



In einer globalen Welt ist das Gefühl von Heimat mehr als die eigenen vier Wände.

## FRANKFURT WIRD ZUM MODE-MEKKA

EINMAL IM JAHR FORDERT DER FRANKFURTSTYLEAWARD JUNGE MODEDESIGNER AUS ALLER WELT HERAUS, IHRE KREATIVITÄT, IHR TALENT UND IHREN INNOVATIONSGEIST UNTER BEWEIS ZU STELLEN.

Mit Mailand, Paris oder London wird Frankfurt selten in einem Atemzug genannt. Doch tatsächlich muss sich die Modeszene in der Stadt am Main keinesfalls verstecken. Außerdem findet hier in diesem Jahr bereits zum elften Mal der renommierte FRANKfurtstyleaward statt – erstmals auf der Tendence, der internationalen Konsumgütermesse rund ums Wohnen und Schenken mit gut 1000 Ausstellern.

Der FRANKfurtstyleaward ist einer der bedeutendsten internationalen Nachwuchswettbewerbe in Fashion und Design und steht für eine nachhaltige Talent- und Karriereplattform, die innovative Ideen, Kreativität und herausragende schöpferische Leistung fördert. Er dient als Trendbarometer der Zukunft und möchte der Industrie und dem Handel Impulse und Orientierung geben.

Mit der Veranstaltung werden Frankfurt/Rhein-Main und Hessen einmal im Jahr zum Zentrum für die besten Fashion und Designschulen aus aller Welt. Der Award steht unter der Schirmherrschaft der Stadt Frankfurt, Hauptförderer sind die Messe Frankfurt, die Fraport AG sowie die Wirtschaftsinitiative FrankfurtRheinMain e.V. Offizieller Sponsor ist in diesem Jahr die HA Hessen Agentur GmbH. Sie fördert den ersten „Hessischen Nachwuchspreis für Fashion & Design“ mit einem Preisgeld in Höhe von insgesamt 10.000 Euro.

Erstmals gliedert sich die Teilnahme in drei Bereiche: Students, Master Class und Newcomer. Was in den vergangenen zehn Jahren lediglich Modeschülern und Studenten vorbehalten war, wurde nun erweitert: Meisterschüler und Newcomer mit eigenem Label, sowie Alumni und Finalisten vergangener FRANKfurtstyleawards dürfen ebenfalls teilnehmen, und das ohne Altersbeschränkung. Das Leitthema ist in diesem Jahr „Heimat 4.0“. Aufgabe an die Jung-Designer war es, den Begriff buchstäblich neu einzukleiden. Offizielle Botschafterin ist dieses Mal die Sängerin und Songwriterin Cindy Gomez, die mit einem Liveact die Shows an den Runways begleitet und die feierliche Award-Ceremony mit einem musikalischen Intro eröffnet. Den Ehrenvorsitz der Finale-Jury hat die französische Fashion-Ikone und Designer-Legende Chantal Thomass.

Das Plakatmotiv stammt übrigens von FRANKfurtstyleaward-Teilnehmerin Eva Ruthe. Die 28-Jährige besucht das sechste Semester der Modeschule Kehler in Mannheim und ist im Herbst staatlich anerkannte Modedesignerin. Ihr Entwurf mit dem Titel: „planet earth is our home. There is no planet B.“ wurde als KeyVisual für die Plakate der Veranstaltung ausgewählt. Nach Ansicht der Jury bringt Eva Ruthe damit auf den Punkt, was Heimat in Zeiten der Globalisierung bedeutet. Denn in einer globalen Welt ist das Gefühl

von Heimat mehr als die eigenen vier Wände, die eigene Stadt oder das eigene Land – es geht um die Erde, unseren Heimatplaneten, und dieser muss bewahrt und gerettet werden. Darüber seien sich die jungen Modeschaffenden rund um den Globus einig. Daher sollte Heimat neu definiert werden: „Heimat, jeder kennt das Wort. Es ist unsterblich. Wir sehnen uns nach Heimat. Heimat ist mehr als ein Ort. Ein Gefühl. Eine Erinnerung“, sagt Eva Ruthe über ihren Entwurf.

### GEWINNSPIEL

Wir verlosen 5 x 2 Ehrenkarten für das Finale des FRANKfurtstyleaward am 29.6.2019 auf dem Frankfurter Messegelände (darin enthalten: eine persönliche Einladung zum Get-Together und After-Show-Event mit Cindy Gomez sowie Eintrittskarten für die Tendence, gültig an allen Messetagen)

Wenn Sie gewinnen möchten, schreiben Sie eine E-Mail mit dem Betreff MODE an: [mainfeeling@rmm.de](mailto:mainfeeling@rmm.de).

Bitte geben Sie Ihren Namen, Ihre Adresse und Ihre Telefonnummer an.

Teilnahmeschluss ist am 25. Juni 2019. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.



Foto: Veranstalter

## „HEIMAT IST MEHR ALS EIN ORT“



**WAS HAT SIE DAZU BEWOGEN, AM FRANKFURTSTYLEAWARD TEILZUNEHMEN?** Das Thema hat mich angesprochen, denn es ist sehr aktuell und beinhaltet meiner Meinung nach eine der großen Fragen der heutigen Zeit, nämlich wie bedeutsam und zerbrechlich gleichermaßen Heimat sein kann.

**BITTE BESCHREIBEN SIE IHREN ANSATZ/STIL?** Mein Stil ist geprägt von historischen und kulturellen Einflüssen, die ich miteinander kombiniere. Außerdem empfinde ich es als sehr wichtig, traditionelle Muster und Handwerkskunst wertzuschätzen und mit neuem Design und technologischem Fortschritt zu verbinden, um so einen Übergang vom Gestern ins Morgen zu schaffen.

**WELCHE THEMEN PRÄGEN SIE/IHREN STIL?** Kreativ zu sein, etwas zu schaffen, das zuvor nicht da war und eine Geschichte erzählt, das hat mich schon früh begeistert. Es macht große Freude, wenn man nach arbeitsintensiver Zeit ein selbst angefertigtes Kleidungsstück in den Händen hält. Leider vergessen wir heutzutage gerne, wie aufwendig so ein Herstellungsprozess ist. Ich denke, wir nehmen Ressourcen als zu selbstverständlich und unerschöpflich gegeben hin. Altkleiderberge und Plastikmüll in Flüssen, Erde und Meeren zeigen uns eigentlich, dass unser Konsumverhalten schon lange nicht mehr gesund ist.

**DAS THEMA DES DIESJÄHRIGEN FRANKFURTSTYLEAWARD IST „HEIMAT 4.0“. WAS VERSTEHEN SIE DARUNTER?** Eine möglichst interkulturelle Interpretation des Heimatbegriffs erschien mir zeitgemäß. Die Globalisierung ermög-

licht uns einerseits die ganze Welt zu bereisen, andererseits gibt es immer mehr Menschen, die ihre Heimat verlassen müssen, weil sie nicht sicher ist oder ihnen keine Zukunftsperspektive bietet. Diese vielen Schicksale sind sehr komplex. Was sie aber alle miteinander verbindet, ist dieser Planet. Das klingt vielleicht sehr kurz gefasst, aber impliziert auch die Botschaft, dass jeder Mensch das Recht auf ein gutes Leben auf dieser Erde hat. Gleichzeitig verbirgt sich darin die Verantwortung, wertschätzend mit ihr umzugehen. Leider leben wir immer noch so, als hätten wir einen Planeten „B“.

**WAS BEDEUTET „HEIMAT“ FÜR SIE?** Für mich ganz persönlich ist meine Familie meine Heimat. Ich hatte eine ebenso behütete wie freie, wilde Kindheit. Unseren Eltern war es wichtig, uns einen stabilen „Sockel“ zu geben und uns gleichzeitig zu ermutigen, unsere eigenen Träume zu leben. Dieses Gefühl im Hinterkopf zu haben, ist wie eine Heimat.

**WIE LÄSST SICH „HEIMAT“ IN MODE UND DESIGN AUSDRÜCKEN?** Vieles, was wir mit Heimat verbinden, hat mit unseren Wurzeln und unserem kulturellen Ursprung zu tun. Deswegen habe ich mich in meinem Design für das Modell folkloristischer Accessoires aus der ganzen Welt bedient und diese in einen Kopfschmuck umgesetzt.

**WELCHE ROLLE SPIELT DAS THEMA NACHHALTIGKEIT FÜR SIE?** Das Trenddiktat der Mode setzt Konsumenten unter Druck: Wenn sie smart und up-to-date wirken möchten, müssen sie sich auch so kleiden. Sie müssen mit dem Trend gehen. Außerdem wollen wir uns von Zeit zu Zeit frisch und neu fühlen, Vergangenes überwinden. Am Anfang einer Veränderung steht oft eine neue Frisur. Vermutlich haben wir dann das Gefühl, schon den ersten Schritt gemacht zu haben. In unserer leistungsorientierten Gesellschaft ist es schwer sich davon zu emanzipieren. Deshalb müssen wir ver-

ändern, wie wir Kleidung produzieren und woher die Ressourcen dafür stammen und diese Prozesse transparenter machen.

**WELCHE THEMEN WERDEN IN DER MODE IN ZUKUNFT WICHTIG?** Wir sollten unseren Konsum „ausbremsen“ und genauer überlegen, was wir kaufen und ob wir es wirklich brauchen. Außerdem sind die Arbeitsbedingungen in der Textilindustrie nicht tolerierbar. Unternehmen werden sich in Zukunft mehr zu erklären haben, wenn sie unter schlechten Arbeitsbedingungen produzieren. Die erforderliche Transparenz dafür müssen die Konsumenten verlangen. Um Ressourcen länger zu nutzen, brauchen wir mehr Kreislaufwirtschaften, Secondhandläden und Tauschbörsen. Im Idealfall ist der Lebenszyklus eines Produkts nicht vorbei, sobald der Konsument es nicht mehr trägt. Warum die verwendeten Rohstoffe und die investierte Arbeitskraft einfach wegwerfen?

**GEMEINHIN GELTEN DIE DEUTSCHEN ALS MODEMUFFEL. WARUM? EMPFINDEN SIE DAS EBENSO?** Tatsächlich erlebe ich oft eine Mischung aus pragmatischer Suche nach Funktionalität und stilistischer Unsicherheit. Aber das ist sehr unterschiedlich und es gibt gerade in den Städten sehr mutige modische Erscheinungen.

**JUNGE LEUTE SETZEN VERSTÄRKT AUF KLEIDERTAUSCHBÖRSEN, STATT NEU ZU KAUFEN. ANSTELLE VON „FAST FASHION“ TRITT WIEDER QUALITÄTSDIENST SEIN. WIE BEWERTEN SIE SOLCHE TRENDS?** Ich halte solche Trends für sehr unterstützenswert. Sie können außerdem eine Sogwirkung entwickeln, die große Unternehmen zum Umdenken zwingt.

**WO UND WIE FINDEN SIE INSPIRATION?** Sowohl in der Natur, als auch im Theater. Manchmal reicht es auch, sich einfach in ein Café zu setzen und die Menschen zu beobachten.

Foto: Privat