

# In die Mode gekommen

Am «Design schenken» in der Viscosistadt sind dieses Jahr besonders viele Modelabels präsent.

Larissa Haas

Der Blick auf die Ausstellerliste der diesjährigen Luzerner Designtage dürfte die eingefleischten Besucher überrascht haben: Die Liste der Teilnehmenden ist so lang und so vielfältig wie noch nie. Nicht weniger als 130 Designerinnen und Designer präsentieren sich seit gestern bis Sonntag in der Viscosistadt in Emmenbrücke. Deren Produkte kommen aus Bereichen wie Keramik, Dekoration, Mode, Möbel, Papeterie, Schmuck bis hin zu Licht, Spiel und Accessoires.

Gründerin Franziska Bründler ist begeistert: «Wir haben uns vom «Geschänklmärt» zur Designmesse weiterentwickelt.» Dieser Wandel sei weniger einer Strategie, sondern viel mehr den Räumlichkeiten geschuldet. Seit dem Umzug vor zwei Jahren von der Luzerner Altstadt nach Emmenbrücke würden sich vermehrt Mode- und Möbeldesigner für einen Messeplatz interessieren: «Es muss sich herumgesprochen haben, dass wir nun genug Platz haben für Umkleidekabinen, Kleiderstangen oder Möbelstücke», sagt Bründler. «Vor wenigen Jahren wäre das undenkbar gewesen.»

## Labels mit ethischen Zielen

Konnte man die Zahl der Modedesignerinnen und Modedesigner vor zwei Jahren noch an einer Hand abzählen, stellten letztes Jahr immerhin 14 ihre Kollektionen aus. Heuer hat sich die Zahl beinahe verdoppelt. Diese Entwicklung war der Anlass, an der diesjährigen Messe für einmal den Fokus ganz auf die Mode zu richten. Unsere Zeitung hat mit Designerinnen und Designern über ihre Kollektionen gesprochen und dabei erfahren, dass die Mode längst nicht mehr der Mode willen existiert, sondern einen gesellschaftspolitischen Dienst erfüllen soll. Bestes Beispiel hierfür



Oben: Claudine Tanner ist mit ihrem Modelabel Moya Kala in der Viscosistadt präsent. Unten: Weitere Impressionen vom Design-Schenken. Bilder: Philipp Schmidli (Emmenbrücke, 6. Dezember 2019)

ist Jungdesignerin Lea Vogel aus Grosswangen. Anfang 2017 hat die studierte Modedesignerin den alten Pferdestall des Bauernhofes, auf dem sie aufgewachsen ist, zu einem Atelier umfunktioniert. Die 28-Jährige verarbeitet ausschliesslich Biostoffe aus der Schweiz oder aus Europa. Das Lieblingsstück ihrer

diesjährigen Kollektion, die «intuitiv aus dem Bauch heraus» entstanden sei, ist die nachtblaue Jacke «haim» mit passender Hose «alva» aus 100% Wolle. «Diese Kombination ist klassisch und passt zu jedem Anlass.»

Eine ähnliche Philosophie verfolgt Julia Kreienbühl mit

ihrem Kinderkleiderlabel «little indi». Sie sagt: «Ich verstehe nicht, wieso Bio noch speziell deklariert werden muss.» Und: «Bio sollte doch einfach zur Normalität werden.» Zudem kehrt auch sie der Massenproduktion den Rücken, indem ihre Kollektionen nur eine limitierte Zahl von Kleidern enthal-

ten. Nachhaltigkeit ist ein Thema, das sich bei den Ausstellerinnen und Ausstellern immer wieder aufdrängt. Ein zweites entspricht ebenfalls dem Zeitgeist: die starke Frau.

## Die Frau rückt ins Zentrum

Deutlich wird dies beim Damenunterwäschelabel «moya kala» von Claudine Tanner aus Sarnen. Sie versteht sich als Initiantin einer «Bewegung, die sich für die Würde der Frau einsetzt». Dieser Anspruch äussert sich in vielen Aspekten: «Wir kaufen umweltfreundliche Materialien, bei denen Frauen nicht mit giftigen Chemikalien in Berührung kommen. Zudem setzen wir uns für faire Löhne und Arbeitsbedingungen ein.» Weiter beschreibt Tanner die aktuelle Kollektion als «weder romantisch noch aufreizend». Dadurch stehe sie für «das weibliche Selbstwertgefühl» und «die Stärkung der Frau» ein. Diese Idee widerspiegelt sich auch in der Vermarktung: «Wir lichten Frauen jeglichen Aussehens ab und verzichten ganz auf Bildbearbeitung.»

Die Kollektion des gebürtigen Engländers Adam Brody aus Zürich sticht aus mehreren Gründen heraus: Erstens ist Brody einer der wenigen männlichen Designer an der Messe. Zudem ist er der einzige Mann, der Damenmode produziert. Und seit 18 Jahren designt er ausschliesslich «Plus Size»-Mode, also Kleidung in grossen Grössen. «Ich wollte mit diesem Schritt eine grosse Marktlücke schliessen», sagt Brody und kommt dann auf denselben Kerngedanken wie Tanner zurück: «Die Frau muss sich lieben, wenn sie sich im Spiegel betrachtet.» Schliesslich betont er etwas, das alle Modedesignerinnen und Modedesigner der diesjährigen Designtage gemeinsam haben dürften: «Ich möchte mit meiner Mode etwas bewirken.»