmen lieber das Fahrrad, bleiben alleine und haben ein klares Ziel vor Augen. Sie wollen raus aus dem Dorf. Die Großstadt kennen lernen, ins Nachtleben eintauchen.

In der Stadt ist es anders. Die Leute sind anonym. Sie kennen sich nicht. Alles ist ungezwungen. Die Menschen kleiden sich modischer und individuell. Sie ziehen das an, wonach ihnen ist. Einer trägt eine klassische Blue-Jeans mit einem weißen T-Shirt und einer Lederjacke. Ein anderer eine Baggy-Jeans und hat ein Skateboard unter dem Arm. Die nächste trägt ein Blumenkleid mit schwarzen Boots. Die Stadtjugend sieht und wird gesehen. Sie bekommen viel Input, was die Inspiration angeht. Alle probieren sich aus. Es entstehen neue Looks. Durch die vielen Eindrücke und unterschiedlichen Kombinationen. Alles ist erlaubt. Styles und neueste Trends

verbreiten sich in der Stadt mit Lichtgeschwindigkeit. Alle laufen in den unterschiedlichsten Outfits durch die Straßen. Die Leute beäugen sich nicht, alle sind auf sich selbst fokussiert. Niemand wird verurteilt. Allerdings ist es schwieriger, in der Stadt seine persönliche Subkultur zu finden. Das Miteinander.

Beim Streetstyle kommt es nicht darauf an, wo man ist. Es kommt darauf an, mit wem es geteilt wird. Mit der Straße. Mit Gleichgesinnten.

Die Straße ist ein Ort, an dem die Menschen sehen und gesehen werden wollen. So betrachtet ist jede Straße gleich. Die Menschen kleiden sich, um dazuzugehören. Egal ob in der Stadt oder auf dem Land.



CAMPUS

360 Berlin

Die Marke b.a.r.e. ist so wie der Studiengang Modemarketing: vielfältig, offen und immer wieder anders. Für die mittlerweile siebte b.a.r.e.-Kollektion ließen die Studierenden des Kurses Modemarketing WS20 sich von der Skaterkultur inspirieren. Die Akronyme von b.a.r.e. - borderless, authentic, rebellious und equal - passen perfekt zum Kollektionsnamen 360 Berlin, der zugleich auf den ursprünglichen Skater-Flip aus Venice Beach sowie einen Rundumblick Berlins anspielt. Der gesamte Kollektionsprozess wurde von der Themenrecherche über die Produktion bis zur Umsetzung des Shootings von den Studierenden selbst entwickelt.

Art Director: Anita Krizanovic
IG @anitakrizanovic

Photographer: Max Egorov
IG @egorov.max

MakeUp: Simon Jonas Roscher
IG @s.jonas.r

Hair: Cara-Lena Schmidt
IG @caralena.schmidt

Models:
Lavinia @ Spinmodelmanagement
IG @lavinia_kal @spinmodelmanagement
Fynn @ M4 Models Management
IG @fynnkrytosek @m4models

Location: BSP Business and Law School
Design & Styling: Studierende des Studiengangs Modemarketing (MoMa WS20, 3. Semester) der Fakultät Creative Business
Kollektion: b.a.r.e. 7th, „360 Berlin“
IG: @fkl_t_creative_business @bspberlin

Mit einem besonderen Dank an das OSZ – Modeschule Berlin für die Produktion der Kollektionsteile.

















»Who's that Face?«

Interview: Jana Selina Gamerith, Clara-Luise Kühl, Tamara Lang, Sophie Munzinger, Johanna Strathaus-Hoischen, Johanna Sustmann.

Steve Morell war in seinem Leben schon vieles: DJ, Musiker, Schauspieler und Chef des Plattenlabels Pale Music. Mit Fünfzig kam eine weitere Karriere hinzu. Seitdem modelt Steve für Labels wie Balenciaga, Saint Laurent oder UY Studio. NICO sprach mit ihm über Lampenfieber vor dem Laufsteg, Berlin vor dem Mauerfall und die Bedeutung von Punk.

NICO: Wie wird man mit Fünfzig zum High-Fashion-Model?

SM: Ich habe mich irgendwann mal bei einer Modellagentur angemeldet, bekam aber keine Aufträge. Dann wurde ich 2013 für ein Video von Kanye West gebucht. Danach wieder nichts, bis mich meine Agentin kurz vor Weihnachten 2015 anrief und fragte: »Steve, willst du für Balenciaga laufen?«. Ich hielt das erst für einen schlechten Scherz. Sie sagte dann: »Liest du deine Facebook-Nachrichten nicht?«. Anscheinend hatte Demna Gvasalia, der Head Designer von Balenciaga, zusammen mit der Head Stylistin Lotta Volkova vor dem Laptop gesessen und nach Gesichtern gesucht. Auf einmal poppte ich da auf und er fragte: »Who's that Face? I want him!«. Ende Januar 2016 stand ich dann zum ersten Mal in Paris auf dem Catwalk. Und seitdem lebe ich davon.

»Auf dem Laufsteg fühlst du gar nichts mehr.«

NICO: Was ist das für ein Gefühl, über den Laufsteg zu laufen?

SM: Das ist ein ganz abgefahrenes Ding. Die Aufregung steigert sich von Probe zu Probe immer mehr. Bei einer Fashion Show komprimiert sich das gesamte Adrenalin auf zehn, maximal zwanzig Minuten. Länger geht so eine Show nicht. Und dazu kommt, dass du irgendwo in einer Reihe stehst. Am Ausgang zum Laufsteg steht einer mit der Uhr und einer, der alles zählt. Du siehst alles auf einem Monitor. Den anderen Models geht es natürlich genauso wie dir. Dieses komprimierte Adrenalin. Alle zittern, aber müssen ruhig bleiben. Dann hörst du irgendwann: »Okay Steve, you have: ten, eight, five, four – run!«. Und dann rennst du.

Es ist schon eine extreme Anspannung. Ich versuche immer, am Abend vorher noch mal ruhig spazieren zu gehen und sage mir: Alles ist gut. Es sind im Prinzip nur zehn Minuten. Zehn Minuten deines Lebens. Vor meiner ersten High-Fashion-Show gab Demna mir einen Rat, den ich nie vergessen habe. Er sagte: »Walk straight like a robot, but don't be a robot! You'll see everything but don't recognize anyone!«

Das bringt es für mich gut auf den Punkt. Wenn du rausgehst, fühlst du gar nichts mehr. Natürlich ist es danach ein total großartiges Gefühl!





NICO: Die Balenciaga Fall 21 Haute Couture Show, die im Juli live im Netz gestreamt wurde, hat Modegeschichte geschrieben. Wie war es, ein Teil davon zu sein?

SM: Natürlich war und bin ich sehr stolz drauf, Teil dieser legendären Show gewesen zu sein. Die Vorbereitungen waren sehr aufwendig. Von Februar bis Juni bin ich jeden Monat vier bis fünf Tage für Proben und Fittings in Paris gewesen, da bei Haute Couture alles aufs Modell maßgeschneidert und handgenäht wird. Es war ja die erste Haute Couture Show für Balenciaga seit 1968. Christobal Balenciaga hat die Haute Couture damals eingestellt, weil es für ihn schon zu viel Prêt-à-Porter-Mode gab, die irgendwann auf dem Müll landen würde. Demna hat das Konzept jetzt, für die fünfzigste Show, wieder aufgegriffen und erweitert. Sehr geil war, dass die Show im selben Gebäude und Stockwerk stattfand wie die letzte Show im Jahr 1968, alles sah genauso aus wie damals, sogar die Originalvorhänge wurden rekonstruiert. Was auch sehr außergewöhnlich war: Die Show fand ohne Musik statt. Das war früher ganz normal. Demna wollte, dass sich die Leute ganz auf die Kostüme konzentrieren. Anfangs wollte er sogar, dass wir extra langsam laufen, im halben Tempo. Das Problem war nur, dass alle Models Boots mit zehn Zentimeter hohen Absätzen trugen – auch die Männer. Trotz Trainingheels haben alle gewackelt wie Enten, langsam laufen ist schwieriger in hohen Absätzen als schnell. Am Abend vorher hat Demna dann gesagt: »Stop, we walk normal tempo.« Da haben erstmal alle durchgeatmet. Seitdem sind dies meine absoluten Lieblingsboots.

NICO: Vor deiner Modelkarriere warst du Musiker und DJ. War es für dich immer klar, dass du einen kreativen Beruf ergreifen willst?

SM: Ich bin in einer ganz bodenständigen Familie in einer hessischen Kleinstadt aufgewachsen. Eigentlich sollte aus mir etwas ganz Anderes werden. Dann kam mir zum Glück der Punk dazwischen. Ich habe meine Lehre während der Abschlussprüfung abgebrochen und bin in der Nacht darauf nach Berlin gezogen. Alles, was ich mitgenommen habe, waren 500 Schallplatten und meine Musikanlage. Dann habe ich das gemacht, was damals alle gemacht haben, und eine Band gegründet. Ich legte in mehreren Bars und Clubs Punk und New-Wave-Platten auf und betrieb mit einem Kumpel eine Punk-Bar in Kreuzberg.

NICO: Was bedeutet Punk für dich?

SM: Punk ist eine Einstellungssache. Wenn dich die Idee erstmal gepackt hat, kommst du nicht mehr davon los. Es geht darum, ein selbstbestimmtes Leben zu führen und sich nicht in ein Schema pressen zu lassen.

»Punk ist eine Einstellungssache. Wenn dich die Idee erstmal gepackt hat, kommst du nicht mehr davon los.«

NICO: Wie hat dein Umfeld reagiert, als du Punk geworden bist?

SM: Mein Vater war nicht sehr begeistert. Meine Mutter war zum Glück anders. Sie hat immer gesagt: »Junge, du bist verrückt, irgendwie schaffst du es, von deiner Kreativität zu leben.« Aber wir hatten immer ein enges Verhältnis. In meiner Kleinstadt wurden alle, die anders aussahen als die Norm, wie Aussätzige behandelt. Deswegen habe ich irgendwann auch die Reißleine gezogen und bin nach Berlin gegangen.

NICO: Bist du heute noch Punk?

SM: Ja, denn ich habe bis heute keine Gesellschaftsform gefunden, die zu mir passt, und zum Kapitulieren bin ich zu alt. Bist du einmal Punk, dann bleibst du es bis zum Lebensende, sonst belügst du dich selbst.

NICO: Wie war das West-Berlin der 1980er-Jahre im Vergleich zum heutigen Berlin?

SM: Als ich ankam, dachte ich, alles ist: Wow. Aber ich habe schnell gemerkt, dass West-Berlin eigentlich wie ein Auffangbecken der schönen Paradiesvögel der Nacht war, für Leute die woanders nicht klargekommen sind. Es war damals viel einfacher als heute, von der eigenen Kreativität zu leben. Alles war viel günstiger und es gab jede Menge Platz. Nach dem Mauerfall gab es dann nochmal einen riesigen Schub, als überall kleine Läden und Clubs aufgemacht haben. Das vermisse ich heute. Allerdings ging es danach auch schnell bergab. Das Politische der Punk-Bewegung spielte keine Rolle mehr, in den Neunzigern drehte sich dann alles nur noch um Bumm-Bumm Techno und Partys. Das war nicht mehr mein Ding, deswegen ging ich für ein paar Jahre weg, nach London.

NICO: Welche Rolle spielt Mode für dich?

SM: Ich achte sehr darauf, wie ich mich nach außen präsentiere. Früher, in den 1980er-Jahren, war es extrem wichtig, gut auszusehen. Man ist nachts in Clubs gegangen, die super dirty waren, aber immer perfekt gestylt. Perfekte Frisur, perfektes Make-up, schicke Klamotten. Dabei ging es aber nicht um Brands oder Labels, dass ist mir auch heute noch Jacke wie Hose. Es geht darum, sich selbst in Szene zu setzen. In den Clubs lief früher ein Song hoch und runter: Fütter' dein Ego von den Einstürzenden Neubauten. Diese Botschaft wurde dir regelrecht eingetrichtert.

»Labels sind mir Jacke wie Hose. Es geht darum, sich selbst in Szene zu setzen.«

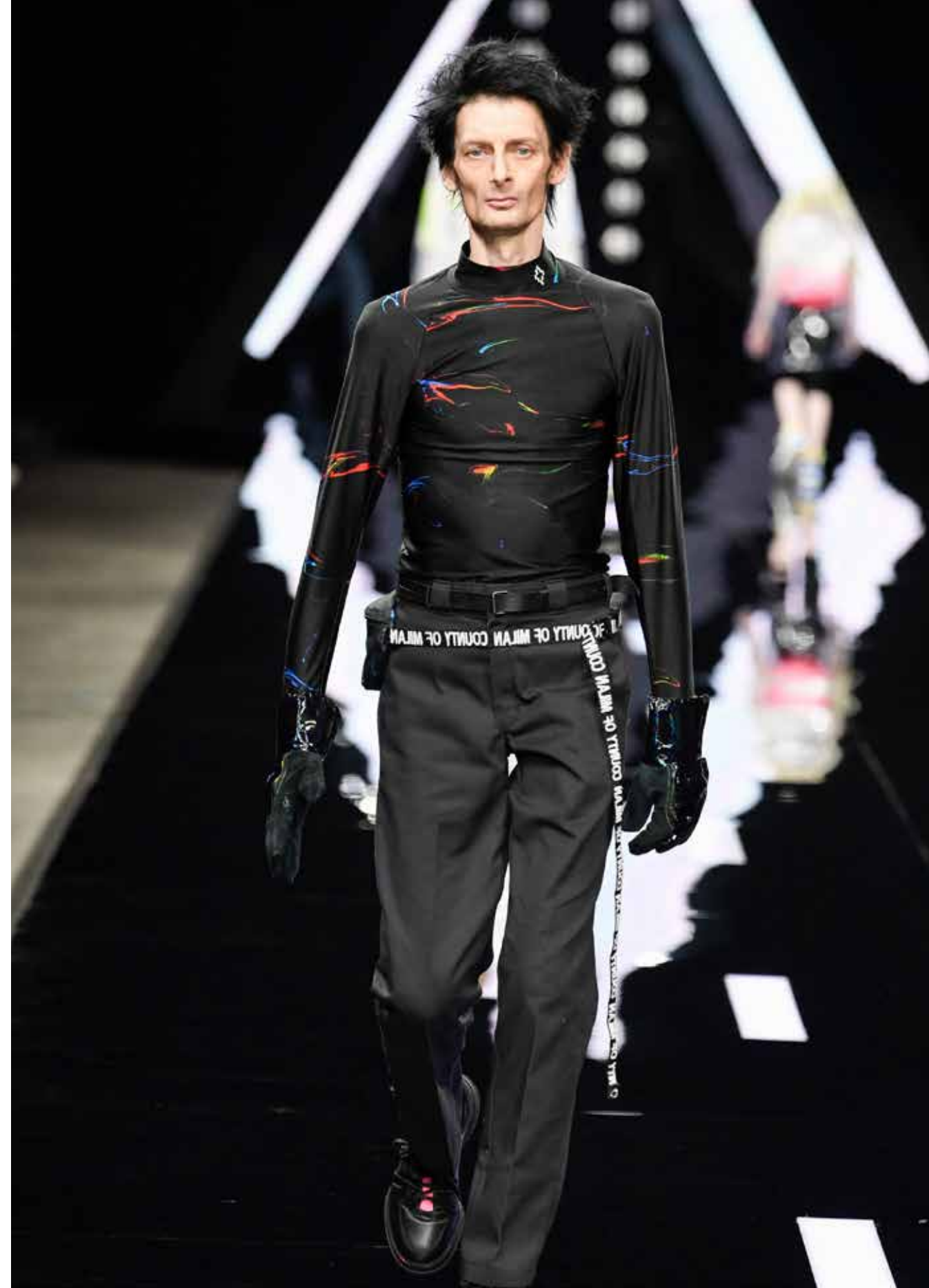
NICO: Ist Modeln für dich ein kreativer Beruf, so wie Musiker oder Schauspieler?

SM: Früher dachte ich, das Models einfach nur besserer Kleidungsstände sind. Aber die Branche hat sich in den letzten Jahrzehnten gravierend geändert. Bei mir zum Beispiel kann man nun wirklich nicht von Schönheit im herkömmlichen Sinne sprechen. Brands suchen heute eben mehr nach Charakteren, nach Gesichtern, die eine Geschichte erzählen.

Für mich hat der Job schon etwas mit Kreativität zu tun, da du ständig an deiner Performance arbeiten musst, wie ein Schauspieler oder Musiker auf der Bühne. Heute werden häufig so genannte E-Castings durchgeführt, bei denen du dich selbst auf Video aufzeichnen musst. Man muss definitiv kreativ sein und Talent haben, um in so einem kurzen Casting-Video etwas rüberzubringen und das Interesse der Auftraggeber zu wecken. Einfach nur schön aussehen reicht heute eben nicht mehr.

NICO: Was ist der größte Kontrast zwischen deinem alltäglichen Leben und der High-Fashion-Welt?

SM: Der Rückweg nach Hause. Von Glitzer und Glamour springt man direkt in die U-Bahn. Ein paar Stunden später landest du in Berlin und fragst dich: »Wo ist der Bus?«. Dann bist du wieder da. Wenn du nicht aufpasst, fällst du dann erstmal in ein Loch, weil dich plötzlich keiner mehr will. Ich habe einige jüngere Kollegen gesprochen, die deswegen depressiv geworden sind. Mein Glück ist, dass ich schon lange in kreativen Berufen arbeite und dieses Auf und Ab kenne. Mit den Jahren haben sich die beiden Welten bei mir vermischt, da ist der Kontrast dann nicht mehr so groß.

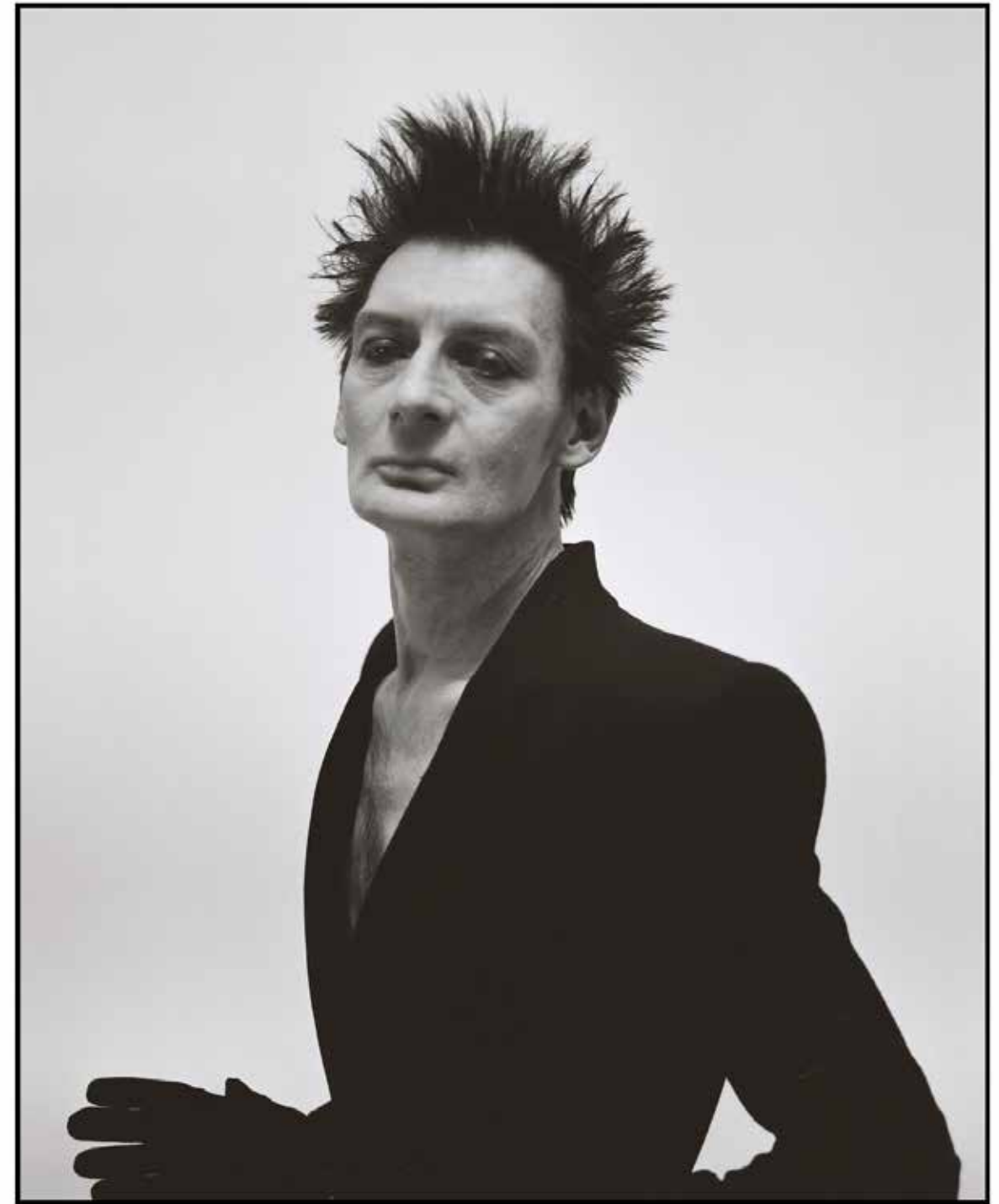


NICO: Welche Rolle spielen soziale Netzwerke wie Instagram für dich?

SM: Nach meiner ersten Balenciaga-Show saßen wir noch zusammen, und meine Agentin sagte: »Steve, du bist auf Vogue Runway auf Instagram.« Als ich sagte, dass ich gar keinen Instagram-Account hätte, meinte sie nur: »Dann richten wir dir mal ganz schnell einen ein.« Heute bekomme ich tatsächlich sehr viele Jobs über Instagram. Als Portfolio ist es für mich unverzichtbar geworden, aber auch das ist natürlich eine Menge Arbeit.

NICO: Nutzt du deine Reichweite auch, um auf politische oder gesellschaftliche Themen aufmerksam zu machen?

SM: Leider zu selten. Eigentlich nur, wenn wirklich etwas passiert, wenn mir der Kragen platzt. Das sind meistens Themen wie rechte Gewalt und Faschismus. Aber die Frage ist eine gute Erinnerung daran, wieder mehr Politisches auf Social Media zu posten.



STYLE

Geht immer

Text: Mathilda Oggesen

Paris, London, Berlin: Jede Modestadt hat ihren eigenen Vibe. Zum Glück gibt es ein paar Kleidungsstücke, die überall und in jeder Situation funktionieren. Unsere Autorin stellt drei Teile vor, die aus dem internationalen Streetstyle nicht wegzudenken sind.

Unpraktisch, aber cool

Der New Yorker Stadtteil Harlem ist nicht nur für die Hip-Hop-Gemeinde die Wiege des Erfolgs. Auch der ehemalige Basketball-Schuh erlangte dort eine Menge Aufmerksamkeit. Nach seiner Markteinführung im Jahr 1982 wurden die damals noch als Uptowns bezeichneten Sneaker schnell zu den Lieblingen der coolen Kids.

Der Rapper Nelly ist nur einer von vielen, der dieser Schuh-Ikone sogar einen eigenen Song gewidmet hat. Vierzig Jahre später ist der Nike Air Force 1 ein echter Klassiker, der mit jedem Style kombiniert werden kann – sogar zum Anzug. Dass der Schuh in komplett weiß eigentlich total unpraktisch ist, scheint die wenigsten zu stören. Schließlich wusste schon der Soziologe Thorstein Veblen, dass Kleidungsstücke dann besonders elegant wirken, wenn man dem Träger ansieht, dass er darin keine schwere Arbeit verrichtet.



Abgewetzt und punkig



Was beim Air Force 1 Pflicht ist, wird hier verpönt. Die Doc Martens sehen zu neu und unbe-nutzt aus? Out! Die klobigen Treter gehören seit den späten 1970er-Jahre fest zur Uniform der Punks und sind erst dann richtig schick, wenn sie alt und abgewetzt aussehen. Ursprünglich wurden die Docs 1945 von dem deutschen Arzt Klaus Märtens entwickelt, als Schuhe für die Arbeiterklasse, die gleichzeitig stabil und bequem sein sollten. Offensichtlich mit Erfolg. Denn noch heute gilt: die Schuhe kriegt man so schnell nicht kaputt. Neben den klassischen Tönen Schwarz und Ochsenblut steht heute praktisch jede Farbe und jedes Muster zur Auswahl. Und als gekonnter Stilbruch passen die Stiefel auch zum Abendkleid.

Unisex-Kultobjekt

Die 501 von Levi's ist das älteste Jeansmodell der Welt. Die einst einfache Arbeiterhose sieht heute noch fast genauso aus wie zu ihrer Erfindung 1873. Damals sollten der feste Baumwollstoff und die Kupfernieten die Hose besonders robust machen. Durch die beliebten Cowboy-Filme der 1930er-Jahre wurde die Jeans dann zum Kultobjekt, das für Freiheit und Abenteuer stand. 1954 trug Marilyn Monroe in dem Western-Drama Fluss ohne Wiederkehr als erste Frau auf der Leinwand eine 501 – eigentlich eine reine Herrenhose. Damit wurden Jeans zum Symbol der Unabhängigkeit der Frau. In den 1960er-Jahren trugen die Hippies Jeans zum Zeichen, dass alle Menschen gleich sind. Trotzdem gibt es viele unterschiedliche Arten, die 501 zu tragen: baggy oder skinny, distressed oder raw, schick zu High Heels oder entspannt zum Hoodie.





SOCIAL MEDIA

Im Traumland

Text: Johanna Strathaus-Hoischen

Anstatt auf der Straße begegnen uns neue Trends und Menschen immer häufiger im Netz. Unsere Autorin findet, dass Apps wie Instagram das Bild der Realität verzerren und fragt sich: Wird das reale Leben für die Mode bald überflüssig?

Instagram. Oder auch Disneyland für Depressive. Eine Traumwelt, die vielen heute besser gefällt als in die wirkliche Welt. Schminken, Outfits kombinieren und dann Fotos knipsen von perfekten Momenten, ohne diese wirklich gelebt zu haben.

Looks, die Kunstwerken gleichen, auf Bildern festgehalten, denen wir mit Bearbeitungs-Apps sofort wieder die Seele entziehen.

Pickel werden kaschiert, die Haut wird frischer gemacht und der Po größer. Der Drang zur Selbstinszenierung treibt uns an. Mit Natürlichkeit hat das ganze schon lange nichts mehr zu tun.

Früher war die Straße der Ort, an dem man andere Menschen sehen und sich selbst zeigen konnte. Ersetzt heute Instagram die Straße? Zu meinem Entsetzen muss ich sagen: Ja! Klicks, Likes, Views. Mittlerweile scheint die App der Ort geworden zu sein, an dem man sich von seiner schönsten Seite präsentiert. Gleichzeitig war es noch nie zuvor so leicht, das Leben der Anderen bis ins kleinste Detail zu verfolgen. Ständig erscheinen neue Versionen von Filtern, die unsere Gesichter aufhübschen, die Nase gerade machen, die Augenbrauen voller und die Lippen dicker zaubern. Eine digitale Schönheitsoperation, die dein Bild von Realität verzerrt und dein Ego fälschlich pusht. Jenseits des echten Lebens, aber trotzdem gibt es dir vorübergehend ein Gefühl von Überlegenheit. Habe ich Recht? Doch es geht weiter. Die Brust-OP wird zum 18. Geburtstagswunsch. Die Lippen werden monatlich frisch aufgespritzt. Das gesamte Taschengeld wird in die Schönheit investiert.

Der Kampf um Anerkennung als ewiger Teufelskreis. Bin ich je genug? Wir suchen förmlich nach Fehlern, die wir beheben können, um endlich perfekt zu sein.

Für die junge Generation sind Influencer die Superstars der sozialen Medien. Sie haben große Macht. Sie reißen bedeutsame Themen an sich und verwandeln sie in Trends. Zudem rücken sie sich selbst in den Mittel-

punkt. Und sind wir mal ehrlich: das können sie gut! Einst waren es die Stars der Film- und Musikindustrie, die wir in der Bravo bestaunten. Poster von oberkörperfreien Boybands hingen an den Wänden meines Teenagerzimmers. Heute jagen wir Influencer-Fantreffen hinterher. Etwas stimmt hier nicht, Leute. Wir leben in einer digitalen Welt, in der das Mixen eines Smoothies oder das Auftragen eines Lippenstiftes gewinnbringender sein kann als ein normaler Vollzeitjob. Täglich kriege ich am Mittagstisch verwirrte Blicke zugeworfen, während ich mit mehr als zehn Versuchen ein Foto von meinem perfekt angerichteten Teller knipse. Hier wird jeder plötzlich zum Food Designer. Bis ich dann aber wirklich den ersten Bissen von Mamas geliebter Lasagne zu mir nehme, ist sie schon wieder kalt. Alles für das perfekte Foto.

Und wo ist eigentlich die Romantik hin? Liebe auf den ersten Blick, auf der Straße, oder eine Zufallsbegegnung in der Bahn. Heute trifft man sich auf Instagram, vorausgesetzt, die Follower-Zahlen stimmen. Wie die sogenannten Influencer Couples, die uns nochmal die extra Portion Komplexe am Morgen verschaffen, während wir beim Cornflakes essen durch unsere Startseite scrollen.

Ich erinnere mich an den einen Tag, an dem die Plattform für einige Stunden ausfiel. Die Welt stand für einen kurzen Moment still.

Dann ging die große Panik los. Influencer in Aufruhr. Keinen digitalen Kontakt zur Außenwelt. Niemand da, der uns von seinem perfekten Tag erzählen konnte. Einige Stunden ohne Instagram lösten bei einigen wohl einen halben Herzinfarkt aus. Sehen wir denn nicht was hier passiert? Wir sind gefesselt. Schalten wir doch einfach mal unsere Handys aus oder zumindest die sozialen Medien für ein paar Stunden auf stumm und genießen ein bisschen das echte Leben. Setzen wir uns in Cafés und beobachten die Leute. Die Art, wie sie sich kleiden und bewegen. Lassen wir doch mehr Zeit, andere Menschen kennenzulernen. Dann werden wir irgendwann wieder so mutig, Dinge für uns zu tun, anstatt für andere.

Kein Kompliment

Text + Illustration: Clara-Luise Kühl

Etwas, was jede junge Frau kennt: Catcalling. Ungebetene Rufe oder Kommentare, die sich häufig um den Körper und die Kleidung drehen. Aber deshalb aufs Lieblingsoutfit verzichten? Sieht unsere Autorin nicht ein und appelliert an ihre Leidensgenossinnen: Lasst euch nicht unterkriegen!

Ein letzter Blick in den Spiegel. Strumpfhose und Rock ein letztes Mal zurechtgerückt und raus auf die Straße. Sorglos einige Meter aus der Tür getreten und plötzlich Stopp. Ein Pfiff. Ich blicke zurück und sehe einen Mann an Straßenrand stehen. Schambehaftet zupfe ich meinen Rock nach unten und gehe weiter. Ich spule die Zeit im Kopf zurück und frage mich, ob ich gerade ein Opfer von sexueller Belästigung geworden bin. Catcalling?

Der Psychologe J.C. Flügel nennt drei Grundfunktionen der Kleidung: Schutz, Schmuck und Scham. Allgemein schützt die Kleidung vor Witterungen, schmückt zur Selbstinszenierung und bedeckt die Scham. Die Kleidung entspricht einer zweiten Haut, vor allem dient sie dabei als Ausdruck der Identität. Die Frau auf der Straße nutzt die Kleidung so, wie Flügel es festschreibt. Nicht mehr und nicht weniger. Ihr Outfit ist keine Aufforderung.

Die Straße ist wie ein Laufsteg für persönliche Auftritte. Für einen Moment erscheint die Inszenierung makellos, doch so schnell der Moment kommt, kann er auch wieder entfliehen.

Stopp. Ein Pfiff. Da sind sie zurück: die Scham und Unsicherheit. Die Inszenierung ist außer Kontrolle geraten. Die Situation ist binnen Sekunden verändert und ihre Kleidung erhält eine andere Bedeutung. Ist die Kleidung schuld? Sie sollte einen doch schmücken, vor der Scham bewahren und schützen. Sie als Verantwortliche sollte ihre Funktion erfüllen und Sicherheit bieten. Hat die Kleidung versagt? Nein, hat sie nicht. Ebenso wenig die Frau oder deren Körper. Kleidung ist nach Flügel eine Erweiterung des Körper-Ichs.

Wir verschmelzen mit der Kleidung. Wir bilden eine Einheit mit ihr, sie bestimmt, wie wir uns bewegen und verhalten. Wir identifizieren uns mit ihr.

Stopp. Ein erneuter Pfiff. Vertraut horche ich in mich hinein und sehe an mir hinunter. Ich liebe meinen Rock, meine braunen Stiefel abgepasst zu meinen lockigen braunen Haaren und meine schwarze Jacke. Ich bin modern und keinesfalls unpassend gekleidet. Wieso bin ich verunsichert? Die britische Journalistin Laurie Penny

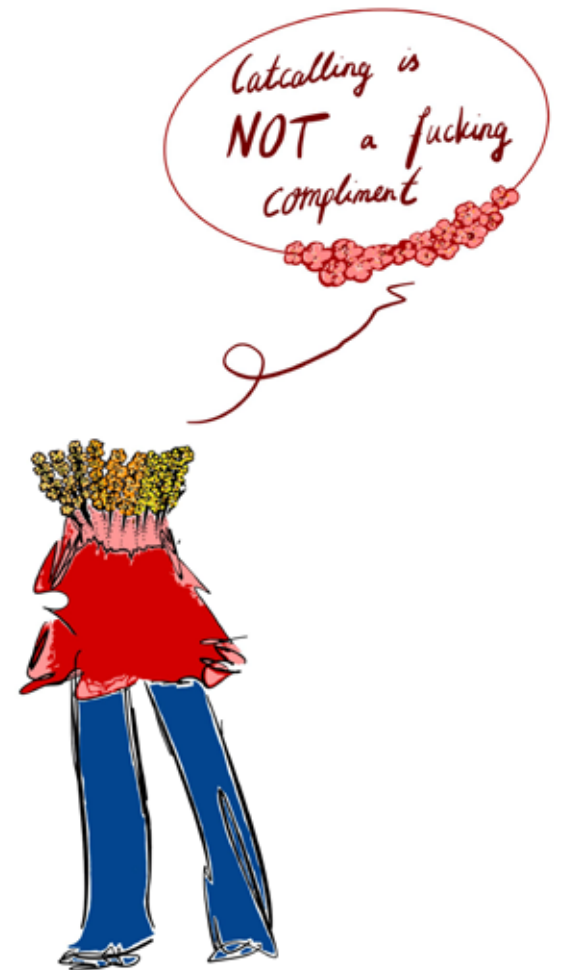
fordert, dass Frauen lernen müssen, ihre Stimme zu erheben und sich nicht verunsichern zu lassen. In ihrem Buch Fleischmarkt schreibt sie, dass Medien und Werbung falsche Idealvorstellungen schaffen. Frauen werden als Objekte gesehen und in die Rolle der Unterdrückten und Entmächtigten gesteckt. Täglich bestärken Bilder und Videos die fingierte und künstliche Darstellung der Frau und die Verschmelzung von Fiktion und Realität geschieht mühelos. Die Frau wird von ihrem Körper entfremdet und verliert den Bezug zu sich selbst.

Erneut. Ein Pfiff. Der Mann, der die Täterrolle einnimmt, ist am Ende selbst Opfer einer Manipulation.

Denkt der Mann auf der Straße, dass er der Frau einen Gefallen tut, indem er ihr Aufmerksamkeit schenkt? Das ist falsch.

Er ist ein Fremder, der sich das Recht nimmt, in ihre Privatsphäre einzudringen und sie zu verunsichern. Das Gedankenkarussell, ob Schlimmeres passiert, erfolgt Sekunden später. Was ist, wenn er mir folgt? Wenn er nicht aufhört? Der kürzeste Weg. Bedeckt gekleidet und bloß nicht allein nach Hause. Das sind die Grundsätze der Frau.

Stopp. Ein letzter Pfiff. Ich schaue an mir hinunter und für eine Sekunde bin ich versucht, den Gedanken der Schuld zuzulassen. Doch ich richte mich auf, bin gefasst und blicke mutig und schuldlos zu dem Mann und sehe meinen Gewinn. Ich lasse mich nicht kontrollieren, nicht entmächtigen und nicht unterdrücken. Ich drehe mich um, gehe nach vorne und blicke nicht zurück. Ein befreiendes Gefühl umschließt mich und ich erkenne meine Stärke, mich nicht schuldig zu fühlen. Stolz auf mich entscheide ich frei, wer ich sein will.





STREET

Total analog

Wer sagt, dass man Menschen nicht nach dem Aussehen beurteilen sollte? Für unsere Autorin gibt es nichts Schöneres, als im Café zu sitzen und in den Gesichtern und der Kleidung vorbeiziehender Fremder nach Geschichten zu suchen. Sie hält People-watching für eine unterschätzte Inspirationsquelle.

Text: Jana Selina Gamerith

Gedämmtes Licht, wohlige Wärme, ruhige Musik im Hintergrund, vor mir ein großer Cappuccino. Seit langer Zeit sitze ich wieder im Café, einem Ort, der ganz schön viel zu bieten hat. Es ist ein Ort legendärer Denker und Philosophen, in dessen Atmosphäre so manch prägende Werke entstanden sind. Für große Literaten waren Caféhäuser die Quellen ihrer Inspiration, Orte, an denen sie ihre Gedanken zu Papier brachten. Heute gibt es kein Instagram-Story-Foto, entscheide ich bestimmt und stecke mein Handy weg.

Abseits von der historisch inspirierenden Bedeutung erlaubt uns ein Cafébesuch etwas, das in der Online-Welt nicht möglich ist. People-watching, oder auch: Menschen zu beobachten und ihr Verhalten, ihre Handlungen und Persönlichkeit zu studieren. Beim People-watching versuchen wir, uns die Leben anderer Personen vorzustellen, malen uns aus, welche Geschichten zu erzählen und Geheimnisse sie zu hüten haben. Es fasziniert uns, Vermutungen über fremde Menschen anzustellen, gerade aus dem Grund, weil wir nie erfahren werden, ob diese stimmen.

Aber was macht einen Menschen aus? Alleine sein Gesicht, sein Körper und die Kleidung? Ist es nicht gerade die Aura eines Menschen, die diesen so besonders macht?

Edgar Allan Poe schreibt 1840 in Der Mann der Menge darüber, wie es ist, einen Fremden in einer Menge von Leuten auf der Straße zu beobachten. Poe schreibt vom Verlangen, dieser geheimnisvollen Person nachzugehen, ihr zu folgen – was wir heute im Netz Tag für Tag machen. Wir folgen Fremden auf Social Media.

Doch nichts geht über analoges People-watching. Dieser magische Moment, wenn man in der Bahn sitzt, und der Blick plötzlich eine faszinierende Person streift, deren Geschichte man kennen möchte, eine Person, der man folgen möchte – und es nicht kann. Auf Instagram und Tinder hingegen ist alles vorbereitet, programmiert, dreimal durchgecheckt und bis zu einem gewissen Grad gekünstelt. Wir sind quasi darauf vorbereitet, beobachtet zu werden. In echten Situationen hingegen können wir Menschen genau dann beobachten, wenn sie sich unbeobachtet fühlen, was ein entscheidender Unterschied ist.

Auf der Straße ist alles ungefiltert, echter und weniger inszeniert.

Nachdem ich bezahlt habe, greife ich mir meinen Mantel, setze meine Kappe auf und lasse mich vom Sog der Menschen auf der Straße vor dem Kaffeehaus mitreißen. Quengelnde Kinder, Männer in schicken Anzügen, eine Gruppe Studentinnen, dazu die lärmenden Autos, das Gurren der Tauben unter der Brücke, das Klappern der Pumps über die Pflastersteine. Zwischen all diesen Eindrücken lasse ich mich treiben, und sauge sie alle auf.

Das Konzept des sogenannten Flaneurs, eines Intellektuellen, der durch die Straßen und Passagen von Großstädten streift, und dabei aus seinen Beobachtungen der Menschenmassen Reflexionen zieht, fand ebenfalls durch Edgar Allan Poe seinen Eingang in die Literatur und wurde im Laufe der Jahre immer wieder von anderen Autoren aufgegriffen. Als weibliches Pendant zum Flaneur tritt die Passante auf, wird vor allem in Prousts *Auf der Suche nach der verlorenen Zeit* portraitiert. Gesellschaftliche Konventionen erlaubten es Ende des 19. Jahrhunderts endlich auch Frauen, sich auf der Straße frei zu bewegen. So entstand das Bild der uns heute nur zu gut bekannten Parisienne, jener Frau, die mit Eleganz und unvergleichlichem Chic durch die Straßen von Paris schlendert, eine Frau, die die Mode beherrscht. Was Ende des 19. Jahrhunderts begann, ist für uns heutzutage kaum noch wegzudenken: Das öffentliche Sich-zu-bewegen, Sich-modisch-präsentieren, ebenso wie das Beobachten, das Observieren der Menschen um uns.

Inzwischen bin ich so weit gelaufen, dass meine Füße schmerzen. Doch ob ich nun am Place de la Concorde stehe, an der Spree entlang spaziere oder über den Stephansplatz schlendere, eines bleibt immer gleich: Diese Neugierde nach den Geschichten der Menschen auf der Straße, die durch die Menge hasten, verloren am Bahnsteig stehen oder alleine im Park sitzen. Versunken in Gedanken, bemerke ich erst spät das dunkle Augenpaar, das mich eingehend mustert. Ich lächle kurz.



BILDNACHWEIS

Cover:
Produktion: BSP Fakultät Creative Business
Street Style Photography: Anne Bernecker /
annebernecker.co.uk
Idee und Styling: Modejournalismus WS21

Seiten 06/07:
© 2021 Chalo Garcia, unsplash.com

Seite 09:
© 2014 fleetingpix: Backlight, flickr.com

Seite 10:
© 2013 raysnaps: Dr. Martens, flickr.com

Seite 12:
© 2020 Mike Von, unsplash.com

Seiten 17 – 27: Streetstyle Shooting
Produktion: BSP Fakultät Creative Business
Styling: Modejournalismus WS19 und WS20
Models: Hélène/Izaio, Mats/@matsbndr
Haare/Make-up: Jonas Roscher/@s.jonas.r, Maggie
Krisch, Hannah Weber (Costume und Make-Up
Design WS21)

Seite 29:
© 2014 Sascha Kohlmann, flickr.com

Seite 31:
© 2006 Chris Ainsworth, flickr.com

Seite 33:
© 2014 Sascha Kohlmann, China-King Imbiss,
flickr.com

Seite 35:
© 2020 mini_malist (see you soon): Boulevard
Berlin, flickr.com

Seite 37:
© 2022 Kai Heinrich: W.Jankowski, flickr.com

Seite 40 – 54:
Art Director: Anita Krizanovic
IG @anitakrizanovic

Photographer: Max Egorov
IG @egorov.max

MakeUp: Simon Jonas Roscher
IG @s.jonas.r

Hair:
Cara-Lena Schmidt
IG @caralena.schmidt

Models:
Lavinia @ Spinmodelmanagement
IG @lavinia_kal @spinmodelmanagement
Fynn @ M4 Models Management
IG @fynnkrystosek @m4models

Location: BSP Business and Law School
Design & Styling: Studierende des Studiengangs
Modemarketing (MoMa WS20, 3. Semester) der
Fakultät Creative Business
Kollektion: b.a.r.e. 7th, „360 Berlin“
IG: @fklt_creative_business @bspberlin

Seite 57:
© Thomas Hauser

Seite 58:
© Balenciaga Archive

Seite 61:
© Marcello Burlon

Seite 62:
© Peter Kaaden,
Morellanchoy.jpg
© Morellancholy Archive,
UYStudio.jpg
© Archive UY Studio FW2019

Seite 63:
© Niko Androbik

Seite 64:
© Nick-Spratt: Af1, deviantart.com

Seite 65:
© 2011 – 2022 SeoulsLucifer: Levis501, deviantart.com
© 2017 Nathalie Harney

Seiten 66/67:
©Denise Duplinski: Old statue of young woman
with smartphone in museum, pexels.com

Seite 72:
© 2018 Pedro Mamoré, unsplash.com

Seite 74:
© 2019 Henrik Lagercrantz, unsplash.com

IMPRESSUM

Berlin 2022

BSP Business and Law School
Hochschule für Management und Recht
Fakultät Creative Business
Calandrellistraße 1–9, D-12247 Berlin

www.businessschool-berlin.de
www.fakultaet-creative-business.de

Redaktionsleitung:
Diana Weis

Redaktion:
Jana Selina Gamerith
Clara-Luise Kühl
Sophie Munzinger
Mathilda Greta Oggesen
Johanna Strathaus-Hoischen

Bildredaktion:
Nicola Sernow
Diana Weis

Layout & Design:
Nicola Sernow
Diana Weis

Schlussredaktion:
Heinrich Dubel Medien- und Verlagsservice
www.heinrichdubel.de

Verantwortlich:
Ilona Renken-Olthoff

Fakultät **CREATIVE BUSINESS**

BACHELOR

Modemarketing B.A.

Modejournalismus B.A.

Costume and Make-up Design B.A.

Sustainable Fashion B.A.

MASTER Creative Business Management M.A.

more Information —————> fakultaet-creative-business.de