



GENUS



10 Euro



KOTLINE A YOUNG TAKE ON BERLIN FASHION

N° 6 SOMMER 2026

GENUG!

FASHION JOURNALISM & COMMUNICATION STUDIEREN

LEBE DEINEN TRAUM!

JETZT BEWERBEN!
ALLE INFOS UNTER DEM QR-CODE



Etwas Analoges digital zu machen, ist nichts Außergewöhnliches. Aus Büchern werden E-Books, aus Zeitungen Websites, CDs werden zu Spotify Playlists und Telefonate zu Sprachnachrichten. Wir sind so sehr digital, dass unsere Generation mittlerweile dafür bekannt ist, Angst vor Telefonaten zu haben – vor realen Gesprächen also. Lieber schreiben wir schnell eine Nachricht oder schicken eine fünfminütige Sprachnachricht, die auf doppelter Geschwindigkeit abgespielt werden kann.

Wir scrollen durch TikToks und Instagram Reels, scrollen und scrollen immer schneller und schneller: Hören, sehen, gesehen werden, um jeden Preis dabei sein. Immer neue Eindrücke prasseln auf uns ein. Schönheitsideale zum Beispiel für die sich Männer Fettwegspritzen ins Gesicht stechen (»Looks To the MAXX«, S. 48). Neue KIs kommen auf den Markt, ChatGPT ist jedermanns neue*r beste*r Freund*in. Denn wer löst sonst alle noch so kleinen Alltagsprobleme für uns? Der Lärm hört nie auf. Wir sind chronisch online.

Aber kann man Digitales auch wieder analogisieren? Denn wir haben irgendwie genug! Zwischen all der Künstlichkeit sehnen wir uns nach echter Nähe – Beziehungen zu echten Menschen, die keine Social Media Standards erfüllen müssen, sondern uns einfach guttun. (»Tatsächlich Liebe«, S. 66)

In unseren Redaktionssitzungen zu dieser Ausgabe haben wir uns über das konstante Online-sein gemeinsam den Kopf zerbrochen. Wir waren überzeugt, irgendwann wird es allen zu viel – so hilfreich digitale Tools auch sein mögen. Dass sie sich so fundamental und fast unwiderruflich in unseren Alltag integriert haben, ist schon fast beängstigend. Wir sind auf sie angewiesen, fühlen uns ohne unser Handy fast nackt. Das wollen wir nicht mehr. (»Eine Woche ohne Handy«, S. 104)

Wir widmen diese sechste HOTLINE-Ausgabe dem Konflikt zwischen Online- und Offline-Welten, weil wir mit diesen Gedanken nicht allein sind. Der Wunsch nach einem Leben offline ist paradoxerweise zu einem Trend auf Social Media geworden. Schon komisch, wie digitale Abstinenz beworben werden kann, wenn Social Media selbst als Promotionstool der analogen Bewegung dient. Widersprüchlichkeit sind wir bekanntlich aus den Sozialen Medien gewohnt.

Aber egal, ob wir uns nun dem hardcore digital Detox hingeben, wieder anfangen Bahnfahrpläne zu lesen, uns mit analogen Straßenkarten den Weg weisen, MP3Player und Kassetten auspacken, und ein Tastenhandy kaufen. Oder ob wir einfach nur Gefallen daran finden, auch mal zehn Minuten ohne Dauerbeschallung auszukommen und das Buch weiterlesen, das wir schon vor zwei Jahren auslesen wollten – eins wurde uns bei der Arbeit an dieser Ausgabe deutlich: Irgendwann reicht es auch mal. Schluss. Aus. Genug! 

Wir wünschen euch viel Freude beim Lesen. Vielleicht ist diese Ausgabe der Anfang eurer analogen Entdeckungsreise.

Emilia und eure **HOTLINE** -Redaktion



KOTLINE COVER 1

Creative Direction, Production, Styling
Hannah Klinger
Production, Styling Lisa Kautz
Photography La Miks
Makeup Emina Cviko
Hair Vera Krause
Models Anna Tuyet,
Ly Le von IZAIO Management



KOTLINE COVER 2

Photography
Oskar Ott
Model
Anastasiia Kalivoshko
Creative Production
Lisa Kautz
Styling
Lisa Kautz
Hannah Klinger
Make up
Lisa my do
Make Up Assistance
& Hair
Coco Bibiana Weber
Styling Assistance
Kim Grütt
Location
Kreativstadt
Weißensee
Coat
Laura Obst



KOTLINE COVER 3
Creative Direction & Styling
Olivia Bansah
Fotograf
Matthies Otto
HAIR & MAKE-UP
Lucas Oster
Styling Assistant
Lea Shayenne Skoric
Assistant
Jasmin Helder
Models/ Talent
Victor Bass
Tyron Tesfaye (Modelwerk)
Laurin Bunckenburg



KOTLINE COVER 4
Creative Direction & Styling
Lena Krempler
Sophie Edlmann
Fotograf
Philipp Lehner
Fotograf Assistant
Moritz Lenzeder
Styling Assistant
Nina Heger
Hair & Make-Up
Anja Schafleitner
Models
Iva Strecker
Ellen Kramberger



KOTLINE COVER 5
Creative Direktion & Styling
Luis Schöll & Heidi Rauch
Fotograf
Eric Terrey
Hair and make up
Mai Anh Rudolph
Talent
Andrea Guo
Represented by
OHEY Artist Managment
Foto Assistent
David Jäger
Styling assistants
Betty Meißner
Greta Köpsel
Josh Hutzl

KOTLINE COVER 6
Styling & Creative Direction
Luisa Sophia Randazzo
Fotograf
Kerstin Jacobsen
Hair & Make Up
Lucas Oster
Look
Jean Gritsfeldt
Retouch and assistant
Mariia Korneva



INHALT

7 Editorial

10 Discovering
Berlin Brands
Vier upcoming Berliner Designer*innen
im Interview

20 Under Your Skin
Fashion Editorial

29 Aaron Maldonado
Morales
Über seinen Weg zum Schauspiel,
emotionale Ups and Downs und die
realen Hürden des Lebens

34 Media we have
consumed
Wertvolle Alternativen zum
Doomscrolling

26 Liminal Space
Fashion Editorial

42 Blake Abbie
Chefredakteur des *A Magazine Curated*
By übers Magazinmachen und die
Bedeutung neuer Perspektiven

48 Looks to the Maxx
Für das perfekte Aussehen ist
Männern kein Risiko zu groß



It's not the mountains we
conquer... → S. 96



Andrea Guo – Mehr als eine Rolle → S. 52



Nachwuchsdesigner*innen präsentiert
von *Berlin Curated* → S. 68



DJ EGOSHOOTER10000 → S. 106

52 Mehr als eine Rolle
Andrea Guo über ihre Nebenrolle in
Maxton Hall und das Großwerden
ohne Vorbilder

58 Ausgebeutet im Namen
der Leidenschaft
Zwischen Existenzangst und Glamour:
Unbezahlte Arbeit als Bedingung der
Modebranche

64 Hot Mess
Ich bin 21 und hatte noch nie eine
Beziehung – Eine persönliche
Geschichte über Liebe, Dating und
gesellschaftlichen Druck

66 Tatsächlich Liebe
Wie Social Media unrealistische
Beziehungsstandards setzt und
Zweifel streut

68 Berlin Curated
Die Bühne für den Designer*innen-
Nachwuchs

76 Nihilisten sind Schisser
Mode studieren inmitten der Krise

80 Mid 20s
Fashion Editorial

Fotos © Paula Fröling / Maja Sander / Matthias Otto

EINE WOCHE OHNE HANDY → S. 104



Fotos © Philipp Lehner / Eric Terrey / Pauline Barke

86 Mode x Nachhaltigkeit
Style mit Substanz – Drei Brands zeigen,
dass gutes Design auch nachhaltig
sein kann

94 Männerhass ist nicht
das Problem
Patriarchale Strukturen: Zwischen
Frauenhass, *not all men* und der
Stärke weiblicher Wut

96 It's not the mountain we
conquer, but ourselves
Fashion Editorial

104 Eine Woche ohne Handy
Ohne Bildschirm sieht die Welt
plötzlich ganz anders aus

106 Aussehen zieht an,
Musik hält fest
Mit DJ EGOSHOOTER10000
bis zum Gig

110 Contributors
Die Hotline-Redaktion und wovon
wir genug haben

112 Impressum



Mid 20s → S. 80



RAUFASER fokussiert sich auf zeitlose, hochwertige Pieces

Look aus der Kollektion *Contraargumentum* von KOLYA BOGATYREV

Aus der Kollektion *Echoes of Tomorrow* von ALEKSANDER KUDRISCHOW: Schwarze Lederjacke aus einem Stück Leder, das durch Einschnitte und Twists eine kunstvolle Struktur erhält



© Lion Busch, Model Pia Ulrich

Look aus der Masterkollektion von LION BUSCH

DISCOVERING BERLIN BRANDS

Fotos © Kolya Bogatyrev / Charlotte Zils / Niklas Haze

Discovering Berlin Brands ist unser kuratierter Blick auf die spannendsten Marken der Hauptstadt. Für alle, die wissen wollen, welche Designer*innen heute prägen, was morgen Stil und Relevanz hat. Dieses Mal KOLYA BOGATYREV, RAUFASER, ALEKSANDER KUDRISCHOW und LION BUSCH. Von Paula Fröling, Maxine Schall, Luis Schöll, Lena Krempler

Look aus der Kollektion
CONTRAARGUMENTUM

KOLYA BOGATYREV

arbeitet ausschließlich mit bereits existierenden Materialien und hinterfragt damit die linearen Produktionslogiken der Branche. Die aktuelle Kollektion Contraargumentum präsentierte die Brand während der Berlin Fashion Week in einem Secondhand-Store.

Von Luis Schöll

Deine aktuelle Kollektion CONTRA-ARGUMENTUM wurde während der Berlin Fashion Week gezeigt. Was war der Ausgangspunkt für diese Arbeit?

Ich wollte die Logik von Wegwerfmentalität und Geschwindigkeit hinterfragen, die Mode heute dominiert. Mit bereits existierenden Kleidungsstücken zu arbeiten, war mir wichtig, weil sie bereits Erinnerung, Struktur und Geschichte in sich tragen. Die Kollektion wurde zu einem Dialog zwischen dem, was bereits existiert hat, und dem, was noch entstehen kann.

Du hast deine Kollektion in einem Secondhand-Store präsentiert. Welche Rolle spielt der Raum für deine Arbeit?

Der Raum ist nie neutral. Die Präsentation in einem Secondhand-Store hat die Kleidung zurück in den Kreislauf gebracht, aus dem sie stammt. Dadurch wurde die Distanz aufge-

hoben und das Konzept unmittelbarer. Ich bevorzuge Räume, die mit der Kleidung sprechen, statt sie nur zu rahmen.

Wie würdest du deine Brand jemandem beschreiben, der sie zum ersten Mal sieht?

Ich erwarte kein vollständiges Verständnis. Mode sollte Raum für Interpretation lassen. Wenn alles sofort klar ist, verschwindet es oft genauso schnell wieder. Ich würde die Brand als ein System der Transformation beschreiben – in dem aussortierte Materialien, Schneiderei und Emotion aufeinandertreffen und etwas Ehrliches und Zeitgenössisches formen.

Deine Arbeiten wirken oft wie Zwischenzustände: weder fertig noch klassisch „kaputt“. Was interessiert dich an diesem Moment dazwischen?

Dieser Zwischenzustand fühlt sich für mich lebendig an. Perfektion kann statisch sein, aber Übergänge enthalten Energie. Mich interessieren Kleidungsstücke, die so wirken, als würden sie noch zu sich selbst werden. Diese Spannung spiegelt auch wider, wie Menschen leben.

Du arbeitest mit Materialien, die bereits eine Vergangenheit haben. Geht es dir dabei mehr um Transformation oder um Konfrontation mit dem, was schon da ist?

Beides. Transformation ohne Ehrlichkeit wird zur Dekoration. Ich muss das Material zuerst so akzeptieren, wie es ist – mit seinen Beschädigungen, seiner Geschichte und seinen Grenzen. Erst dann kann etwas entstehen, das wirklich Bedeutung hat.

Berlin gilt als wichtiger Ort für junge Brands. Welche Rolle spielt die Stadt für dich?

Berlin bietet Raum, Freiheit und Reibung. Sie verlangt nicht sofort Perfektion, sondern erlaubt Experimente. Das ist für unabhängige Designer sehr wertvoll.

Nachhaltigkeit ist bei dir kein Trend, sondern Grundlage. Was stört dich an der aktuellen Kommunikation darüber in der Mode?

Oft wird Nachhaltigkeit als Image inszeniert und nicht als Struktur verstanden. Sie wird zur Marketing-Sprache. Echte Nachhaltigkeit müsste Beschaffung, Produktion, Konsum und Begehren verändern. Sie muss im System verankert sein, nicht nur darübergelegt werden.

Deine Arbeiten geben keine klaren Antworten. Wie wichtig ist es dir, dass Mode auch missverstanden werden kann?

Sehr wichtig. Missverständnisse bedeuten, dass noch etwas zu entdecken ist. Ich möchte keine eindimensionalen Bilder produzieren. Mehrdeutigkeit kann eine längere Beziehung zur Arbeit schaffen.

Was ist aktuell für dich noch ungelöst?

Die Frage nach Skalierung. Ich kenne die Philosophie und die Richtung, aber ich erforsche noch, wie weit sich das System entwickeln kann, ohne Intimität und Integrität zu verlieren. Das beschäftigt mich gerade sehr.

Fotos © Kolya Bogatyrev

Look aus der Kollektion
CONTRAARGUMENTUM

RAUFASER

bewegt sich zwischen Mode und Kunst. Im Interview spricht Lennart Kuss über die bewusste Entscheidung für die Farbe Schwarz, die Nähe zur Kunst und darüber, wie beide Szenen stärker zusammenfinden können.

Von Lena Krempler



Heavy Cotton Hoodie –
production on demand

Fotos © Raufaser

Erzähl mir von den Beweggründen für die Gründung von Raufaser. Raufaser ist aus einem Blick nach innen entstanden. Ich habe mein eigenes Kaufverhalten beobachtet und mich gefragt, wie ich mich eigentlich kleiden will – welche Silhouette ich zeigen möchte, welches Gefühl Kleidung vermitteln soll. Die Antwort war schnell klar: Ich finde diese Kleidung so bisher nirgends. Aus dieser Lücke heraus entstand der Impuls, es selbst zu machen.

Wer an Berlin denkt, hat schnell komplett schwarze Looks vor Augen. Habt ihr keine Angst, nur eine weitere Brand mit schwarzen Teilen zu sein?

Es ist wichtig, dass man sich selbst und seine eigenen Produkte kontinuierlich hinterfragt. Für mich ist entscheidend, wie sich ein Kleidungsstück über die Zeit verhält. Es gibt Phasen, in denen ich die Teile kaum trage – und dann wieder Momente, in denen ich genau zu diesen zurückkehre und merke, wie gut sie sich anfühlen. Solange dieses Wiederentdecken passiert, hat das Produkt seine Relevanz.

Wollt ihr immer nur Schwarz anbieten?

Schwarz ist eine bewusste Entscheidung. Es lenkt den Fokus auf Silhouette, Material und vor allem auf die Person selbst – das Gesicht und die Individualität möchten wir dadurch stärker hervorheben.

Was bedeutet euch die Teilnahme an Fashion Positions, dem Berliner Präsentationsformat, das Mode und Kunst in einen einzigartigen Dialog bringen soll?

Für mich ist die Schnittstelle zwischen Mode und Kunst die wichtigste Inspirationsquelle. Beides sind Ausdrucksformen mit ständigem Bezug zur sozialen und politischen Situation. Es sind zwei Ausdrucksformen, die voneinander lernen können. Der Dialog zwischen ihnen ist für uns nicht nur Inspiration, sondern ein zentraler Bestandteil dessen, was Raufaser ausmacht. Fashion Positions hat genau diesen Dialog zwischen kunstaffinem Publikum und einem modischen Kontext ermöglicht: ein Aufeinandertreffen von Perspektiven, die sonst oft getrennt bleiben. Gerade dieser Austausch hat uns neue Blickwinkel eröffnet.

Was war die Message eurer Installation?

Wir wollten Mode als Skulptur zeigen – losgelöst von ihrem ursprünglichen Kontext. Monoblockstühle dienten als Kontrast zum Luxusgedanken und als Symbol für Gemeinschaft. Durch die Spiegelwand im Hintergrund wurden die Besucher*innen selbst Teil der Installation, da für uns immer der Austausch mit den Menschen im Vordergrund steht. Es heißt für uns offen zu sein für Kollaborationen, wie mit Künstler*innen, aber auch zu schauen, was wollen die Leute? Und das Feedback dann ernst nehmen.



Heavy Cotton
Sweater & Pants
aus der serie-
Kollektion

Wie wurden die Skulpturen angefertigt?

Wir haben mit einem Crash-Test-Dummy gearbeitet, den wir mit Frischhaltefolie vorbereitet haben, um ihn später wiederverwenden zu können. Die Kleidungsstücke – aus reiner Baumwolle – wurden mit Epoxidharz getränkt und direkt am Körper des Dummys geformt. Während des Trocknens verhärtete sich das Material. Danach begann der anstrengende Teil, den Dummy aus dem gehärteten Kleidungsstück zu lösen, ein sehr aufwendiger aber umso spannenderer Prozess.

Was sind eure wichtigsten Takeaways?

Besonders spannend war zu sehen, wie stark die Materialität wahrgenommen wurde – dieser Kontrast zwischen einem ursprünglich weichen, fließenden Stoff und seiner skulpturalen Verhärtung. Gleichzeitig haben sich durch Fashion Positions konkrete Möglichkeiten ergeben: Kooperationen, Ausstellungen, neue Kontexte. Dinge, die ohne diese Plattform kaum entstanden wären.

ALEKSANDER KUDRISCHOW

träumt nicht von der großen Modewelt, sondern von einem kleinen Label. Im Interview erklärt er, warum er bewusst gegen den Wachstumsdruck der Branche arbeitet – und weshalb in einem einzigen Kleidungsstück bis zu 80 Stunden Handarbeit stecken.

Von Paula Fröling

Old Boy: Körper und Kleidung treten durch außergewöhnliche Proportionen in einen neuen Dialog

Fotos © Charlotte Zils @charlyjpeg

Wie bist du zu Modedesign gekommen?

Ich bin nicht den klassischen Weg gegangen und hatte auch nie den Kindheitstraum, irgendwann Designer zu werden.

Ursprünglich habe ich Kunstgeschichte studiert. Dabei ist mir schnell aufgefallen, dass mir der praktische Teil fehlt. Meine Interessen haben sich immer mehr erweitert und irgendwann bin ich beim Modedesign gelandet – für mich der perfekte Schnittpunkt zwischen Handwerk und Kunst.

Deine Designs spielen bewusst mit Proportionen: Hosensbund auf Brusthöhe, übergroße Jacken oder tief ausgeschnittene Hemdenkragen. Ist das ein Experiment oder einfach dein Blick auf den Körper?

Der Dialog zwischen Kleidung und Körper interessiert mich besonders. Deshalb verschiebe ich bewusst Proportionen, um zu sehen, wie sich dieser Dialog verändert – vor allem dann, wenn der Körper durch die neuen Proportionen sogar eingeschränkt wird. Genau da wird es für mich spannend. In meiner Kollektion „Old Boys“ geht es um das Heranwachsen einer männlichen Person. An der Bundhöhe einer Hose kann man oft das Alter ablesen: Bei Babys existiert sie kaum, bei Jugendlichen sitzt sie tief und bei alten Männern rutscht sie immer höher. Wie viel so ein kleines Detail über Menschen erzählen kann, hat für mich auch etwas Humoristisches – und genau das liebe ich an Mode.

Wie wichtig ist dir Tragbarkeit bei deinen Designs im Alltag?

Anfangs war mir Tragbarkeit extrem wichtig. Momentan versuche ich aber, aus diesem Käfig auszubrechen und besondere Show-Off-Pieces zu kreieren. Gleichzeitig liegt das eigentliche Genie für mich darin, etwas Tragbares zu entwerfen, das am Körper trotzdem ungewöhnlich wirkt.

Du warst einer der Teilnehmer von Fashion x Craft, einem Projekt, das sich auf die Weitergabe traditioneller Handwerkskunst fokussiert. Hat dieses Projekt deine Designsprache verändert?

Definitiv. Ich bin heute viel stärker auf das Handwerk fokussiert – weniger auf die Technik selbst, sondern vielmehr auf die kulturelle Bedeutung, die damit weitergetragen wird. Es geht nicht mehr nur darum, wie Kleidung aussieht, sondern auch darum, was ein Kleidungsstück durch bestimmte Techniken in sich trägt. Handwerkskunst stirbt langsam aus, deshalb möchte ich sie in meinen Designs bewusster wertschätzen und erhalten.

Für Fashion x Craft hast du ein Kleid entwickelt, an dem du mehr als 80 Stunden gearbeitet hast. Was ist in dieser Zeit passiert?

Bei dem Kleid handelt es sich um ein Korsett Kleid, das eigentlich nur aus einem 30 Meter langen Seidenrechteck besteht. Durch das Verdrehen und Twisten einzelner Seidenstränge – wie beim Korbflechten – habe ich daraus die Form eines Korsetts entwickelt. Ich habe diese Technik mit verschiedenen

Stoffen ausprobiert, aber nur bei Seide hat sich durch unterschiedliche Twiststärken die Dicke der Stränge so stark verändert. Dieses Prinzip habe ich auf das Korsett übertragen: Je enger die Twists, desto schmaler die Taille. So konnte ich allein durch die Spannung und Drehung der Stränge die unterschiedlichen Breiten des Korsetts bestimmen und die klassische Sanduhrform erschaffen. Am meisten Zeit haben allerdings die Handstiche gekostet, die alle Stränge miteinander verbinden.

Gleichzeitig postest du den Prozess auf Social Media, woher das Schnelle und Sofortige belohnt wird. Wie gehst du mit diesem Widerspruch um?

Das Kleid funktioniert auf Social Media tatsächlich sehr gut und hat mir die meisten Follower gebracht – trotzdem steht das kurze Video natürlich in keinem Verhältnis zu diesen 80 Stunden Arbeit. Genau darin liegt eigentlich der Widerspruch: Dass gerade die langwierige, langsame Arbeit dort so viel Aufmerksamkeit bekommt. Vielleicht ist es aber genau das, was die Leute daran fasziniert. Ich finde es schön zu sehen, dass Handwerk wertgeschätzt wird und echtes Interesse daran besteht. Trotzdem möchte ich mich nicht zu sehr auf Social Media versteifen, sondern meinen Fokus lieber auf das Design selbst legen.

Wie sieht deine Zukunft aus?

Den Traum vom großen Label, dessen Kleidung irgendwann jede*r trägt, teile ich nicht. Ich möchte meine Designs machen, damit mein Atelier finanzieren können, und das reicht mir. Ich will kein großes Label aufbauen, bei dem der kommerzielle Zweck im Vordergrund steht. Das ist ähnlich wie bei Social Media: Oft geht es nur noch um Zahlen und immer weniger um das eigentliche Design und die Kunst dahinter.

Just Cups: Die Espressotasse für den Körper



LION BUSCH

denkt Mode nicht in Kollektionen, sondern in experimentellen, künstlerischen Prozessen. Der Hamburger verbindet als ausgebildeter Designingenieur und Absolvent eines Masterstudiums in Modedesign in Berlin technische Präzision und Nachhaltigkeit mit einem spielerischen Zugang.

Von Maxine Schall

© Lion Busch, Model Pia Ulrich



Mesh Body
& Latex Skirt
aus Lions
Masterkol-
lektion



Wenn man dich und deinen Designansatz noch nicht kennt: Wie würdest du deine Mode beschreiben?

Das ist immer schwierig. Erstmal mache ich hauptsächlich Womenswear – klar, jeder kann es tragen, aber ich finde diese Kategorie teilweise spannender und vielseitiger. Ich würde meine Mode als verspielt, aber gleichzeitig elegant beschreiben. Auf jeden Fall mit einem Fokus auf Tragbarkeit. Und dennoch ist mein Approach irgendwie sehr künstlerisch: Ich bin nicht der Typ Designer, der sich hinsetzt und eine Skizze macht und diese dann einfach umsetzt. Ich arbeite mich eher über den Prozess und das Ausprobieren – gerne auch in anderen Kunstformen – an ein Design heran.

Was bedeutet das konkret?

Wenn ich mit Prints arbeite, zeichne ich die oft selbst oder arbeite mit Künstlern zusammen. Früher habe ich viel mit Färbetechniken experimentiert. Dann habe ich mal bei einem Look versucht Formen wie beim Töpfern aufzubauen. Ich gehe da manchmal bewusst einen Schritt weg von klassischer Mode und komme dann später wieder zurück zum Kleidungsstück als Endprodukt.

Du hast einen Bachelor als Designingenieur. Spiegelt sich das in deiner Arbeit wider?

Ja, das würde ich schon sagen. Dadurch, dass es ein Bachelor of Science war, hatte es eine technischere Ausrichtung als klassische Modehochschulen. Es war aber trotzdem ein Modedesignstudium. Wir hatten eine große Bandbreite an technischen Fächern wie Textilchemie, Faden- und Flächentechnologie oder CAD-Technik. Ich habe dadurch besonders gelernt, effizient und industrieorientiert zu designen und zu arbeiten. Ich kann dadurch smarte Schnitte entwickeln, technisch zeichnen, Dinge gut reproduzierbar machen und auch vermarkten.

Wo findest du deine Inspiration?

Mein Anspruch ist es erstmal, etwas Schönes und Künstlerisches zu machen. Meine Inspiration kommt eigentlich von überall und nirgendwo: Manchmal ist es ein Stoff, eine Form oder Textur, die ich spannend finde und die ich dann versuche, in ein tragbares Kleidungsstück zu übersetzen. Manchmal ein Gemälde, eine Kunst- oder Handwerksform, die mich reizt.

Ein wiederkehrendes Element bei dir ist die Modularität – woher kommt das?

Teilweise Zufall tatsächlich. Bei der Modularität steckt schon die Idee dahinter, der Kleidung mehr Eigenständigkeit und dem Träger mehr Kontrolle zu geben. Körper sind unterschiedlich – warum sollte Kleidung dann immer statisch sein? Gleichzeitig war auch die Frage wichtig, wie ich meine Entwürfe zugänglicher oder vielleicht sogar skalierbarer denken kann. Ich arbeite viel mit Druckknöpfen, sodass man Teile verändern und kombinieren kann. Diese Flexibilität finde ich spannend, sowohl für mich als auch für die Leute, die es tragen.

Was ist aktuell dein Ziel, willst du dir eine Marke aufbauen?

Das schwankt ehrlich gesagt. Nach meinem Bachelorabschluss hatte ich schnell Anfragen von ein paar Stores hier in Berlin. Aber das ist besonders für junge Labels, die selbst und in sehr kleinen Mengen produzieren, wenig profitabel. Besonders, wenn man auf Kommissionsbasis verkauft. Ich habe mich dann erstmal davon distanziert. Ich konnte mir auch immer gut vorstellen, als Creative Director oder Designer für eine andere Brand zu arbeiten, weil die konzeptionelle Arbeit schon sehr mein Ding ist. Aber inzwischen habe ich wieder Lust, das Ganze mit der eigenen Marke professioneller anzugehen. Kleine Schritte, einzelne Pieces produzieren, vermarkten und schauen, wie sich das entwickelt.

Wie nimmst du Berlin als Modestadt wahr?

Global gesehen ist Berlin aktuell vielleicht noch nicht 'the place to be'. Aber für mich als kleines Label ist es perfekt. Es ist überschaubar und die Infrastruktur ist gut. Ich hole meine Fabrics auf dem Stoffmarkt in Neukölln, arbeite viel mit Second-Hand-Stoffen oder Upcycling. Da kann man sich in Berlin mit wenig Budget schon viel aufbauen. Es gibt hier viele Möglichkeiten in der Kreativszene, die trotz ihrer Vielfalt überschaubar und zugänglich bleiben.



Under your skin



PHOTOGRAPHY
OSKAR OTT

MODEL
ANASTASIIA KALIVOSHO

CREATIVE DIRECTION
PRODUCTION
STYLING
LISA KAUTZ

STYLING
LISA KAUTZ
HANNAH KLINGER

MAKE UP
LISA MY DO

MAKE UP ASSISTANCE
& HAIR
COCO BIBIANA WEBER

STYLING ASSISTANCE
KIM GRÜTT

LOCATION
KREATIVSTADT
WEISSENSEE

Coat
Laura Obst





Dress
Tarik Cosar



Skirt, Corset & Blazer
Tarik Cosar



Top & skirt
Antonia Heinz



Shorts & Top
Ricky Bob Schroeder



»Ich habe oft im Trailer geweint, weil ich so überfordert mit der Situation war.«

Seit 2023 ist AARON MALDONADO MORALES Teil der deutschen Schauspielbranche und so wie viele vor ihm hatte auch er mit den Hürden zu kämpfen, denen viele Nachwuchsschauspieler am Anfang ihrer Karriere begegnen. Im Interview spricht Aaron über seinen Weg aus dem Castingzimmer auf die große Kinoleinwand und welche Ereignisse ihn dabei prägten.

Von Luisa Sophia Randazzo

Aaron, du bist nun seit 3 Jahren in der Schauspielbranche tätig und hast für die kurze Zeit schon bei vielen renommierten Produktionen mitgewirkt. Wie kamst du zur Schauspielerei?

Ich hatte gar kein Interesse daran, Schauspieler zu werden, sondern habe schon immer einfach gemacht, was sich ergeben hat. Und als ich einen Abend im Gym war, um für meine Kickbox-Meisterschaft zu trainieren, habe ich gesehen, dass mir ein Mädchen geschrieben hat, die damals in meiner Grundschulklasse war. Scheinbar ist ein Streetcaster zu ihr an die Schule gekommen, um dort in der Musical-AG nach Talenten zu scouten. Er war zu früh dran und hat sich draußen auf eine Bank gesetzt. Zum selben Zeitpunkt hat sie gerade ihren Unterricht geschwänzt und hat sich ebenfalls auf die Bank gesetzt – und nur weil die beiden dort saßen, sind sie ins Gespräch gekommen. Er hat ihr von seinem Projekt erzählt und von seiner Vision für die Rolle Sanchez. (Anmerkung der Redaktion: Im Film „Sonne und Beton“, 2023). Die Person sollte im besten Fall Kubaner sein. Und obwohl wir damals nur ein Jahr lang in dieselbe Klasse gegangen sind, hat sie sich an mich erinnert und ihm meinen Namen genannt. Überleg mal, wie viele Zufälle zusammengekommen sind.

Glaubst du, es war Schicksal und musste so kommen?

Ja. Ich glaube schon. Vor allem, wenn ich auf den Castingprozess zurückgucke. Ich kam dort an – Aaron 2019, 17 Jahre alt, richtig niedlich, völlig unerfahren, komplett verschwitzt von meinem Tellerwäscher-Job – und mir wird gesagt, dass ich gleich rein muss und dort Produzent, Regisseur und Caster auf mich warten. Ich dachte nur: Was? Vor allem wusste ich gar nicht, was mich erwartet. Das erste Casting war noch ohne Text. Ich musste alles improvisieren. Mir wurden Situationen genannt, auf die ich dann reagieren sollte. Insgesamt wurden über 5.000 Männer deutschlandweit für meine Rolle gecastet. Und ich habe die Rolle bekommen.

Was denkst du, wieso du es geworden bist?

Der Regisseur des Films, David Wnendt, hat mir im Nachhinein erzählt, dass es eine besondere Sache gab, die mich hat herausstechen lassen – und zwar wurde mir eine Cola-Flasche gegeben und gesagt, ich solle so tun, als ob es ein Bier wäre, und es öffnen. Zu dem Zeitpunkt habe ich immer einen dicken Ring am Mittelfinger getragen. Weil man mir keinen Flaschenöffner

gegeben hat, habe ich die Flasche mit dem Ring geöffnet, und das fand er so cool, dass ich zur nächsten Casting-Runde eingeladen wurde. Dieses Mal mit Text. Meine Schwester hat mir stundenlang beim Üben geholfen. Ich habe ihr gesagt, es sei für ein Schulprojekt.

Du hast es niemandem erzählt? Warum nicht?

Ich wollte nicht, dass es am Ende peinlich wird, wenn ich es nicht schaffe. Du musst dir vorstellen, Schule lief nie gut bei mir. Aber ich wusste immer, dass da irgendetwas ist. Nicht Schule – aber ich wusste, da war irgendetwas in mir. (Fängt an zu lachen) Meine Geschwister waren immer erfolgreich, und ich habe mich gefühlt wie der Typ, bei dem es nie zu laufen schien. Ich hatte gerade entschieden mein Abitur abzubrechen, und es war immer die Frage: Was macht Aaron als Nächstes?

Wie war das für dich, dich selbst auf der Leinwand zu sehen? Hattest du das Gefühl: „Jetzt habe ich es geschafft!“?

Ich fand's maximal cringe. Aber ein wirklich unbeschreiblicher Moment war, als ich mit meiner gesamten Familie bei der Premiere von Sonne und Beton im Publikum saß und ich meine Mutter habe weinen sehen. Nachdem ich das alles ein Jahr lang geheim halten musste, es gab insgesamt 9–11 Castingrunden, war es ein sehr emotionaler Moment für mich. Vor allem, weil ich gar keine Erfahrung hatte. Das, was mich zur Rolle gebracht hat, waren meine Erfahrungen, die ich in meinem Leben gesammelt habe, und was ich dadurch in den Charakter Sanchez mit einfließen lassen konnte.

Mit deiner Rolle in dem Film „Sonne und Beton“ und in der Amazon Prime Serie „Where is Wanda“ hast du es nicht nur auf die große Kinoleinwand geschafft, sondern auch auf eine der begehrtesten Streamingplattformen, gibst du dir diesen Erfolg das Gefühl von Sicherheit?

Ich bin in sehr schlechten finanziellen Verhältnissen aufgewachsen, trotzdem war es ein Haushalt voller Liebe und Unterstützung. Meine Mutter hat mir oft gesagt: „Lieber ziel zum Mond und komm aufs Hochhaus, als aufs Hochhaus zu zielen und im 2. Stock zu landen.“ Und als Sonne und Beton damals herauskam, haben mir alle gratuliert und gesagt, ich hätte es geschafft. Ich sehe es nicht so. Wenn Follower-Zahlen anstiegen, habe ich mich nicht darauf ausgeruht, weil ich weiß, dass diese Sachen genauso schnell wieder gehen können, wie sie gekommen sind. Aber mit der Zeit vergisst man das auch schnell. Man muss sich immer daran erinnern, wo man herkommt. Ge-

»Insgesamt wurden über 5.000 Männer deutschlandweit für meine Rolle gecastet. Und ich habe die Rolle bekommen.«

rade in der Schauspielbranche wirst du sehr verwöhnt. Du wirst auf Events gefahren, am Set abgepudert, und dir wird Kaffee gebracht. Manchmal macht mir das große Angst – man will halt nicht wieder zurück, und im Schauspiel ist man immer davon abhängig, was für Angebote man bekommt, wie hoch dein Marktwert ist. Deswegen muss man es genießen und Erfolgserlebnisse schaffen. Für mich ist es, Dinge zu tun, die ich mir immer gewünscht habe und jetzt machen kann. Meine Mutter finanziell unterstützen. Krasses Erfolgsgefühl.

Was war es für ein Gefühl, als du das erste Mal auf der Straße erkannt wurdest?

Es war eine katastrophale Zeit für mich. Du musst dir vorstellen, dass Sonne und Beton gedreht wurde, als ich 17 Jahre alt war, und erst 2 Jahre später in die Kinos kam. Währenddessen habe ich nicht weiter gespielt, sondern ganz normal gearbeitet. Als ich dann auf der Premiere war, kamen Leute und wollten Fotos mit mir machen und Autogramme haben. Auch wenn mich das sehr verwirrt und überfordert hat, habe ich es trotzdem verstanden, weil es die Premiere des Films war, aber danach, zurück in Kreuzberg, als Leute auf offener Straße auf mich zukamen – das war krass. Ich habe eigentlich nie nein gesagt, abgesehen von einem Mal – ich hatte nach langer Zeit meinen Bruder wiedergesehen. Wir haben ein emotionales Gespräch geführt, waren beide am Weinen, und ein kleiner Junge wollte ein Foto. Ende der Geschichte – er hat mich die ganze Straße runter beleidigt, weil ich nein gesagt habe (beginnt zu lachen). Und man denkt genauer darüber nach, was man teilt. Leute verwenden Bilder von mir, die meine Freunde auf ihrem Account gepostet haben – Bilder, an die ich mich gar nicht mehr erinnern kann, die ich nie auf meinem Handy hatte – und bearbeiten damit Thirst Traps von mir. Ich habe keine Kontrolle.

Gab es in deiner bisherigen Laufbahn bereits einen Moment, in dem du ernsthafte Zweifel hattest, ob die Schauspielerei das Richtige für dich ist?

Ja. Ich kam gerade von Sonne und Beton. Es war mein erstes großes Projekt nach fast 3 Jahren Spielpause, und zuvor war alles immer sehr locker, viel improvisiert und nach Gefühl gespielt. Am neuen Set war es plötzlich das komplette Gegenteil. Du musstest jedes Komma mitsprechen, deine Mimik wurde dir vorgegeben, bestimmte Positionen, die du bei deinen Sätzen einnehmen musstest. Dazu kam noch, dass ich kaum Spielerfahrung hatte und auf einmal von einem richtigen Star-Cast umgeben war. Meine Co-Spielerin war Heike Makatsch. Sie ist



STYLING & CREATIVE DIRECTION
LUISA SOPHIA RANDAZZO

PHOTOGRAPHER
KERSTIN JACOBSEN

HAIR & MAKE UP
LUCAS OSTER

BLAZER UND HOSE
JEAN GRITSFELDT

RETOUCH AND ASSISTENT
MARIIA KORNEVA

»Lieber ziel zum Mond und komm aufs Hochhaus, als aufs Hochhaus zu zielen und im 2. Stock zu landen.«



schon seit Jahren in der Branche und unglaublich talentiert – obwohl das Drehbuch wenig Raum für Improvisation gelassen hat, konnte sie trotzdem innerhalb der vorgegebenen Regeln das Beste rausholen. Das ist etwas, das ich definitiv noch lernen muss: unter schlechten Voraussetzungen das Beste aus einer Szene zu holen und sich innerhalb der statischen Texte freizuspielen. Nicht aufzugeben und einfach zu spielen. Außerdem hatte ich oft das Gefühl, dass ein Stigma auf mir lag. Ich war ein junger Schauspieler, ein bisschen das Ghetto-Kid. Man wird irgendwie behandelt, als wäre man anders. Ich habe oft im Trailer geweint, weil ich so überfordert mit der Situation war.

Du hast also das Gefühl, dass du in der Branche stark auf einen bestimmten Stereotypen eingeschränkt wirst?

Ja. Ich hatte Rollen als Flüchtling, Sportskanone – auch geflüchtet natürlich. Und eigentlich war ich immer Afrikaner. Ich habe auch schon mal eine Rollenanfrage bekommen, in der stand, dass ich nur gebrochenes Deutsch reden sollte. Habe ich direkt abgelehnt. Ich versuche momentan auch da gegenzusteuern. Jetzt zum Beispiel habe ich Rollen, die gar nicht in diese Richtung gehen. In denen meine Rolle nicht schwarz oder weiß sein muss. Das macht mich extrem glücklich.

Wie gehst du mit Phasen um, in denen du keine Rollenangebote bekommst, und wie stark setzt dich die ständige Suche nach neuen Projekten unter Druck?

2024 hatte ich so eine Phase. Ich kam gerade von einem riesigen Run – Sonne und Beton war rausgekommen – ich hatte zwei weitere Projekte abgefilmt, und dann gab es auf einmal ein Jahr lang gar nichts mehr. Ich hatte das Gefühl, all den Erwartungen, die meine Familie nun an mich hatte, nicht mehr gerecht werden zu können. Wenn ich dann zu Castings gegangen bin, war ich sehr desperate, sehr needy und habe mich zu sehr unter Druck gesetzt, wodurch mein Acting nicht authentisch war. Es ging einfach nicht voran. Das war direkt nach dem großen Projekt, in dem ich eh schon gezweifelt habe. Ich dachte wirklich, das sei mein Ende.

Kann man als Nachwuchsschauspieler deiner Erfahrung nach von dem Beruf allein leben oder wie sieht die Realität aus?

Bevor ich mit dem Schauspielen angefangen habe, war mein Lifestyle immer arbeiten, arbeiten, arbeiten. Ich war Barkeeper, Kickbox Trainer, habe Teller gewaschen und mit meiner Mutter nach Ladenschluss Cafés geputzt. Und wenn du dann bei einem großen Film mitspielst, verdienst du mit zwei Drehtagen so

viel, wie dir deine vorherigen Jobs in einem Monat eingebracht haben. Das ist ein riesiges High. Ich dachte, ich bräuchte die Jobs nicht mehr – aber wenn dann eine Periode kommt, in der du nicht gebucht wirst, schrumpft dein Geld immer mehr, immer weiter.

Hast du das Gefühl, dass Talent allein in der deutschen Filmbranche ausreicht, um erfolgreich zu sein, oder spielen andere Faktoren ebenfalls eine Rolle? Welche Rolle spielen Kontakte, Netzwerke oder bereits vorhandene Bekanntheit bei Castings?

Eine Zeit lang hätte ich gesagt nein, Talent allein reicht nicht. Aber mit Filmen wie Sonne und Beton, Rheingold und auch vielen Studenten-Abschlussfilmen, die es ins Kino geschafft haben, hat sich das, meiner Meinung nach verändert. Mittlerweile wird auch breiter gefächert gecastet und Leute direkt von der Straße für Rollen besetzt. Menschen ohne große Erfahrung bekommen öfter Chancen. Manchmal ist es auch ein bisschen ein „Quoten-Ding“ – dass zum Beispiel viele Menschen mit Migrationshintergrund gecastet werden, weil sie genau dieses Bild erfüllen. Trotzdem finde ich diese Entwicklung gut, weil dadurch viele überhaupt erst die Möglichkeit bekommen, ihr Talent zu zeigen. Und ehrlich gesagt: Ich finde es oft sogar besser. Da ist häufig eine viel stärkere Emotionalität da, es wirkt echter. Schauspielerei war lange eine eher elitäre Branche.

Was meinst du mit elitär?

Es gibt Schauspielerfamilien, Netzwerke, in die man hineingeboren wird. Und diese Kreise sind in westlichen Ländern wie Deutschland oft weiß oder europäisch geprägt. Aber Städte wie Berlin sind längst nicht mehr nur weiß. Wenn man Geschichten erzählen will, die real und fast dokumentarisch wirken, braucht man auch eine vielfältigere Besetzung. Wenn jemand fünf Jahre Schauspielschule gemacht hat, spielt er oft sehr „theatralisch“. Das kann gut sein, aber manchmal fehlt die Glaubhaftigkeit. Ich glaube, Produzenten wollen mittlerweile einfach lieber Authentizität als jahrelange Erfahrung und geben den Leuten dann nachträglich nochmal Coaching. So kommen sie dafür am Ende mit einem viel echteren Produkt heraus.

Zählen Kontakte also gar nicht so viel wie man denkt?

Doch, Kontakte sind trotzdem extrem wichtig. Selbst wenn du streetgecastet wirst, bleibst du trotzdem erstmal „die Person, die zufällig entdeckt wurde“. Du bist nicht automatisch

in den gleichen Kreisen unterwegs wie etablierte Schauspieler. Um in diese Räume zu kommen, brauchst du Beziehungen. Ich sage nicht, dass man dadurch automatisch ein Superstar wird – das passiert selten. Viele dieser Events sind in Wahrheit ein sehr trauriges Fest. Aber sie öffnen Türen. Wenn du zum Beispiel jemanden kennst, der im PR-Bereich arbeitet, kommst du vielleicht auf Gästelisten. Oder jemand nimmt dich als „Plus Eins“ mit zu einem Event. Man muss die Möglichkeiten nutzen, die einem gegeben werden, und wenn nicht – erschaff dir selbst Möglichkeiten. Ich bin schon mal bei einem Event über den Zaun gesprungen, weil ich unbedingt dort sein wollte. (Beginnt zu lachen)

Wie schützt man sich vor den mentalen Folgen, die so eine von Wettbewerb und Druck dominierte Branche auf einen hat?

Distanzieren. Also wirklich: sich emotional distanzieren von Absagen. Dinge nicht persönlich nehmen und sich Mechanismen aufbauen. Damit meine ich: Wenn es dir schlecht geht und du dich einfach nur verkriechen willst, dann mach das auch. Nimm dir die Zeit. Sag dir: „Okay, heute geht nichts, dann stehe ich morgen wieder auf“. Aber bereite dich mental darauf vor, dass es weitergehen muss. Manchmal kommen Chancen, aber du bist so fertig, dass du sie nicht richtig wahrnehmen kannst. Dann machst du irgendwas halbherzig und es klappt nicht. Deswegen musst du eigentlich immer bereit sein, dein Bestes zu geben. Und dafür brauchst du diese Routinen, damit dein Mindset stabil ist. Es ist wichtig, mit sich selbst im Reinen zu sein. Da spielt auch finanzielle Sicherheit eine große Rolle.

Was setzt dich am meisten unter Druck?

Finanzieller Druck macht extrem viel aus. Viele Schauspieler haben diesen Druck vielleicht nicht so stark, weil sie andere Mittel oder Hintergründe haben. Für mich war das lange einer der größten Stressfaktoren, deswegen habe ich versucht, das besser in den Griff zu bekommen. Und dann gibt es auch persönliche Sachen. Ich hatte zum Beispiel mal eine Trennung nach einer zweijährigen Beziehung und war danach monatelang komplett raus. Genau in der Zeit kamen die besten Chancen – aber ich konnte sie nicht nutzen. Ich konnte mich nicht hinstellen und etwas spielen, wenn ich innerlich am Boden war. Deswegen ist dieses emotionale „fit bleiben“ so wichtig. Wenn ich merke, dass mich etwas zu sehr runterzieht, gehe ich bewusst raus aus der Situation. Ich habe meine Ziele, und ich muss klar bleiben, um die zu erreichen. 

MEDIA WE HAVE CONSUMED

An dieser Stelle empfehlen Autorinnen unserer Redaktion Bücher, Filme und Musik – handverlesen und unbedingt hörens-, lesens- oder sehenswert.

Von Emilia Sudrow, Amelie Houdek, Megan Tabe

DAS WEITE SUCHEN BRIGITTE HEIDEBRECHT

BUCH

Wann hast du zuletzt ein Gedicht gelesen? Durch die Schulzeit bleibt uns Lyrik eher als lästig und rätselhaft im Kopf – etwas, womit wir uns kaum noch befassen und das uns im Alltag selten begegnet. „Das Weite suchen“ von Brigitte Heidebrecht ist mir zufällig in einem Büchercafé in die Hände gefallen – 5 Euro, die keine Verschwendung waren. Ehrlich, direkt und ungeschönt lässt Heidebrechts Gedichtband die Gedanken schweifen und über die eigenen Muster, Eigenarten und Entscheidungen reflektieren. Noch nie habe ich mir so viele Seiten in einem Buch markiert. **ES**

BERLINER KUNSTMARKT AN DER MUSEUMSINSEL

AKTIVITÄT

Ich hasse Sonntage – endlich hat man frei ABER mal wieder hat alles geschlossen und die gespeicherten Cafés und Flohmärkte auf Maps hat man auch schon zehn Mal abgeklappert. Neulich, an einem weiteren langweiligen Sonntag, fuhr ich also zur Museumsinsel, einem meiner Lieblingsorte in Berlin. Ich kam an einem Kunstmarkt vorbei, der definitiv einen etwas längeren Aufenthalt wert war. Jeden Samstag und Sonntag sammeln sich dort Künstler*innen, Kreative und Kunstliebhaber*innen zwischen Ständen voller Skulpturen, Schmuck, Gemälden, Postern und süßen Postkarten, bei denen man sich auch für wenig Geld etwas leisten kann. Noch ein Grund mehr, der Museumsinsel mal (wieder) einen Besuch abzustatten. **ES**

DIENSTAGS BEI MORRIE MITCH ALBOM

BUCH

In Dienstags bei Morrie lernt der Autor Mitch Albom die besten Lebensweisen von seinem sterbenden Professor Morrie. Er besucht seinen Professor jeden Dienstag und Morrie bringt ihm jedes Mal etwas über Leben, Güte, Liebe, Mitgefühl, Lebensfreude, seine Liebe zu den Menschen und seine Verbundenheit mit der Menschheit bei. Durch das Buch habe ich einiges über das Leben gelernt und neue Denkweisen für meine Zwanziger entwickelt. **ÄH**

MODERN LOVE

SERIE

Echte Probleme, echte Emotionen, keine perfekte Filmromanze. Modern Love bietet weder eine fortlaufende Story noch süchtig machende Liebesdramen, überzeugt dafür aber mit einem ganz eigenen Rezept: Authentizität und Charakter. Basierend auf einer Kolumne der New York Times erzählt jede Folge der Serie eine neue Geschichte – eine Momentaufnahme aus dem Leben echter Menschen. Mit einem fast Indie-Film-Charme und prominenter Besetzung lässt sie uns die realen Höhen und Tiefen der Liebe erleben. Eine Serie, die Tränen kullern lässt – zumindest bei mir. **ES**

JAHRES-JOURNAL

KREATIVITÄT

Jeden Tag machen wir Fotos, die auf unseren Handys in Vergessenheit geraten – so ging es mir jedenfalls. Seit 2023 drucke ich meine Fotos von den schönsten Ereignissen aus und klebe sie in ein Journal. Dazu ein kleiner Text darüber, was ihr an jenem Tag gemacht habt und schon ist die Erinnerung gleich viel schöner. **ÄH**

NEMESIS' TÖCHTER TARA-LOUISE WITTMER

BUCH

Nemesis' Töchter ist ein Sachbuch, das die Themen Female Rage und den Zusammenhalt unter Frauen verbindet. Dabei lässt Tara-Louise Wittmer persönliche, historische und mythologische Perspektiven mit einfließen. Das Buch erschien 2025, wurde Spiegel-Bestseller und liest sich trotz seiner komplexen Themen leicht und verständlich. Ein starkes Sachbuch für alle. **MT**

NEMESIS' TÖCHTER

1000 JAHRE ZWISCHEN FEMALE RAGE UND ANTIKATHARISIS

KILLING EVE

SERIE

In der britischen Serie Killing Eve geht es um eine Auftragskillerin und eine Geheimagentin, die sich gegenseitig jagen und dabei eine obsessive Faszination füreinander entwickeln. Die Serie verbindet Krimi, Drama und dunklen Humor auf eine spannende Weise. Ich habe die Serie bereits zweimal geschaut und schaue sie momentan das dritte Mal. **MT**

EVERYBODY SCREAMS FLORENCE + THE MACHINE

ALBUM

Passend zu Halloween veröffentlichte Florence + the Machine am 31. Oktober 2025 ihr sechstes Album Everybody Screams und liefert damit genau die perfekte Mischung aus Witchcraft-Vibes, Magie und Female Empowerment. Mit einer Mischung aus Indie Folk und Chamber Rock erschafft die Sängerin und Songwriterin Florence Welch einen Sound, der von einer bildstarken Lyrik und mystischen Instrumentals lebt. Über ein halbes Jahr nach Release laufen die Songs bei mir immer noch rauf und runter. Es ist ein Album, von dem ich einfach nicht genug bekommen kann. **MT**

SUDOKU

AKTIVITÄT

Wer hat entschieden, dass Sudoku nur etwas für ältere Menschen ist? Denn es ist ein normales Denkspiel für den Alltag. Kauf dir ein Heft und trainiere auf dem Weg zur Arbeit dein Gehirn, statt die ganze Zeit TikToks zu gucken. Wenn man den Dreh einmal raus hat, versichere ich, macht es Spaß. **ÄH**



Kleid **Trinh Minh Trang Doung**
Kette Handschuhe und Schuhe **Stylist's Own**



L I M I N A L S P A C E

Creative Direction, Production, Styling **Hannah Klinger**
Production, Styling **Lisa Kautz**
Photography **La Miks**
Makeup **Emina Cviko**
Hair **Vera Krause**
Models **Anna Tuyet, Ly Le**
von IZAIO Management



Oberteil **Léya zu Stolberg**
Shorts, Strumpfhose, Schuhe **Stylist's Own**

Hut Rosalba Faroghi
Hoodie Philipp Lux
Strumpfhose, Schuhe Stylist's Own



Hose Maria Melzer
Schuhe Stylist's Own



Oberteil, Rock, Handschuhe Maia Glotz
Schuhe Stylist's Own



Mantel Lena Elberfeld
Strumpfhose und Schuhe Stylist's Own



Jacke Wiktorja Okuniewska
Strumpfhose, Schuhe Stylist's Own



Hut Rosalba Farooqi
Hoodie Philipp Lux



Hut Kleemann Hütte
Jacke Aleksander Kudriscow
Top, Handschuhe, Strumpfhose, Schuhe Stylist's Own



Blake Abbie,
Editor-in-Chief für
das *A Magazine
Curated By*,
backstage bei der
Shushu/Tong SS
2026 Show in
Shanghai

Fotos © Blake Abbie / amagazinecuratedby

Als Chefredakteur des *A Magazine Curated By* entwickelt BLAKE ABBIE Ausgaben gemeinsam mit Designer*innen wie Glenn Martens, Peter Do, Willy Chavarria oder Grace Wales Bonner. Im Interview spricht er übers Magazinmachen, Modekultur, seinen eigenen Weg in die Branche und über die Modemagazine, die sein Leben prägten.
Von Maxine Schall

A Magazine Curated By Cover:
Erdem, Futura Proxima (For Gucci),
Grace Wales Bonner, Willy Chavarria,
Sacai, Glenn Martens

»Digital ist zugänglich und wichtig – aber *Print speichert Zeit*«

BLAKE ABBIE



Blake, dein Karriereweg führte dich durch einige einflussreiche, unabhängige Modepublikationen – von *System* bis *A Magazine*. Was war dein Einstieg in diese Welt?

Ganz ehrlich: pures Glück. Ich habe Voice Performance und Germanistik, unter anderem in Deutschland, studiert und bin ursprünglich mit dem Plan nach Paris gegangen, Gesangsunterricht zu nehmen. Ich brauchte allerdings einen weiteren Job, um dort leben zu können, und bin so in die Werbeagentur Saturday London gekommen. Danach habe ich für das Industrie Magazine gearbeitet, eine der ersten Publikationen, die sich intensiv mit Modekultur beschäftigt hat. Dort habe ich überhaupt erst verstanden, wie diese Welt funktioniert, und auch Elizabeth von Guttman und Alexia Niedzielski kennengelernt, die später eine weitere Publikation namens System gründeten und mich gefragt haben, ob ich sie dabei begleiten würde.

Wie haben dich diese Anfänge in der Branche geprägt?

Ich habe früh gelernt, wie Marken denken und wie Projekte finanziert werden. Calvin Klein war eines meiner ersten Projekte. Heute sind bezahlte Markenpartnerschaften und Advertorials ein zentraler Bestandteil vieler Magazine und sind aus der Kreativindustrie nicht mehr wegzudenken. Dass ich diese Perspektive von Beginn an hatte, hat mir sehr geholfen, mich in der Branche zu positionieren. Bei System gab es damals noch sehr viele Freiheiten – Marken haben uns erlaubt, wirklich redaktionell zu arbeiten und unsere eigenen kreativen Blickwinkel einzubringen. Das hat sich heute verändert: Viele große Werbekunden, die unabhängige Magazine jahrelang finanziert

haben, ziehen sich zunehmend zurück – und wenn Marken nur noch auf uninspirierende Monobrand-Narrative setzen, statt in kulturelle Räume zu investieren, werden sie auch langfristig ihre Konsumenten verlieren. Genau deshalb versuchen wir bei A Magazine, diese redaktionelle Unabhängigkeit zu bewahren. Wir verkaufen keine Produkte, sondern Kreativität.

Beeinflusst dein Hintergrund in Musik, Performance und Schauspiel deine Perspektive auf die Modeindustrie?

Ich versuche grundsätzlich, eine gewisse Außenperspektive zu bewahren, auch wenn ich faktisch innerhalb der Branche längst kein Außenseiter mehr bin. Ein wichtiger Teil meines Studiums war das Verständnis von kulturellen, soziologischen und historischen Kontexten und Kohärenzen – etwa die Ursprünge von zeitgenössischem Ballett oder Rap und wie sich Kultur reproduziert und weiterentwickelt. Meine Erfahrungen in der Performance haben mir außerdem beigebracht, mich in andere Menschen hineinzuversetzen. Das prägt bis heute meine Arbeitsweise. Meine eigene hybride Perspektive – mit einer chinesischen Mutter und einem schottischen Vater – treibt mich als Kreativperson auch aktuell besonders an. Ich hinterfrage bestehende Wertesysteme und versuche, Themen nicht nur durch die Linse des kulturellen Erbes, sondern auch durch meine Erfahrungen neu zu betrachten.

Was ist dein Anspruch an Modekultur?

Kultur sollte nicht – wie leider so häufig – ausschließlich aus einer euro- oder US-zentrischen Perspektive betrachtet werden. Gleichzeitig ist es ebenso wichtig, lokale Räume zu stärken. Nicht alles braucht zwangsläufig eine globale Perspektive, auch nicht jede Mode. Aber wer sich als „global“ positioniert, sollte diesem Anspruch auch gerecht werden.

Was machst du, um diese Perspektive zu verbreiten?

Ich versuche, neue Denkweisen innerhalb der Branche anzustoßen. Es hat lange gedauert, bis Plattformen wie Vogue Runway überhaupt begonnen haben, beispielsweise chinesische Designer*innen wahrzunehmen. Ein Freund von mir, der chinesische Menswear-Designer Xander Zhou, hat über viele Jahre den lokalen Markt stark geprägt, wurde international aber lange kaum berücksichtigt. Irgendwann habe ich einen Editor bei Vogue Runway davon überzeugt, zur Shanghai Fashion Week zu kommen – einfach weil ich sicher war, dass es ihn interessieren würde. Und so war es auch. Dennoch bleiben viele Designer*innen aus Regionen wie Lateinamerika, der Türkei oder Afrika weiterhin unter dem Radar.

Und in deiner eigenen Publikation? Gibt es eine konkrete Ausgabe des A Magazines, die diese unterschiedlichen kulturellen Perspektiven besonders verbindet?

Im vergangenen Jahr haben wir eine Ausgabe mit dem Modedesigner Willy Chavarria gemacht, für die ich intern wirklich kämpfen musste, weil mein Team zunächst keinen wirklichen Bezug zu seiner Arbeit hatte. Er ist zwar Amerikaner, aber stark von der mexikanischen Kultur geprägt. Und ehrlich gesagt hat das Heft damals auch nicht sofort große Resonanz erzeugt – aber mit der Zeit wurde es aufgrund dessen, was wir darin gesagt haben, immer relevanter.

Misst du daran den Erfolg des Magazins?

Ich war trotzdem unglaublich stolz darauf. Willy hat eine sehr starke Stimme, und das, was gesagt werden musste – besonders auf politischer Ebene – kam genau zum richtigen Zeitpunkt, auch wenn das erst ein Jahr später wirklich verstanden wurde. Wir haben außerdem eine Ausgabe mit Grace Wales Bonner produziert, die Einflüsse der globalen Black History aufgreift. Als britische Designerin bringt Grace ihre ganz eigene Perspektive in die Diskussion ein, und genau an diesen Schnittstellen entstehen neue Ebenen, die wir weiter vertiefen.

Neue Perspektiven habt ihr auch mit eurer Ausgabe für die Olympischen Spiele in Paris aufgemacht. Ihr habt dafür mit Jordan und dem französisch-senegalesischen Designer Youssef Fofana gearbeitet. Was war besonders an dieser Ausgabe?

Dort haben wir uns intensiv mit den verschiedenen kulturellen Einflüssen der afrikanischen Diaspora auf das 18. Arrondissement in Paris beschäftigt. Im Zentrum stand die Idee, wie Sport und gemeinsame Kulturräume Gemeinschaft formen können – von interafrikanischen Fußballspielen am Square Léon bis hin zu senegalesischem Kunsthandwerk. Auch das war ein unglaublich bereicherndes Projekt, weil wir viele Aspekte über nord- und subsaharische afrikanische Kulturen kennengelernt haben, die mir zuvor in dieser Tiefe gar nicht vertraut waren.

Die Ausgabe mit Youssef war ein Curated For Projekt, wie unterscheiden sich diese von den klassischen Curated By Magazinen?

Die Curated By Ausgaben werden von Modedesigner*innen gestaltet. Auch wenn der Titel etwa Sacai oder Eckhaus Latta lautet, steht dahinter letztlich die individuelle kreative Handschrift der Designer*innen. Deshalb sprechen wir bewusst nicht von „Curated by Jil Sander“, sondern von Lucie und Luke Meier, die zu der Zeit dort die Kreativdirektoren waren. Vor einigen



Workshop im Nike Lab: Goli Armin (VP, Nike Design Studio), Blake Abbie und die Künstler Andrea Anna und Thibault Brevet anlässlich des Erscheinens von *A Manual for Living Curated for Nike*, im Drop City (Zentrum für Architektur & Design) während der Milan Design Week 2026

Jahren haben wir zusätzlich Curated For Projekte eingeführt. Diese entstehen oft aus Initiative der Markenseite. Sie werden von der jeweiligen Brand finanziert, sind aber keine klassische Werbung. Die Idee dahinter ist, dass auch Marken Geschichten zu erzählen haben, die über die Perspektive einzelner Designer*innen hinausgehen. Die Marke steht als Ganzes im Mittelpunkt und wir greifen eine spezifische Haltung oder einen Ethos redaktionell auf.

Wie zum Beispiel die Ausgabe mit Acne Studios?

Genau. Dafür haben wir die Geschichte ihres neuen Headquarters in Stockholm aus einer historisch-analytischen Perspektive erzählt. Das macht diese Projekte so interessant: Wir bringen einen externen Blickwinkel ein, der die Marke gleichzeitig von innen und außen betrachtet.

Wie wählst du die Mitwirkenden fürs A Magazine aus? Hast du bestimmte Kriterien?

Im Grunde stelle ich mir immer dieselben Fragen: Haben sie eine eigene kulturelle Stimme? Schaffen sie mit etwas Einfluss? Und was könnte ihr langfristiges Vermächtnis sein? Gleichzeitig spielt es auch eine Rolle, ob es eine Community gibt, die wir durch sie erreichen können.

Wie stark ist deine persönliche Vision in den einzelnen Ausgaben als Editor-in-Chief präsent?

Es gibt oft das Missverständnis, dass wir, sobald Designer*innen eine Ausgabe kuratieren, nur noch als Produzenten fungieren. Das stimmt nicht. Die meisten Designer*innen wissen sehr genau, wie man starke Bilder und überzeugende Narrative entwickelt – aber nicht unbedingt, wie man eine ganze Publikation realisiert. Unsere Aufgabe ist es dann, diese Ideen in einen größeren Zusammenhang zu stellen und darüber nachzudenken, wie sie innerhalb ihrer eigenen Welt sinnvoll erzählt werden können.

Und was ist deine Rolle dabei?

Ich will sowohl die Designer*innen als auch ihre Mitwirkenden dazu bringen, mit mehr Distanz und Tiefe zu denken. Denn auch wenn man es auf den ersten Blick nicht immer erkennt, steckt hinter jeder Ausgabe eine klare Intention. Am Ende agiere ich auch als Kurator. Die Ausgabe entsteht zwar aus der kreativen Handschrift des Designers, aber ich bin dafür verantwortlich, alles miteinander zu verbinden. Manchmal starten wir mit einem klar definierten Thema, manchmal offenbart sich das Konzept erst im Laufe des Prozesses.

»Kultur sollte nicht ausschließlich aus einer euro- oder US-zentrischen Perspektive betrachtet werden.«

A Manual For Living Curated for Nike
 Publisher: Fatine Layt
 Editor-in-Chief: Blake Abbie
 Managing Editor: Jemma Pinueva
 Senior Editor: Albert Shyong
 Art Director: Mike Meiré
 Design Manager: Kerstin Anna Berger
 Editorial Designer: Marie Lautsch
 Graphic Designers: Charlotte Cassel,
 Tim Giesen, Tobias Bolz

Gibt es eine Ausgabe, bei der der Prozess das Ergebnis maßgeblich geprägt hat?

Die Ausgabe mit Glenn Martens ist ein gutes Beispiel. Anfangs hatten wir nur eine grobe Richtung. Im Verlauf habe ich dann gemerkt: Okay, es fehlt noch eine historische und familiäre Ebene, etwas sehr Persönliches, das ich zwar aus seinen modischen Referenzen kannte, aber noch gar nicht erzählt wurde. Ich habe ihn dann ermutigt, mit seinem Großvater zu sprechen, der Buntglasrestaurator war, sowie mit seinem besten Freund, der auch in diesem Gebiet arbeitet. Oft sind Menschen zu nah an ihrer eigenen Welt dran, um solche Geschichten zu erkennen. Sie denken nicht unbedingt, dass etwas wie Glasmalerei aus dem 16. Jahrhundert interessant sein könnte. Aber genau solche Referenzen sind es, die sie als Designer*innen eigentlich definieren.

Ist gerade eine neue Ausgabe von A Magazine in Arbeit?

Wir haben gerade eine Ausgabe für Nike in Mailand gelancht: *A Manual For Living Curated for Nike*. Ich wurde vor über einem Jahr von ihnen angesprochen und war ehrlich beeindruckt, weil es eines der größten Unternehmen weltweit ist.

Kannst du uns mal mit durch den Prozess dieser Ausgabe nehmen?

Natürlich hätte man sagen können: Es geht um Laufen oder Sportswear, aber das wäre zu offensichtlich. Ich wollte verstehen, wie Nike als System funktioniert und habe mit der Frage begonnen: Wenn Nike eine Person wäre – wie würde sie denken, träumen und sich durch die Welt bewegen? Was würde sie essen? Was wollte Nike schon immer machen, konnte es aber nie realisieren? Daraus entstand unter anderem die Idee von Möbeln und wir haben tatsächlich Stühle entworfen und produziert, was ziemlich absurd war, aber genau darum ging es: die Marke anders denken zu lassen.

Und wie kam die Idee an?

Am Ende sagte Nikes Chief Design Officer, Martin Lotti: „It doesn’t read Nike at all, but it reads so Nike.“ Wir waren wie kreative Übersetzer. Es gibt in der Ausgabe vielleicht ein einziges Bild von einem Schuh und die einzige bewusste Markenreferenz ist unser selbst entworfener Swoosh auf dem Backcover sowie ein paar subtile Hinweise in den Modestrecken. Die Ausgabe reflektiert, wie Nike diverse Probleme lösen würde und das Ergebnis ist ein fast 200-seitiges Workbook mit Übungen und Impulsen, die zur aktiven Auseinandersetzung einladen. Wir verbinden einen von einem Künstler gestalteten Persönlichkeitstest mit Nikes Farbsystem und einer Reihe von



» Wenn Nike eine Person wäre – wie würde sie denken, träumen und sich durch die Welt bewegen? Was würde sie essen? «

Fotos © amagazinecuratedby

Wahrnehmungsübungen, die in Zusammenarbeit mit Nikes Chief Science Officer und einer Neurowissenschaftlerin der Stanford University entwickelt wurden. Es gibt innovative Editorials mit Athlet:innen, ergänzt durch einen Abschnitt mit Rezepten von führenden Sterneköchen, die auf die Ernährungsbedürfnisse von Sportlern abgestimmt sind. Insgesamt ist es ein super unkonventioneller Ansatz, natürlich auch ein Risiko, aber genau das soll Denkweisen verändern.

Es wird seit Jahren immer wieder behauptet, dass Print „tot“ sei. Und dennoch beauftragt eine Marke wie Nike genau solche Branding Projekte. Warum?

Weil das physische Objekt etwas kann, das digital nicht möglich ist. Wir Menschen sammeln gerne Dinge, mit denen wir unser Zuhause gestalten. Digital ist zugänglich und wichtig, aber es ist nicht wirklich ein Objekt, das Zeit speichert. Print ist viel bewusster und nimmt Raum ein. Und wo Dinge sind, entsteht Kultur. Bei der Ausgabe mit Nike haben wir für das Cover sechs verschiedene Pantone verwendet, normalerweise sind es drei. Das sind Dinge, die digital gar nicht existieren. Und viele erkennen bei der Produktion gar nicht, wie durchdacht auch die physischen Konzeptionen der Ausgaben sind. Bei der letzten Ausgabe mit Cecilie Bahnsen haben wir ein Papier gewählt, das extrem viel Volumen hatte, wodurch das Magazin trotz 200 Seiten im Vergleich leicht wie eine Feder wirkt – passend zu ihren Entwürfen und ihrer gesamten Ästhetik.

Du bist seit 2014 als Editor at Large bei A Magazine Curated By, seit 2023 als Editor-in-Chief. Es gibt insgesamt 30 Ausgaben, über die Hälfte davon hast du mitgestaltet. Gibt es eine, die dir besonders im Kopf geblieben ist?

Eine überraschende Zusammenarbeit war die mit Eckhaus Latta. Zur Entstehungszeit war der vorherige Editor-in-Chief Dan Thawley ein bisschen verunsichert, aber ich habe ihn um sein Vertrauen gebeten, da sie aus meiner Perspektive wirklich wichtige Kreative in der New Yorker Umgebung waren, die tolle Kollaborationen mit Künstlern produziert haben. Die Ausgabe mit Simone Rocha war besonders, weil es das erste Mal war, dass wir jemanden mit chinesischem Hintergrund hatten. Ich habe sie ermutigt, offener mit ihren Wurzeln in Hongkong umzugehen. Dafür haben wir die chinesische Fotografin Leslie Zhang eingebunden, die Simones erstes Editorial außerhalb Londons fotografiert hat. Es ist auch spannend zu sehen, wie sich die Ausgaben aus den Referenzen der jeweiligen Kollektionen zusammensetzen. Alessandro Michele etwa, seine Ausgabe nennen wir gerne einen Obstsalat aus Ideen. Es war zu seinem

Gucci Debut und sowohl dort als auch später bei Valentino konnte man die Referenzen im Magazin in seiner Mode verstehen. Die Ausgabe mit Cecilie war für mich auch besonders, weil es viel zu wenig weibliche Designerinnen gibt und es großartig war, ihre Stimme nach zehn Jahren Markenentwicklung erneut zu stärken. Ich könnte so weitermachen (lacht)...

Und was war deine erste Ausgabe als Chefredakteur?

Die mit Peter Do zu seiner ersten Saison bei Helmut Lang. Seine Geschichte war für mich inspirierend. Er wollte zunächst wenig über sein Herkunftsland Vietnam sprechen, aber mir war es wichtig, diesen Teil seiner Biografie zu verstehen, weil die Immigration eine zentrale Rolle in seiner Identität spielt. Er kam mit 14 Jahren in die USA, und die Entwicklung seines eigenen Ethos ist unglaublich bemerkenswert.

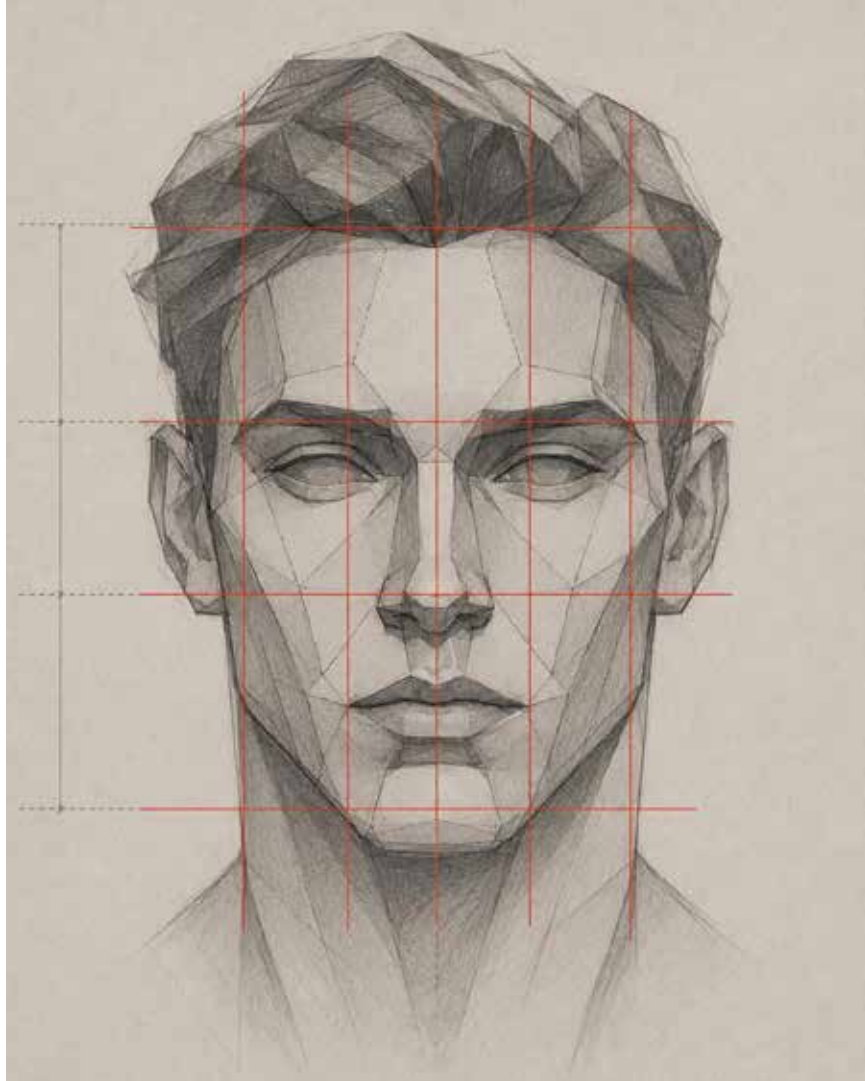
Gibt es eine*n Designer*in, der*die nicht mehr lebt, mit dem du gerne zusammengearbeitet hättest?

Sehr viele: Alber Elbaz, Karl Lagerfeld, Pierre Cardin, Monsieur Alaïa. Wenn man weiter zurückgeht, auch Elsa Schiaparelli in ihrer Zusammenarbeit mit Dalí. Und Issey Miyake – das wäre unglaublich gewesen. Er war ein Visionär und hat unser Verständnis von Kleidung grundlegend verändert.

Unser HOTLINE Magazin entsteht in Berlin. Du warst Teil der Contemporary Jury bei der Berlin Fashion Week und kennst die Szene aus einer internationalen Perspektive. Wie nimmst du Berlin aktuell als Modestadt wahr?

Die Jury-Erfahrung bei der Berlin Fashion Week war sehr bereichernd. Mich interessiert weniger, wer „der Beste“ ist, eher ob jemand eine klare, eigene Haltung hat. In Berlin habe ich viele Designer*innen getroffen, die sehr unterschiedliche Blickwinkel auf Mode haben und ihre eigenen Communitys ansprechen. Diese Unabhängigkeit ist eine der großen Stärken der Stadt. Berlin wird international oft auf eine sehr spezifische Ästhetik reduziert – dabei ist die Realität deutlich vielfältiger. Ich mag unter anderem Andrej Gronau, Marke, Milk of Lime und William Fan sehr. Besonders William, weil es inspirierend ist zu sehen, wie er über Jahre hinweg konsequent seine eigene Welt aufgebaut hat. Man muss außerdem nicht sofort global denken. Es ist völlig legitim, zunächst für die eigene Community zu arbeiten – so sind viele große Häuser entstanden. Berlin muss nicht Paris werden, und ich hoffe ehrlich gesagt auch, dass es das nicht versucht. Was der Stadt helfen würde, ist vor allem mehr Sichtbarkeit, bessere Kommunikation und mehr Austausch über das, was bereits existiert.





Looks to the Maxx

Enzo kommt heute leicht in Clubs rein, selbst in vollen Bars bekommt er einen Platz – ohne Reservierung. Er denkt, das liege an seinem neuen Aussehen. Enzo und viele andere Männer auf Social Media haben eine ganz neue Sparte für sich gefunden: Looksmaxxing. Sie optimieren sich mit allen Mitteln – nur das Aussehen steht im Fokus.

Von Emilia Sudrow

Bilder © Emilia Sudrow, erstellt mit Chat GPT

2 0:33 Uhr, das Handy klingelt. „Hi hier ist Enzo“, sagt eine tiefe Stimme auf der anderen Seite. Eine ungewöhnliche Zeit für ein Interview. Enzo heißt eigentlich anders, es ist sein Künstlurname. Er ist 22 Jahre alt und Looksmaxxer. Unter Captions wie „POV: Du hattest den besten Glow up Deutschlands“, „Du kannst deine Genetik nicht ändern“ oder „Warum ist sie mir fremdgegangen?“ postete er inzwischen gelöschte Clips auf seinem TikTok Account und zeigte anderen Männern mit welchen Methoden sie ihr Aussehen verbessern können.

„Die meisten Looksmaxxer machen das für Frauen, aber ich habe schon seit zwei Jahren eine Freundin. Ich habe mit dem Looksmaxxing angefangen aufgrund der gesellschaftlichen Vorteile“, sagt Enzo. Schöne Menschen hätten es leichter im Leben. Zur Veranschaulichung erzählt er eine Geschichte: „Ich habe wochenlang versucht in einen Club reinzukommen und plötzlich, als ein Freund dabei war, der attraktiver war als ich, kam ich rein. Da dachte ich: das kann kein Zufall sein.“ Danach begann seine Transformation zunächst langsam und vorsichtig. Vor drei Jahren fing Enzo an, regelmäßig ins Gym zu gehen und seine Skin Care zu verbessern – sogenanntes Softmaxxing. Darunter fallen Methoden wie gesündere Ernährung, Style Veränderungen und Mewing, Zungenübungen, die für eine bessere Kieferstruktur sorgen sollen.

Vor sieben Monaten geht Enzo dann einen Schritt weiter. „Die extremere Methode war die Fettwegspritze in meinen Wangen“, erklärt er mit neutralem Ton. Er hat sich Hyaluron und Fettlöser selbst injiziert – eine medizinische Ausbildung hat er nicht. Wie er die Spritzen im Gesicht ansetzen muss, hat er im Netz recherchiert. In der Szene gilt das als Hardmaxxing. Dazu zählen nicht nur Filler und Botox, sondern auch unkonventionelle, riskantere Praktiken, wie „Bone Smashing“. Hier werden mithilfe von Hämmern Mikrofrakturen im Gesicht erzeugt. Skin Pulling, Towel Pulling, Drogenkonsum, Akne-Medikamente und Peptide, die für eine straffe Haut sorgen sollen – all das sind weitere gängige Methoden unter Hardmaxxern. Überall bleibt der Anspruch derselbe: das Aussehen MAXXimieren.

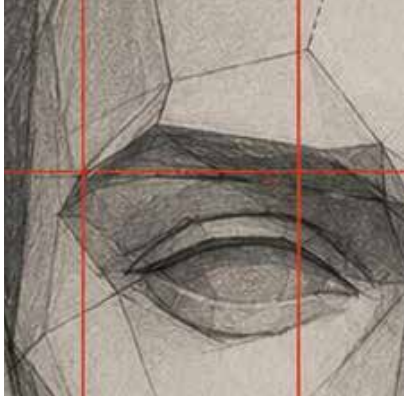
Überdurchschnittlich gut auszusehen, scheint in Zeiten von Social Media, immer wechselnden Trends und schnellen Algorithmen ausschlaggebend zu sein. Lange Zeit lastete der Druck des perfekten Aussehens vor allem auf Frauen. Einer Studie

der Deutschen Gesellschaft für Ästhetisch-Plastische Chirurgie zufolge, gibt es aktuell jedoch einen klaren Trend, nach dem ästhetische Eingriffe im Jahr 2025 mit 11,4 Prozent männlichen Patienten den höchsten Stand der letzten fünf Jahre erreicht haben.

Looksmaxxing ist ein Trend, der diese Entwicklung befeuert und das mit Erfolg. Angefangen hat der Trend in den USA – Paradebeispiel und Anführer der Community ist der 20-jährige Braden Eric Peters, besser bekannt als Clavicular. Der Kerngedanke der Szene kam dabei aus Incel-Foren – Seiten, auf denen sich selbst als unfreiwillig zölibitär lebend bezeichnende Männer gegenseitig beraten und der Black Pill Community, nach der Erfolg beim Dating einzig und allein von der Genetik und des daraus resultierenden Aussehens bestimmt würde. Clavicular verpackte diese Inhalte in Kurzvideoformaten, wodurch nicht nur er, sondern auch der Trend Looksmaxxing schnell an Reichweite gewann. Darüber hinaus machte er schnell mit radikalen Methoden auf sich aufmerksam – Crystal Meth Konsum, Bone Smashing und Einnahme von Testosteron seit seinem 15. Lebensjahr. In einem Interview mit dem Reportageformat Strg_F sagt Enzo, er wolle der deutsche Clavicular werden, denn seine Clips gehen viral und er mache seine Sache gut.

Führt also kein Weg um gefährliche Methoden herum, um gut auszusehen? Enzo sagt es in Worten der Black Pill Community: „Meine Genetik lässt es nicht zu. Ich habe schon das Maximale rausgeholt, den Rest kann man nur durch Eingriffe optimieren.“ Trotzdem würde er Hardmaxxing-Methoden wie Selbstinjektionen niemandem weiterempfehlen. Zeitnah von Hyaluron und Fettwegspritzen bei sich selbst abzusehen, sieht er allerdings nicht vor. Damit das Aussehen auf demselben Stand gehalten werden kann, injiziert Enzo jedes dreiviertel Jahr erneut. Das bis an sein Lebensende durchzuziehen, kann er sich aber nicht vorstellen. „Ich mache das einfach, bis ich keine Lust mehr habe. Ich sah ja auch davor schon recht gut aus. Mit Fillern sehe ich halt noch krasser aus und ich mache ja Social Media, also mache ich das natürlich auch zum Teil dafür“, sagt Enzo.

Trotz Streitigkeiten mit seiner Freundin zieht er seine Eigenbehandlungen durch. Den optischen Standard zu halten und sich äußerlich zu optimieren, ist für Enzo nämlich ganz klarer Grundpfeiler einer guten Beziehung: „Man verliebt sich aus einem Grund. Wenn sie sich gehen lässt, ist das nicht die Person, in die ich mich verliebt habe. Nicht mehr ins Gym zu gehen ist ein Trennungsgrund für mich. Genau-



»Ich glaube, die meisten Menschen auf der Straße würden mir eine acht oder neun von zehn geben«

so würde ich es andersrum verstehen, wenn meine Freundin sich von mir trennt. Wenn sie sich in den Enzo mit 12 Prozent Körperfett verliebt hat, hat sie sich in genau diesen Menschen verliebt.“ Enzo macht keine Kompromisse, ein Perfektionist sei er allerdings nicht. Er selbst bezeichnet sich als Semiperfektionist.

Wie wichtig ist das Aussehen wirklich in einer langfristigen Beziehung? Dr. Julia Wustmann ist Soziologin und befasste sich in ihrer Doktorarbeit mit Schönheitseingriffen – äußerliche Selbstoptimierung und Trends wie Looksmaxxing sind ihr vertraut. Enzos Meinung zu Beziehungen teilt sie nicht: „Die Forschung zeigt relativ konsistent, dass langfristig vor allem emotionale Faktoren wichtig sind. Äußere Attraktivität spielt beim ersten Eindruck zwar eine Rolle, verliert aber in langfristigen Beziehungen meist an Bedeutung gegenüber emotionaler Nähe und sozialer Verlässlichkeit.“

Einige Looksmaxxer vertreten die Meinung, dass das Aussehen das einzig entscheidende Kriterium sei, um Frauen von sich zu überzeugen. Der Charakter wäre unwichtig. Enzo sagt: „Loyalität steht an erster Stelle und, dass man offen über Probleme redet. Wenn man gut aussieht und gar keinen Charakter hat, wird die Person sich direkt distanzieren.“ Wenn er allerdings wählen müsste – zwischen Charakter und Aussehen – fiel ihm die Wahl nicht schwer. „Ich würde auf jeden Fall Aussehen nehmen. Ich habe ja nicht nur Vorteile in einer Beziehung, sondern auch die ganzen gesellschaftlichen Vorteile, die mir mein Charakter nicht bieten kann“, sagt Enzo. Mit dem Looksmaxxing anzufangen, würde niemandem schaden.

So wie das Aussehen für Looksmaxxer eine wichtige Rolle spiele, um die Aufmerksamkeit von Frauen auf sich zu ziehen oder eine Beziehung zu führen, beeinflusse es auch Freundschaften: „Plötzlich werden Stories öfter geliked, man wird öfter angerufen. Aussehen macht schon was in einer Freundschaft aus. Im Endeffekt sind das aber auch schlechte Freunde. Bei meinen guten Freunden hat sich nichts geändert“, sagt Enzo. Sein Umfeld hat das Looksmaxxing aber schon beeinflusst. In einem Stream sah man ihn zusammen mit Bramal, einem

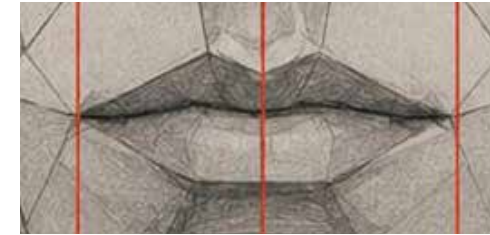
Looksmaxxer, der aufgrund seiner knallharten, von ihm selbst als wissenschaftlich bezeichneten Attraktivitätsratings und seiner beleidigenden Reactionvideos seit Kurzem stark in der Kritik steht. Er selbst gibt von vielen Streamern und Meinungsbloggern als politisch rechts, rassistisch, misogyn und Incel-artig bezeichnete Kommentare kund.

Die plötzlich öfter auf ihn gerichtete Aufmerksamkeit, die Enzo beschreibt, weiß Dr. Wustmann zu erklären: „Studien zeigen zum Beispiel, dass attraktive Kinder häufiger im Mittelpunkt stehen und mehr Freundschaften schließen. Gleichzeitig basieren stabile Freundschaften viel stärker auf Vertrauen, Humor, gemeinsamen Erfahrungen und emotionaler Unterstützung. Attraktivität allein schafft selten tiefe soziale Bindungen.“

In einem TikTok zeigte Enzo Aufnahmen von seinem früheren, deutlich jüngeren Ich in Frontalaufnahme oder von unten fotografiert. Er trägt einen Seitenscheitel, gegelte Haare, Seiten auf null. Das letzte Foto seines früheren Ichs morphte zu einem aktuellen Video von ihm. Er sitzt in einem Auto, schaut wortlos in die Kamera, zeigt sein Seitenprofil, bei dem die markante Kieferkontur als Erstes ins Auge fällt. Dazu die Caption „Du kannst als Sub3 nicht zum MTN werden“. Enzo verwendet die typischen Termini, die unter Looksmaxxern gebraucht werden. Als Sub 3 oder Subhuman werden die Unattraktivsten auf der PSL-Skala bezeichnet – der goldene Standard für die Bewertung des Äußeren in der Looksmaxxing Community. Enzo rankt sich selbst nach seinem Glow Up als Mid Tier Normie (MTN): „Ich würde mir selber eine 5,2 geben. Eine zehn von zehn gibt es nicht.“ Seiner Außenwirkung und der eigens deutlich strengeren Bewertung ist er sich bewusst. „Ich glaube, die meisten Menschen auf der Straße würden mir eine acht oder neun von zehn geben“, sagt Enzo.

Unter den Hashtags #looksmaxxing und #looksmaxing lassen sich auf TikTok insgesamt über 112.7K Beiträge finden. Die Dunkelziffer aufgrund von Videosperren oder bewusster Meidung des Hashtags, ist hoch. Auf den Hype ist Enzo aufgesprungen. „Looksmaxxing ist ein neues Thema, mit dem man sehr einfach viral gehen kann. Ich brauchte eine Nische,

Während das Äußere verjährt und an Bedeutung in sozialen Beziehungen verliert, sind es die inneren Werte und die Persönlichkeit, die über die Qualität unserer Beziehungen entscheiden.



durch die ich reinkomme, um dann meinen Charakter zu zeigen. In drei Jahren wird sich auf Social Media niemand mehr für Looksmaxxing interessieren“, sagt Enzo.

Für Enzo ist Looksmaxxing mehr als ein Sprungbrett für Social Media, es ist der Weg zum Erfolg. Attraktivität entscheide darüber, wie Menschen in unserer Gesellschaft behandelt würden, davon ist er überzeugt. „Die Gesellschaft ist schon extrem oberflächlich, dagegen kann man nicht ankommen. Man kann nur mit dem Fluss gehen“, sagt er. Seitdem er besser aussehe, habe sich auch sein Alltag drastisch verändert: „Ich mache keine Drecksarbeit mehr. Ich weiß nicht, wann jemand zuletzt zu mir gesagt hat, ‚Ey, nimm einen Besen und kehr!‘, als ich unattraktiver war, musste ich das oft machen.“ Aufgaben werden anders verteilt, Chancen leichter zugänglich. Was er beschreibt, wird häufig als „Pretty Privilege“ bezeichnet – die Bevorzugung attraktiver Menschen im Alltag. Dass es eine solche Bevorzugung gibt, bestätigt auch Dr. Wustmann – kritisch sieht sie die Thematik dennoch: „Problematisch wird es dort, wo aus solchen Unterschieden starre Hierarchien menschlichen Werts konstruiert werden. Genau das passiert in Teilen der Looksmaxxing- und Black-Pill-Szene.“

Warum werden Glow Ups und ästhetische Eingriffe nun aber für Social Media als Looksmaxxing neu geframed? Für Enzo gibt es eine simple Antwort: „Looksmaxxing heißt einfach Aussehen maximieren. Das macht jeder, das fängt schon bei basic Skin Care oder Sport an.“

Doch ein Blick in die Looksmaxxing-Community zeigt: Es geht längst nicht mehr nur um Skin Care und Sport. In Foren und auf Social Media vermischen sich Optimierungsdruck, vorgefertigte Maße und Bewertungsskalen mit Ideologien, die weit über das Äußere hinausgehen. Schnell lassen sich Verbindungen zu Frauenfeindlichkeit, Rassismus und Incel-Culture ziehen. Enzo ist der Meinung: „Wenn es Menschen gibt, die so sind, hat das nicht viel mit Looksmaxxing zu tun.“ Er selbst distanziert sich davon: „Ich bin nicht wirklich Teil der Bewegung, ich mache das alles nur für mich. Ich bin nicht der typische Looksmaxxer“, sagt Enzo.

Gleichzeitig spricht er in Begriffen der Szene, bewertet selbst sich und andere nach ihren Maßstäben und richtet seinen Alltag danach aus, sein optimiertes Äußeres aufrechtzuerhalten. Sein Gebrauch von Begriffen und seine Erklärungen im Interview widersprechen sich in Teilen. In der Bio seines TikTok Profils stand bis vor kurzem „ascension still going“ – Aufstieg immer noch im Gange. Ascending – ein Begriff, der in der Looksmaxxing-Szene in jedem zweiten TikTok zu hören ist. Er ist der Ausdruck des ultimativen Verbesserungsprozesses – vom Maximieren.

Auf Enzos TikTok Account erscheint die optimierte Version seiner Selbst mit fülligem braunem Haar, dicken Augenbrauen, glowy Skin, scharfer Kieferkontur und definierter Muskulatur nun in neuen Videos. Von vielen seiner alten Glow up Clips fehlt aber jede Spur. Wie er in einem TikTok erzählte, musste er all seine vorherigen Posts löschen, da TikTok nach mehrmaliger Verwarnung drohte, seinen Account zu sperren. Neue Clips zum Looksmaxxing lädt Enzo aber weiterhin hoch.

Enzos Geschichte zeigt den Kern des Trends: Looksmaxxing ist nicht nur der Versuch, besser auszusehen, sondern sich in einer Gesellschaft zu behaupten, in der Looksmaxxer Attraktivität als ihren klaren Vorteil sehen. Denn für Enzo ist klar: „Unattraktive Menschen haben es 100 Prozent schwerer im Leben“, sagt er. Die Forschungen zum Pretty Privilege zeigen laut Dr. Wustmann, dass Attraktivität soziale Vorteile erzeugen kann. Looksmaxxing radikalisiere diese Beobachtung jedoch zu einer umfassenden Ideologie sozialer Hierarchien. „Ein erfülltes Leben hängt langfristig von deutlich mehr Faktoren ab: soziale Beziehungen, Sinn, Sicherheit, Zugehörigkeit oder psychische Gesundheit“, sagt Wustmann. Ihre Aussage macht vor allem eines deutlich – das, was beim Trend maßgeblich außer Acht gerät: Während das Äußere früher oder später verjährt und an Bedeutung in sozialen Beziehungen verliert, sind es die inneren Werte und die Persönlichkeit, die uns nicht nur besonders machen, sondern auch über die Qualität unserer Beziehungen entscheiden. 

FULL LOOK
KOLYA BOGATYREV
JEWELRY
KITSCH KIOSK

Mehr als eine Rolle

ANDREA GUO zählt zu den aufstrebenden Gesichtern der deutschen Schauspielszene. Mit der Serie *Maxton Hall* erreichte sie erstmals ein internationales Publikum – in einer Nebenrolle, als »die Freundin von«. Im Interview spricht sie darüber, wie es ist, im Rampenlicht zu stehen und dennoch nicht die Hauptrolle zu spielen – und über das Fehlen asiatischer Vorbilder im deutschen Fernsehen.

Von Luis Schöll

Ab wann hat sich die Schauspielerei für dich wirklich nach einem ersten Job angefühlt? War das früh klar oder eher ein Prozess?

Das war eigentlich schon immer klar. Ich bin nicht in diese Branche hineingeboren, das war harte Arbeit und so hat es sich auch von Anfang an angefühlt. Es hat sich für mich immer sehr ernst angefühlt, weil das schon immer mein Traum war. Diesen Traum ernst zu nehmen, war der harte Part.

Du hast gesagt, dir hätten Vorbilder gefehlt. Wann ist dir das bewusst geworden?

Ziemlich früh. Als ich meinen Eltern gesagt habe, dass ich Schauspiel machen will, haben sie gefragt: Wie willst du als chinesische Österreicherin in Deutschland Schauspiel machen? Dieser Satz hat mich total getroffen. Seitdem habe ich mir gedacht: jetzt erst recht!

Was hat das langfristig mit dir gemacht?

Als Kind habe ich das noch nicht so bewusst wahrgenommen. Aber jetzt merke ich, was das für eine Wirkung hat. Dass Menschen mir schreiben, dass sie sich durch meine Arbeit gesehen fühlen. Und ich diese Vorbilder nicht hatte.

Du bist durch die Serie „Maxton Hall“ für viele Menschen erstmals sichtbar geworden. Gab es einen Moment, in dem du gemerkt hast: Jetzt verändert sich etwas?

Der erste Moment war auf der Premiere. Die Fans zu sehen, das war crazy. Im Privaten habe ich es dann erst später gemerkt: erkannt werden auf der Straße, mehr Anfragen, generell mehr Sichtbarkeit.



BOLERO
MAJA GLOTZ
DRESS KROBOS
JEWELRY
KITSCH KIOSK

CREATIVE DIREKTION & STYLING
LUIS SCHÖLL & HEIDI RAUCH

FOTOGRAF
ERIC TERREY

TALENT
ANDREA GUO REPRESENTED BY
OHEY ARTIST MANAGEMENT

HAIR + MAKE UP
MAI ANH RUDOLPH

FOTO ASSISTANT
DAVID JÄGER

STYLING ASSISTANTS
BETTY MEISSNER, GRETA KÖPSEL
JOSH HUTZL



SWEATER
EVYNIT
PANTS
LENA ELBERFELD
BAG
REJINA PYO VIA THE SET ARCHIVE
SHOES
DOROTHEE SCHUMACHER

»Verschiedene Seiten
von mir
herauszuholen
macht mir
am meisten Spaß.«

**Hat sich das sehr plötzlich angefühlt oder eher
schleichend?**

Eher schleichend. Meine Karriere war immer Step by Step, wie Treppenstufen.

**Hast du das Gefühl, dass dich Menschen eher über deine
Rolle wahrnehmen anstatt dich als Person?**

Ja, ich wurde anfangs oft auf das Projekt oder meine Rolle angesprochen. Aber das verändert sich gerade, mittlerweile werde ich mehr als Person wahrgenommen.

**Du spielst in „Maxton Hall“ eine Nebenrolle, die klassische
„Eine Freundin von“-Rolle. Stört dich das?**

Ich habe schon das Gefühl, dass die Leute meinen Charakter in der Serie als eigene Person anerkennen. Klar hat meine Rolle eine Funktion, aber das ist für mich völlig fein. Und ich habe auch im echten Leben kein Problem damit, eine unterstützende Rolle einzunehmen. Es sollte viel mehr Menschen geben, die das genießen können.

**Mit „House of Yang“ und „Love Me, Love Me“ hast du gerade
an sehr unterschiedlichen Projekten gearbeitet. Was hat dich
daran gereizt?**

Genau das, also dass sie so unterschiedlich sind. Ich liebe Herausforderungen. Bei „House of Yang“ habe ich eine Mutter gespielt – Körpersprache, Stimme, alles war anders. Und direkt danach bin ich nach Italien und habe wieder eine Teenie-Rolle gespielt. Diese verschiedenen Seiten von mir herauszuholen macht mir am meisten Spaß.

**„House of Yang“ lief im Kontext der Berlinale, fühlt sich
das anders an als ein klassischer Serienrelease?**

Ja, ich habe das Gefühl, dass es innerhalb der Branche ernster genommen wird.

Woran misst du denn eigentlich deinen Erfolg?

Wenn ich Nachrichten bekomme von Menschen, die sich gesehen fühlen, dann weiß ich, dass ich auf dem richtigen Weg bin. Aber ich habe nicht dieses „Ich hab’s geschafft“-Gefühl.

Also kein klassischer I-Made-It-Moment?

Nein. Ich bin eher dankbar für die Chancen und will einfach weitermachen. Für mich ist das eigentliche „Ankommen“, den Weg zu genießen.



»Wie willst du als
chinesische
Österreicherin in
Deutschland
Schauspiel machen?«



HUT
MAJA GLOTZ
BOLERO
JANA TOEBROCK
TOP
STYLIST OWNED
PANTS
NOWRUBI
JEWELRY
KITSCH KIOSK

»Für uns gehört *gesellschaftliche Verantwortung* zum Selbstverständnis und ist Teil unserer DNA«

JASMIN WEBER, Berliner Sparkasse

Zwischen Krisen, Inflation und Zukunftsfragen wünschen sich viele Menschen vor allem eins: Sicherheit. Wie schafft es die Berliner Sparkasse, gerade jetzt Vertrauen und Stabilität zu vermitteln?

Als regionales Kreditinstitut bieten wir unseren Kundinnen und Kunden kurze Wege sowie persönliche Ansprechpersonen vor Ort und über die digitalen Kanäle. Wir beraten unsere Kundinnen und Kunden individuell und auf Augenhöhe – abgestimmt auf ihre jeweilige Lebensphase und ihre persönlichen Ziele. Gerade in turbulenten Zeiten suchen wir aktiv das Gespräch, nehmen Sorgen ernst und passen bei Bedarf gemeinsam die Anlagestrategie an.

Viele junge Menschen wollen unabhängig sein und ihre eigenen Ideen verwirklichen – vom kreativen Projekt bis zum ersten eigenen Business. Wie unterstützt die Berliner Sparkasse dabei, aus Visionen Realität zu machen?

Wir haben ein eigenes Team, das auf Gründungen und Startups spezialisiert ist und in diesem Bereich viel Erfahrung hat. Wir sprechen mit Gründerinnen und Gründern sehr offen – angefangen beim Businessplan bis hin zu möglichen Varianten der Finanzierung, weit über den Sparkassenkredit hinaus. Es geht also nicht nur um die passenden Finanzierungslösungen, sondern um alle Fragen rund ums Gründen. Mit unserem großen Netzwerk in der Stadt und unserer Erfahrung unterstützen wir dabei, aus einer ersten Idee ein erfolgreiches Unternehmen zu entwickeln.

Gerade beim Thema Geldanlage fühlen sich viele schnell überfordert. Wie zeigt die Berliner Sparkasse, dass Vermögensaufbau auch mit kleinen Beträgen möglich ist?

Uns ist es wichtig, unseren Kundinnen und Kunden Orientierung zu geben, damit sie finanzielle Entscheidungen treffen können, die zu ihren individuellen Zielen, ihrer Sparfähigkeit und ihrer persönlichen Risikobereitschaft passen. Für den Einstieg in die Geldanlage bieten wir etwa Wertpapier-Sparpläne an, die einfach und unkompliziert abgeschlossen werden kön-

nen. Schon mit kleinen Beträgen kann damit in überwiegend ETF-basierte Portfolios angelegt werden. Für den langfristigen Vermögensaufbau empfehlen wir eine ausgewogene Aufteilung in kurz, mittel- und langfristige Anlagen, um Ertrag, Verfügbarkeit und Sicherheit sinnvoll miteinander zu verbinden.

Haltung und gesellschaftliche Verantwortung spielen heute eine große Rolle. Warum ist Engagement für die Region und die Menschen vor Ort ein so wichtiger Teil der Berliner Sparkasse?

Für uns als Berliner Sparkasse gehört gesellschaftliche Verantwortung zum Selbstverständnis und ist Teil unserer DNA. Als regional verankerte Sparkasse unterstützen wir die Menschen und die Entwicklung unserer Region – in den Bereichen Sport, Kultur, Wissenschaft & Wirtschaft, Umwelt sowie Soziales & Bildung. Im vergangenen Jahr haben wir dafür 7,9 Millionen Euro für gemeinwohlorientierte Projekte bereitgestellt. So z.B. bereits zum sechsten Mal den Fashion Council Germany und damit auch die Berlin Fashion Week.

JASMIN WEBER, Bereichsleiterin Privat- und Firmenkunden bei der Berliner Sparkasse, steht für die ganzheitliche Betreuung von Kundinnen und Kunden aus beiden Segmenten. Mit ihrer langjährigen Erfahrung im Bankwesen und ihrem Fokus auf kundennahe, digitale Lösungen treibt sie die Weiterentwicklung von Serviceangeboten und die Stärkung regionaler Wirtschaftspartner voran.



TOP
LENA ELBERFELD
PANTS
NOWRUBI
JEWELRY
KITSCH KIOSK

Ausgebeutet im Namen der Leidenschaft

Wie viel »Leidenschaft« kann eine Industrie eigentlich verlangen, bevor klar wird, dass es Ausbeutung ist? Unsere Autorin rechnet nicht mit dem Glamour ab – aber mit der Skrupellosigkeit, mit der er benutzt wird, um fragwürdige Arbeitsbedingungen zu legitimieren.

Von Jule Drenker

Ich weiß nicht, ob ich in dieser Branche bleiben will. Nicht, weil ich gescheitert bin. Sondern, weil ich müde bin. Denn vieles fühlt sich nicht nach Freiheit an, sondern nach einem Dauerzustand aus Unsicherheit, der uns in der Modebranche nur anders erzählt wird: Ich dachte lange, Flexibilität sei das Versprechen der neuen Arbeitswelt – besonders in der Mode. Es wirkt ja irgendwie so leicht: flexibel sein, offen für alles, ständig neu denken. Doch je mehr ich diese Flexibilität ausreize, desto mehr merke ich, wie sie mich in Unsicherheit verfängt. Sie hält mich fest in einem Zustand, in dem ich kaum noch Perspektive für mich sehe – keine klaren Wege oder festen Strukturen. Ich stecke so viel unbezahlte Zeit in Jobs, die kaum Sichtbarkeit bringen, und während alle von Optionen sprechen, frage ich mich, ob ich am Ende einfach nur verzweifelt flexibel bin.

Jedes Mal, wenn ich erzähle, dass ich in der Modebranche studiere oder arbeite, ist die Reaktion die gleiche: Die Augen werden größer und bewundernder. Von außen klingt alles nach Glamour, nach einem Zugang zu einer Welt, die für viele unerreichbar scheint. Mode hat diese Aura. Sie scheint dich interessant zu machen, fast ein bisschen begehrenswert. Als würde allein die Nähe zu ihr dich aufwerten. Und dieser Illusion würde ich gerne etwas von ihrem Reiz nehmen.

Aber es ist gar nicht so einfach, über etwas zu schreiben, das mich gerade noch so sehr bewegt – etwas, bei dem meine Gedanken noch unsortiert sind und noch so viel Unausgesprochenes in sich tragen. Und ich würde lügen, wenn ich behaupten würde, es würde mir nicht auch ein bisschen schwerfallen, so ehrlich darüber zu schreiben. Aber ich bin einfach so müde. Und das nicht auf eine romantisierte „Girlboss-ist-erschöpft“-Art. Sondern wirklich müde.

Ich bin müde davon, meine Zeit gegen vage Versprechen einzutauschen. Müde davon, mich für Möglichkeiten dankbar fühlen zu sollen, die eigentlich nichts anderes sind als unbezahlte Arbeit. Müde davon, in einer Branche zu funktionieren,

die ständig von Leidenschaft spricht, aber strukturell darauf baut, sie auszunutzen.

Ich bin von der Verkleidungskiste das erste Mal mit 14 auf dem Laufsteg gelandet. Auch ziemlich verkleidet, aber diesmal offiziell. Eigentlich nur, weil jemand spontan ausgefallen ist. Das war definitiv eine früh einschneidende Erfahrung für mich als so ein junges Mädchen. Danach machte ich dann parallel zu meinem Abitur eine Designausbildung, bei der ich meine Abschlusskollektion selbst präsentieren musste – weil ich mir kein Model leisten konnte. Dann das erste Praktikum – natürlich unbezahlt, aber zum Glück habe ich noch bei meinen Eltern gewohnt. Dann war ich das erste Mal bei der Berliner Fashion Week dabei – absolutes Highlight, nach Hause gegangen bin ich mit nichts als einem Zertifikat, das meine Anwesenheit offiziell bestätigen sollte. Danach machte ich sogar noch eine teure Weiterbildung zur Fashion Stylistin, damit meine Kompetenz und mein guter Geschmack auch „offiziell“ wirken.

Dann das zweite Praktikum – immerhin bezahlt, aber so, dass ich am Wochenende zusätzlich arbeiten musste, um unter der Woche meinen „Fashion-and-Glamour-Week“-Traum leben zu können. Und jetzt mache ich ein Studium, das jeden Monat mehrere hundert Euro kostet.

Ich sage zu, arbeite mit, bin Teil von Projekten, die nach außen groß und wichtig wirken, und merke erst später, dass dafür eigentlich kein echtes Budget vorgesehen ist. Ich arbeite stundenlang am Set, übernehme Aufgaben, denke mit, bringe mich ein – oft weit über das hinaus, was eigentlich tragbar ist – und gehe am Ende mit einem „Danke“ nach Hause. Ich stehe Backstage auf Fashion Weeks oder anderen großen Events, sehe, wie viel Geld und Aufmerksamkeit im Umlauf sind, und frage mich gleichzeitig, warum davon so wenig bei denen ankommt, die die Arbeit wirklich machen.

In der Mode scheint Flexibilität Voraussetzung zu sein – und ein Nährboden für Ausbeutung. Ich merke das gerade besonders stark. Ich soll ein weiteres Praktikum machen. Eigentlich ein logischer nächster Schritt in meinem Studium

und total aufregend. In der Realität ist es aber ein Bewerbungsprozess auf Stellen, die entweder nicht bezahlt sind oder so schlecht, dass Existenzangst fast schon zum Jobprofil gehört.

Das heißt auch: Es geht längst nicht mehr nur um Talent. Es geht darum, wer es sich leisten kann, unbezahlt zu arbeiten. Ein Filter, der viele ausschließt, bevor sie überhaupt zeigen können, was in ihnen steckt. Am Ende entscheidet, wie viel Rückhalt du hast. Wie viel Geld im Hintergrund existiert, das deinen Traum querfinanziert.

Die Ausbeutung sieht selten brutal aus. Sie kommt höflich daher. Gut formuliert, ästhetisch verpackt, als „Opportunity“, als „Erfahrung“, als etwas, für das man dankbar sein soll. Und genau das macht die Ausbeutung so schwer greifbar. Man arbeitet zu viel, verdient zu wenig, lebt von Unsicherheit zu Unsicherheit – und trotzdem hat man ständig das Gefühl, sich nicht beschweren zu dürfen, weil irgendjemand anderes sofort bereit wäre, den Platz einzunehmen. Konkurrenz ist der Nährboden für diese Ausbeutung, die permanente Angst, ersetzbar zu sein – weil man es auch ist.

Ich bin nicht hier, um der Modeindustrie ihre Faszination abzusprechen, wie aufregend sie sein kann, wie sie Räume für Kreativität schafft und neue Ideen hervorbringt. Aber ich will nicht verschweigen, wie sie sich auch von uns jungen Talenten ernährt. Sie braucht uns, unsere Zeit, unser Können, unsere Motivation, unser Durchhaltevermögen, aber warum ist sie nicht bereit, dafür auch vernünftig zu vergüten?

Diese Industrie ist kein Ort mehr, an dem ich mich wohlfühle. Und irgendwie ist es unangenehm zu erkennen, dass die eigene Leidenschaft in einem System landet, das sie nicht schützt und wertschätzt, sondern verbraucht. Meine Angst ist längst nicht mehr die, zu „scheitern“, sondern die, dass ich mich irgendwann daran gewöhne, dass genau dieser Zustand normal sein soll. Ich frage mich, wann aus Möglichkeiten tatsächlich Perspektiven werden. Wann aus diesem ständigen Investieren endlich etwas entsteht, worauf ich stehen kann.



Für das EDITORIAL auf den nächsten Seiten hätten sechs Personen unentgeltlich gearbeitet. Ich lasse die Seiten leer und setze mein entwickeltes Konzept bewusst nicht um. Denn ich werde keinen Text über diese Strukturen schreiben und gleichzeitig genau die Bedingungen reproduzieren, die ich darin kritisiere. Auf den folgenden Seiten gehört die Aufmerksamkeit ausschließlich den Menschen, die für das Editorial gearbeitet hätten, und ihre Credits sollen sichtbar machen, wessen Arbeit in dieser Branche allzu oft als selbstverständlich gilt.

ART DIRECTION + STYLING
Für ein Fashion Editorial auf dieser Seite hätte JULE DRENKER unbezahlt gearbeitet

FOTOGRAF + MODEL
Für ein Fashion Editorial auf dieser Seite hätte HANNES KLINGEHÖFER und ROSALIE NERLICH unbezahlt gearbeitet

HAIR + MAKEUP

Für ein Fashion Editorial auf dieser Seite hätte NATSUMI ALLGÖWER unbezahlt gearbeitet

ASSISTENZ

Für ein Fashion Editorial auf dieser Seite hätten OLIVIA GRÄBER und LISA M. unbezahlt gearbeitet

Ich bin 21 und hatte noch nie eine *Beziehung*

Während um unsere Autorin herum romantische Beziehungen entstehen, bleibt bei ihr die Frage nach der Liebe immer offen. Eine persönliche Geschichte über Liebe, Dating und gesellschaftlichen Druck.

Von *Amelie Houdek*

Und, wie läuft's in der Liebe? Die Frage die jeder Single schonmal gestellt bekommen hat, sei es von den Eltern, den Großeltern, den Freund*innen, den Arbeitskolleg*innen oder irgendwelchen Bekannten. Aber was ist, wenn nichts läuft und du noch nie „Sehr gut, ich bin jetzt in einer Beziehung“ antworten konntest?

Wie in einer der 2000er RomComs meinen Prinz Charming zu treffen, ist einer meiner Träume, seit ich klein war. Allerdings warte ich schon eine geraume Zeit auf ihn – so langsam könnte er also gerne auf einem Pferd angeritten kommen, denn ich bin mittlerweile 21 Jahre alt und bin schon mein ganzes Leben Single.

Zwar hatte ich Dates, eine Menge, aber es wurde nie etwas daraus. Eine lange Zeit hat mich das sehr beschäftigt. Ich habe mir selbst Druck gemacht, in dem ich immer mehr Dinge über die Liebe konsumiert habe, Liebesfilme, Romance Bücher und Tiktoks von Pärchen. Durch die ich mich nur noch deprimierter und einsamer gefühlt habe als ohnehin schon. Und dazu kommen die tausend Fragen, die einem durch den Kopf gehen: wieso ich nicht? Habe ich zu hohe Ansprüche? Bin ich komisch? Will ich es zu sehr? Liegt es an mir? Gibt es die Liebe, die ich will, überhaupt? Wenn ich versucht habe, genau diese Medien über die Liebe kaum bis gar nicht zu konsumieren, kamen die Fragen von woanders: von meinen Freund*innen, meinen Kolleg*innen, meinen Kommiliton*innen und natürlich fragte meine Familie öfters Mal „Und, wie läuft's in der Liebe?“.

Es war mir so peinlich mit 21 sagen zu müssen, noch nie eine Beziehung geführt zu haben. Immerhin haben 14-Jährige heutzutage mehr Erfahrung in dem Bereich als ich. Am besten weiß es niemand, dachte ich. Also fing ich 2023 meine Dating-Jahre an, ich meldete mich auf mehreren Online-Dating-Plattformen an und war mir sicher meinen Prinzen dort zu treffen. Lasst mich diese Jahre einmal zusammenfassen: viele Dates, viel zu viele komische Typen und: keine Beziehung!

In diesen zwei Jahren, in denen ich ein gescheitertes Date nach dem anderen hatte, erhöhte sich mein innerlicher Druck immer mehr. Vorher konnte man argumentieren, ich würde nichts unternehmen, um jemanden kennenzulernen. Aber jetzt tat ich genau das und es half NICHTS! „Was ist falsch mit mir?“, war mein einziger Gedanke.

Ich hatte das Gefühl, die kleine Amelie zu enttäuschen, die immer dachte, sie würde in jeder einzelnen Lebensphase einen Freund haben. Der Plan war folgender: Den ersten Freund hätte ich in der Oberschule (7.-10. Klasse) gehabt, den zweiten in der Gesamtschule (11.-13. Klasse), als Nächstes jemanden in der Uni und den letzten im Job den, den ich auch heiraten würde. Bei jedem Schulwechsel wurde ich enttäuscht. Ich wusste natürlich, dass ich nicht die einzige war, der es so ging, ich hatte ein paar Freund*innen, die ebenfalls noch nie eine romantische Beziehung geführt haben, aber ich fühlte mich trotzdem allein mit der Enttäuschung. Auf Social Media sah ich ständig nur die glücklichen Beziehungen der anderen – unfair.

Auch auf Dates kam die Frage: „Wie viele Beziehungen hattest du schon?“ oder „Wie lange ist deine letzte Beziehung her?“ auf meine Antwort, dass ich noch nie in einer Beziehung war, folgte in den meisten Fällen die nächste Frage: „Warum?“. Ich weiß nie, wie ich diese Frage beantworten soll, ohne etwas aggressiv zu werden. Denn keine Ahnung Hans Peter, ich weiß nicht warum!! Bei einem Date antwortete ich daher immer ruhig mit: „Es hat einfach nie gepasst, entweder mochte ich den Typen und er mich nicht oder andersherum.“

Ich habe mir jahrelang Druck gemacht, weil ich das Gefühl hatte, jede und jeder um mich herum, erwartet, dass ich endlich eine Beziehung habe – auch ich selbst. Außerdem sah ich wie meine Freund*innen Beziehungen eingingen, also kann es nicht so schwer sein, oder? Doch leider schon.

Im Laufe der Jahre habe ich viel darüber nachgedacht, warum ich so verkrampt eine Beziehung haben möchte. Zum einen sind die vielen romantischen Komödien, die ich in meinem Leben schon gesehen habe, daran schuld, dann meine Romance Bücher, meine Familie, die ständig nachfragt, meine Freund*innen, bei denen ich manchmal das Gefühl habe, mein Dating-Leben ist das einzige, worüber wir reden. Und Social Media, aber eben auch das alte Weltbild: der Wert von Frauen misst sich an dem Mann an ihrer Seite.

Im Januar 2024 veröffentlichte die Dating-App „Parship“ die Studie „Liebe 2024: 10 Fakten über Singles und Paare in Deutschland“. Dabei stellte sich heraus, dass knapp jede*r Drit-

te zwischen 18 und 69 Jahren Single ist. Bei Männern ist dieser Anteil (32%) leicht höher als bei Frauen (27%). Meine Generation ist dabei die Generation, mit den meisten Singles. Jetzt könnte man meinen, dass es bei so vielen Singles doch einfach sein sollte, jemanden zu finden. Tja falsch, denn 22% der unglücklichen Singles wollen gar keine Beziehung eingehen.

Nachdem ich mich zwei Jahre lang dumm und dämlich gedatet habe, habe ich mit meinen Freund*innen geredet und vor allem mit mir selbst. Ich habe gemerkt, dass es keinen Sinn ergibt, sich so einen Druck zu machen. Ich habe auf Dates und zu mir selbst nicht mehr: „Ich bin schon 21 Jahre alt“ gesagt, sondern: „Ich bin erst 21 Jahre alt“. Und ich habe angefangen, andere Filme und Serien zu schauen, wie „Friends“ oder „How I Met Your Mother“, in den die Charaktere in Staffel eins gerade mal 25 bis 30 Jahre alt sind und mir zeigen, dass meine Serie noch gar nicht angefangen hat.

Und falls es dir ähnlich geht und du auch immer gefragt wirst: Und, wie läuft's in der Liebe? Und nichts läuft, atme tief durch, genieß dein Singleleben und mach dir nicht so viele Gedanken darüber, wann du deinen Prinz Charming findest, er oder sie wird kommen, aber eben noch nicht jetzt. Liebe – wie man so schön sagt – ist etwas, das man nicht beeinflussen kann, also sollten wir es auch nicht versuchen. So lange schaue ich trotzdem einfach weiter RomComs, aber statt mich zu stressen, freue ich mich darüber, dass die Dramen im Moment die anderen aushalten müssen.

HOT MESS

ist eine Kolumne über die Modeindustrie, Selbstwahrnehmung und das ganze gesellschaftliche Chaos dazwischen. Sie entsteht irgendwo zwischen der Fashion Week und dem Uni-Alltag, zwischen Idealbild und Identitätskrise. Meist kritisch, aber immer persönlich. Eine Kolumne über das Leben als Twenty Something: a hot mess.



Tatsächlich Liebe



Wir scrollen durch perfekte Paare, große Gesten, endlose Highlights – und fragen uns leise, ob das, was wir haben, mithalten kann. Aber vielleicht liegt der Fehler nicht in unserer Beziehung, sondern in der Frage selbst. Wie konnte es so weit kommen und wie kommen wir da wieder raus?

Von Mira Osthoer

Es fallen Begriffe wie *Princess Treatment* und *Bare Minimum* an denen Beziehungen gemessen werden, weil *if he wanted to, he would*.

Wir leben in einer Zeit, in der Beziehungen oft nicht mehr nur etwas Intimes zwischen zwei Personen sind, sondern ständig von außen analysiert und kommentiert werden. Auf

Social-Media sehen wir die perfekten Pärchen und wie eine Beziehung zwischen zwei Menschen aussehen sollte, um ihr volles Potenzial auszuschöpfen. Prachtvolle Blumensträuße, kostspielige Urlaube, aufmerksame Gesten. Es fallen Begriffe wie „Princess Treatment“ und „Bare Minimum“ an denen Beziehungen gemessen werden, weil „if he wanted to, he would“, wenn er wollte, würde er. Ein Maßstab also, den man ansetzen kann, um herauszufinden, ob eine Beziehung genug ist. Gut genug fürs Internet.

Doch geht so der eigentliche Sinn einer Beziehung unter. Das, was wirklich zwischen zwei Menschen passiert, die sich lieben ist nicht mehr wichtig. Denn Beziehungen kriegen Voraussetzungen, die bestehen müssen, um einen Wettbewerb im Internet, um das endlose Glück zu gewinnen. Doch wie sind diese utopischen Erwartungen an Beziehungen in den sozialen Medien gewachsen – und viel wichtiger: Wieso setzen sie tatsächlich so viele Menschen unter Druck?

„If he wanted to, he would“, ist ein Satz, mit dem unsere Generation ständig in den Sozialen Medien konfrontiert wird. Keine Ausreden für faules Verhalten, wenn er wollte, würde er. Nach dieser Logik müsste ein Partner, der wirklich interessiert ist, jederzeit verfügbar sein: Er schreibt sofort zurück, egal ob im Meeting, im Zug ohne Empfang oder nachts um drei. Er plant alle Dates, erinnert sich an jedes Detail und taucht selbst mit Fieber mit einem Strauß Blumen in der Hand vor der Haustür auf – denn „if he wanted to, he would“.

TikTok und Instagram zeigen uns die perfekten Seiten. Unaufgeforderte Liebesbriefe, Überraschungstrips, großer Aufwand. Je mehr wir diese geschönten Realitäten im Netz sehen, desto realer erscheinen sie uns. Und die andere Seite von Beziehungen bleibt immer unsichtbar: Manchmal gibt es Tage, an denen man einfach im Bett liegt und rumgammelt. Nicht immer kann und sollte man seine ganze Energie jeden Tag ausnahmslos in die Beziehung stecken. Und zwei Menschen können nicht immer die gleiche Meinung haben, auch wenn die perfekte Internet-Beziehung einem das vorgaukeln will. Es gibt

Tage und Phasen, in denen Diskussionen und Auseinandersetzungen überwiegen. Und das ist völlig normal. Doch dabei filmt sich eben niemand. Wer sich dann ständig mit den Beziehungen im Netz vergleicht, seinen eigenen Beziehungsalltag nur mit den zur Schau gestellten Hochglanzmomenten der anderen gegenüberstellt, kann gar nicht anders, als sich zwangsläufig in seiner eigenen, realen Beziehung unzufrieden und unvollständig zu fühlen.

Doch Regeln wie „If he wanted to, he would“ oder „Princess Treatment“ statt „Bare Minimum“, heucheln etwas vor, das Liebe niemals ist: universal. Nicht jeder Mensch kommuniziert seine Liebe gleich. Manche lieben laut, andere leise. Auch ein aufmerksames Zuhören oder ein „Guten Morgen“-Text zeigt Aufmerksamkeit und Hingabe. Glauben wir den Social Media Regeln, zählen nur die großen Spektakel als Liebesbeweise, nur die großen Gesten, die für jeden sichtbar sind – und sich gut in einem Video zusammenfassen lassen.

Und die andere Frage ist: Kann man Liebe überhaupt messen? Lieben sich zwei Personen weniger, wenn sie „nur“ an besonderen Tagen zum Essen ausgehen, anstatt jedes Wochenende? Ist ein aufmerksames Zuhören und füreinander Dasein weniger wert als ein großes Liebesgeständnis? Dieser Maßstab setzt jeder Mensch für sich. Man sollte die eigene Sprache der Liebe nicht mit der der anderen vergleichen.

Es muss einen nicht nervös machen, wenn man sieht, wie Online-Paare schon wieder ein Wochenendtrip machen oder sich wieder während einer phänomenalen Date-Night zeigen, sich gegenseitig zeichnen oder ein gemeinsames Hobby entdecken. Denn die eigentliche Qualität einer Beziehung liegt in den Momenten, die nicht inszeniert sind. Die Liebe sollte genauso spürbar sein in Phasen der Ruhe, nebeneinander zu existieren, ohne sich ständig beweisen zu müssen, auch das sollte genügen. Denn Stillstand in Zweisamkeit muss nicht negativ sein. Er kann auch ein Zeichen von Sicherheit und Vertrauen sein. Ohne den ständigen Leistungsdruck.

Vielleicht sollten wir anfangen, diesen Stillstand nicht als Mangel zu sehen, sondern als Luxus – in einer Welt, die uns ständig in Bewegung hält. Wollen wir da nicht alle endlich mal innehalten, um sich zu zweit genug zu sein? Denn am Ende geht es nicht darum, ob eine Beziehung perfekt ist, sondern darum, ob sie auch schwierigen Zeiten standhält und am aller wichtigsten – ob sie echt ist. Und das kann uns nur unser Herz sagen. 

BERLIN CURATED

Die Talente 2026

BERLIN CURATED

Das Berlin Curated Programm wurde von 0049x ins Leben gerufen und wird von der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und von öffentlichen Unternehmen der Stadt Berlin gefördert.

Im Rahmen der Berlin Fashion Week rückt BERLIN CURATED eine neue Generation deutscher Modetalente ins Rampenlicht. Das von Christiane Arp, Sonja Hodzode und Josepha Rodríguez kuratierte Format bietet ausgewählten Studierenden und Absolvent*innen aus ganz Deutschland eine professionelle Bühne für ihre Arbeiten. Wir stellen exklusiv die diesjährigen Talente vor.

Ironie und Kitsch

ALMA
JØRGENSEN

Weißensee Kunsthochschule Berlin

»Mich reizt die performative Seite der Mode, bei der Kleidung die Identität verändern kann. Ich arbeite oft mit Verkleidungen und nutze Hüte, Perücken oder Schleier, um das Model in jemanden zu verwandeln, der zur Geschichte gehört. Ich fühle mich von Natur aus zu kräftigen Mustern und Farben hingezogen und arbeite gerne mit Ironie und Kitsch. Humor ist mir wichtig, und ich möchte, dass meine Entwürfe die Menschen zum Lächeln bringen.«

Fotos © Alma Juhl Jørgensen / Polina Ganz / Jennifer Stellwag / David Koenig



Upcycling und Transformation

PAULINE
BARKE

Lette Verein Berlin

»Ich arbeite häufig mit natürlichen Materialien und integriere Elemente wie Federn, Leder, Pflanzen und Metall, um meinen Entwürfen eine rohe, naturverbundene Note zu verleihen. Nachhaltigkeit ist ein wesentlicher Bestandteil meiner Arbeit, mit einem starken Fokus auf Upcycling und der Transformation vergessener Materialien in einzigartige Stücke.«

Kulturelle Codes

LUDGER
DE LUISE

Hochschule für Angewandte
Wissenschaften Hamburg

»Mein Interesse gilt den subtilen Mechanismen, durch die Kleidungsstücke das Individuum oft unbewusst innerhalb von Hierarchien und kulturellen Codes positionieren. Dieses Bewusstsein entwickelte sich schon früh. Als ich als Kind Gangsterfilme sah, begann ich mich dafür zu interessieren, wie Macht durch Zurückhaltung kommuniziert wird: eine Silhouette, eine Geste, eine Uniform.«

Photo © Theres Summe



Unerwartete
Formen

MARIEKE
VAN LAAK

Hochschule für Angewandte
Wissenschaften Hamburg

»Insbesondere das Drapieren spielt in meiner Arbeit eine zentrale Rolle und ermöglicht es mir, intuitiv mit Stoff zu arbeiten, sodass unerwartete Formen und Strukturen auf natürliche Weise entstehen.«

Experimentelle
Oberflächen

ALEXEY
MEIERTAL

Weißensee Kunsthochschule Berlin

»Ich entwerfe Kleidung in einem experimentellen Prozess, der oft am Computer beginnt. Ich kombiniere verschiedene Softwareprogramme, um Muster, Formen und Ideen zu entwickeln, die ich dann in Kleidung umsetze. Diese Kollektion ist von digitalen Welten und Videospielen inspiriert. Ich habe zwei Charaktere entworfen, um die herum ich Oberflächen und Hardware entwickelt habe.«



Zwei
Heimatorte

NOUR BEN
BELGACEM/
MAISONOUR

AMD Akademie Mode & Design Düsseldorf

»MAISONOUR entstand aus dem Gefühl, nie ganz dazugehören – mehrere Heimatorte in sich zu tragen und gleichzeitig dazwischen zu existieren. Geprägt von einer Dualität zwischen Europa, Deutschland und Nordafrika, Tunesien, übersetze ich diese Spannung in eine klare Designsprache, in der strukturierte, urbane Elemente auf fließende, drapierte Formen treffen.«

Fotos © Marieke vanLaak / Alexey Meiertal / @luk.photography

Saisonunabhängig und
Geschlechtsneutral

VIVIEN
VETTERKIND

AMD Akademie Mode & Design
Düsseldorf

»Meine Entwürfe sind geschlechtsneutral, weitgehend saisonunabhängig und dank adaptiver Methoden mit verschiedenen Körperformen kompatibel. Upcycling und Materialmanipulation spielen eine zentrale Rolle in meinem kreativen Prozess, da sie es mir ermöglichen, das Bestehende auf nachhaltige und handwerkliche Weise neu zu betrachten.«

© Foto: Anna Meyer-Kahlen / David Samens



Rauhe
Oberflächen

DAVID
SAMENS

Hochschule für Angewandte
Wissenschaften Hamburg

»Ich verwende in den meisten Fällen Materialien, die sich durch rauere, gröbere und ungleichmäßige Oberflächen auszeichnen, das verleiht den Stücken einen natürlicheren Look. Meine Entwürfe sind oft von verschiedenen Filmen, Serien, Videospielen und anderen Medien inspiriert.«





Etablierte
Normen
hinterfragen

MAXIMILIAN KIM

Macromedia University
of Applied Sciences Berlin

»In meiner Arbeit untersuche ich, wie Kleidungsstücke die Wahrnehmung von Identität konstruieren und subtil verändern, insbesondere im Zusammenhang mit Männlichkeit und deren sich wandelnden Grenzen. Durch subtile Verschiebungen in Form, Proportion und Kontext kann ich etablierte Normen hinterfragen, ohne auf Provokation zurückzugreifen.«



Handwerkliche
Präzision

MIKA SCHÜRGERS / HIIUNOMME

Lette Verein Berlin

»Ich arbeite mit einem starken Fokus auf Materialität, Textur und handwerklicher Präzision. Besonders interessieren mich natürliche Materialien, Naturfärbung und die Frage, wie sich Werkstoffe im Prozess transformieren und in eine eigene Formensprache übersetzen lassen.«

Fotos © Rene Weintschke / Maximilian Kim / Mika Schürgers

Zwischen Weichheit
und Struktur

NELE HURTIENNE

Hochschule für Angewandte
Wissenschaften Hamburg

»Meine Arbeit geht oft von psychologischen und emotionalen Zuständen aus, die ich in reduzierte Formen, subtile Details und präzise Silhouetten übersetze. Mich fasziniert der Raum zwischen Weichheit und Struktur, und ich entwerfe Kleidungsstücke, die sich sowohl kontrolliert als auch intuitiv anfühlen.«

Photo © Theres Summe / Nick Adolf



Deadstock Materialien JENNIFER STELLWAG

Hochschule Bielefeld
University of Applied Sciences
and Arts

»In einer Welt des Überflusses sehe ich in Deadstock Materialien und durch Upcycling nicht nur den Ursprung meiner Ideen, sondern mein wichtigstes Werkzeug für echten Wandel. Ich möchte zeigen, dass nachhaltige Mode mitreißend, laut und voller Lebensfreude sein kann.«



Regionale Folklore NILS KRAPF

Hochschule Trier

»Aufgewachsen in Bayern, prägten mich regionale Folklore, mittelalterliche Bildwelten und Mythen. Ich untersuche, wie kulturelles Gedächtnis, Identität und Fantasie in zeitgenössische Kleidung übersetzt werden können. Dabei setze ich mich mit Fragen von Queerness, Identität und Zugehörigkeit auseinander.«



Das Herzstück von Berlin Curated bildet ein Team renommierter Branchenexperten

»Niemand startet *perfekt*«

SEVIL UGUZ im Gespräch über BERLIN CURATED, eine bundesweite Plattform, die Nachwuchstalente aus der Modebranche fördert.



Die von Sevil Uguz gegründete Agentur 0049x ist für das Konzept, die Strategie und die Produktion von Berlin Curated verantwortlich

Berlin Curated versteht sich als langfristige Plattform für aufstrebende Talente – weit über den Moment der Fashion Week hinaus. Was war eure ursprüngliche Motivation, dieses Format ins Leben zu rufen?

Das Thema Nachwuchsförderung begleitet uns eigentlich schon seit Jahren. Gleichzeitig schauen wir natürlich auch darauf, wie Fashion Weeks in anderen Ländern junge Talente fördern und sichtbar machen. Uns war wichtig, ein ähnliches relevantes Format auch für Berlin und Deutschland aufzubauen. Dabei geht es bewusst nicht nur um Berlin selbst, sondern um Talente aus ganz Deutschland. Wir lieben Berlin als Standort, aber kreative Nachwuchsförderung sollte nicht nur innerhalb einer Stadt stattfinden.

Wenn du auf die erste Edition zurückblickst: Gab es einen Moment – Backstage, auf dem Runway oder im Austausch mit den Talenten – der dir besonders gezeigt hat, warum dieses Format gebraucht wird?

Für mich war besonders schön zu sehen, wie engagiert das gesamte Team rund um Christiane Arp gearbeitet hat und wie junge Talente plötzlich mit erfahrenen Professionals zusammenkommen. Genau daraus entstehen oft die spannendsten Dinge. Und natürlich ist es auch einfach ein besonderer Moment, die Designer:innen mit ihren eigenen Kollektionen auf dem Runway zu sehen und zu merken, wie viel ihnen das bedeutet.

Gab es auf deinem eigenen Weg Menschen, die dich besonders gefördert oder geprägt haben – und wie hat dich das beeinflusst?

Definitiv mein Netzwerk. Ich merke immer wieder, wie viele unterschiedliche Menschen aus verschiedenen Bereichen mich geprägt haben und wie sehr ich davon profitiere. Oft entstehen die wichtigsten Dinge durch Gespräche, Begegnungen oder dadurch, dass jemand an einen glaubt oder einen weiterempfiehlt.

Du arbeitest eng mit jungen Designer*innen zusammen: Was macht für dich ein echtes Talent aus – über handwerkliches Können hinaus?

Vision und Mut. Natürlich ist handwerkliches Können wichtig, aber am Ende merkt man schnell, ob jemand wirklich etwas Eigenes erzählen möchte. Gleichzeitig muss man in dieser Branche auch einiges aushalten können und darf sich nicht zu schnell verunsichern lassen.



Christiane Arp fungiert als künstlerische Leiterin

Fotos © Berlin Curated



Die BERLIN CURATED Runway Show Spring Summer 2026 bot eine Bühne für frische Perspektiven

Welchen Rat würdest du Absolvent*innen nach ihrem Abschluss mitgeben, wenn sie ihren eigenen Weg in der Modebranche finden wollen?

Redet mit Leuten, zeigt eure Arbeiten und traut euch Dinge einfach auszuprobieren. Und vor allem: Habt keine Angst vor Fehlern oder Rückschlägen. Das gehört komplett dazu und ist mir genauso passiert. Wichtig ist eher, trotzdem weiterzumachen, auch wenn das vielleicht wie ein Standardsatz klingt.

Und gibt es Dinge oder Entscheidungen, von denen du jungen Talenten eher abraten würdest?

Sich zu sehr an Trends zu orientieren. Ich glaube langfristig funktioniert das am besten, was sich wirklich ehrlich anfühlt und nah an der eigenen Perspektive ist.

Wenn du ein paar Jahre nach vorne blickst: Woran würdest du erkennen, dass Berlin Curated genau den Impact erreicht hat, den ihr euch heute wünscht?

Wenn wir stärkere internationale Verbindungen schaffen können, zum Beispiel mit Graduate Shows oder anderen Förderformaten weltweit, und unseren Talenten dadurch noch mehr Möglichkeiten für Austausch und Weiterbildung eröffnen können.

Wenn heute eine Studentin oder ein Student dieses Interview liest und denkt: Berlin Curated könnte eine Chance für mich sein – was würdest du dieser Person raten? Was sollte man jetzt tun, um vielleicht im nächsten Jahr dabei zu sein?

Setzt euch an die Nähmaschine, schaut euch euer Portfolio nochmal kritisch an und zeigt eure Arbeiten so viel wie möglich nach außen. Geht auf Events, spricht mit Leuten und wartet nicht darauf, entdeckt zu werden. Und vor allem: Lasst euch nicht einschüchtern. Niemand startet perfekt und genau dafür sind Formate wie Berlin Curated da.





Marc Khoury, Modedesignabsolvent aus dem Libanon, macht heute seinen Master in Paris.

Nihilisten sind Schisser

Zwischen politischen Krisen und gesellschaftlicher Unsicherheit geraten auch Zukunftspläne ins Wanken. Welche Bedeutung hat ein Modestudium in Zeiten wie diesen? Wie findet man überhaupt noch Sinn bei diesen Aussichten? Für Studierende in Krisengebieten stellen sich diese Fragen noch viel dringender. Der Designstudent Marc Khoury gibt Einblick in seine Studienzeit im Libanon – und erzählt von kreativer Arbeit inmitten schwierigster Umstände.

Von Maxine Schall

W

ährend algorithmisch kuratierte Krisenfeeds im Sekundentakt globale Katastrophen auspielen, inszeniert sich gleichzeitig die Ästhetik

des Schönen als letzte Bastion subjektiver Sinnesproduktion. Zwischen Kriegsrealität, Klimakollaps und digitaler Dauerüberforderung wirkt Nihilismus – also die Überzeugung, dass das Leben keinen höheren Sinn oder Zweck hat – längst nicht mehr wie ein philosophisches Randphänomen, sondern wie ein stiller Zeitgeist. Doch was bedeutet es, in diesem Spannungsfeld Mode zu gestalten, Bilder zu produzieren, Relevanz zu behaupten? Ist ästhetische Praxis nur Eskapismus – oder genau jene Form von Widerstand gegen die Entwertung von Bedeutung, die uns retten kann?

In extremen Situationen kollabiert nicht nur die äußere Infrastruktur, sondern auch unsere innere Ordnung von Sinn und Bedeutung. Wer nicht weiß, wozu er aufstehen soll, ist vom kalten Hauch des Nihilismus berührt, weil er offensichtlich keinen Zweck in seinem Leben sieht. Der Philosoph Werner Schneiders beschreibt diesen Zustand als eine innere Leere, einen Mangel an Sinn und Erfüllung, der den Menschen im Kern seiner Orientierung trifft. Besonders in Zeiten von Krieg und systemischer Gewalt, wenn Leben nicht nur bedroht, sondern gezielt zerstört wird, verschärft sich die Frage nach der Bedeutung. Aber auch hier in Deutschland, jenseits solcher Extremsituationen, verdichtet sich ein ähnliches Gefühl: Individueller Optimismus nimmt ab, das Vertrauen in Politik und

Fotos © Marc Khoury



Straßenszene: Zwischen Chaos und Leichtigkeit. Beirut, irgendwie weiterfahren



Ein Poster in den Straßen des Libanons zwischen Hoffnung und Alltag: „Beirut, May The Angels Never Give Up On You“ – Eine Stadt zwischen Krieg und Kreativität

Wirtschaft verliert an Stabilität. Laut Umfragewerten der Ipsos Global Trends Studie empfinden 82 Prozent der Deutschen das Tempo gesellschaftlicher Veränderungen als zu hoch. Es ist ein Schleier der Ermüdung, der sich nicht mehr nur über persönliches Empfinden legt, sondern sich zu einer kollektiven Wahrnehmung verschiebt.

Aus mitteleuropäischer Perspektive scheinen die eigenen unsicheren Gedanken über die Wertlosigkeit des Seins banaler als an anderen Orten der Welt. Schließlich bleiben Bombeneinschläge und Luftangriffe hier ausschließlich digitale Meldungen. Doch wie verändert sich der Blick auf Mode und Kunst, Kreativität und Relevanz, wenn Krieg nicht medial vermittelt, sondern Teil des eigenen Alltags ist?

Marc Khoury ist 21 Jahre alt, kommt aus dem Südlibanon und hat seinen Bachelor in Modedesign an der Modehochschule ESMOD Beirut absolviert – während wenige hundert Meter entfernt Bomben der israelischen Streitkräfte im Zuge des Nahostkonfliktes die Häuser libanesischer Familien zerstörten. „Die Intensität des Krieges war im letzten Jahr ähnlich wie heute, allerdings etwas kontrollierter“, erzählt Marc Khoury im Video-Call. Der Libanon lebt seit Jahrzehnten in einem Zustand permanenter Fragilität, wo politische Instabilität und immer wieder aufflammende militärische Eskalationen längst Gewohnheit geworden sind. „Das Land ist so klein, dass man die Einschläge überall spürt“, sagt Khoury, „selbst zwanzig Minuten entfernt von einem attackierten Gebiet zittern die Gebäude.“ Während einer Prüfung erlebt sein Kurs genau das:

Eine Explosion zerreißt die Stille. Die Dozentin beendet die Präsentationen abrupt, fordert alle auf, ihre Sachen zu packen. Und doch bleibt ausgerechnet in diesem Moment bei den jungen Designstudierenden vor allem eine absurde Erleichterung hängen: „Rückblickend war es ironisch, weil wir alle einfach sehr erleichtert waren, dass diese Professorin unsere Projekte abgenommen hatte, weil sie immer sehr streng war.“ Zwischen Bombengeräuschen und Panik wird eine bestandene Prüfung plötzlich zum Hoffnungsträger.

Alles, worüber Khoury aus dem letzten Jahr spricht, beschreibt keinen Ausnahmezustand der Vergangenheit, sondern eine Realität, die für viele seiner Freunde weiterhin andauert. Während sie weiterhin im Libanon leben, ist er für seinen Master nach Paris gezogen. Doch jede Nachricht seiner Freunde holt ihn zurück in seine alte Realität: Gerade erst fragte ihn jemand nach alternativen Stoffläden, weil Geschäfte geschlossen oder bestimmte Viertel zu gefährlich geworden sind. Was zunächst nebensächlich klingt, entscheidet innerhalb des Studiums über ganze Projekte. Während sich die politische Lage zuspitzt, laufen Deadlines, Prüfungen und Abgaben weiter.

Die Debatte um Sinnhaftigkeit wirkt in diesem Kontext noch abstrakter. Für die Studierenden vor Ort stellt sich nicht die Frage nach der Relevanz von Mode, sondern nach ihrer Machbarkeit überhaupt. „Du kannst nicht einfach nach Hause gehen und nähen, wenn manche plötzlich weder ihre Wohnung noch ihre Nähmaschine haben, an der sie am Vortag noch gearbeitet haben“, sagt Marc. Kreatives Arbeiten wird so zur permanenten Risikoabwägung – wenn selbst der Weg zum Stoffladen keine Selbstverständlichkeit, sondern eine Entscheidung zwischen Materialsuche und Sicherheit ist. „Um ehrlich zu sein, war immer unsere einzige Sorge, durch den Krieg nicht unseren Abschluss machen zu können. Das war unsere Version von Überlebensinstinkt“, sagt er.

Aus der Perspektive vieler junger Kreativer aus der MENA-Region beschreibt Khoury eine Erfahrung, die sich kaum in westliche Kategorien übersetzen lässt: Ein Aufwachsen in permanenter Unsicherheit, das eine „dickere Haut“ erzeugt, widerstandsfähig, aber nicht unberührbar macht. „Unsere Generation hat zu Beginn des Krieges alles sofort in Memes verwandelt. Mein Feed war voll mit Zitaten wie ‚Me getting ready to serve‘. Es war auf eine seltsame Art belustigend, aber dann beginnt es langsam, Teil der eigenen Realität zu werden. Und dann fangen Bomben an, wenige Kilometer von der Uni einzuschlagen.“

Während sogenannte systemrelevante Berufe die materielle Ordnung aufrechterhalten, stellt sich für viele andere die existenzielle Frage nach dem eigenen Platz und der Relevanz. Gerade in Mode- und Kulturbranchen, die stark von Aufmerksamkeit, Tempo und permanenter Neuerfindung leben, verdichtet sich der Druck: Hat Mode in diesen Zeiten noch einen Sinn?

Auch Marc Khoury ist bewusst, dass das, was außerhalb des Designstudios geschieht weit über die eigene Arbeit hinausgeht. Andererseits lässt das Studium und persönliche Ambitio-

nen keine Pausen zu: „Mode machen ist meine ganz persönliche Realität und das Wichtigste für mein eigenes Ich. Mode ist nicht notwendig, um einen Krieg zu überleben. Ich rette keine Leben. Ich sitze in meinem Zimmer und spiele mit Stoffen. Aber ich könnte auch kein Arzt sein.“

Ein häufiger Denkfehler besteht darin, Bedeutung ausschließlich biologisch zu definieren. Kultur erfüllt eine andere Funktion: Sie stabilisiert Sinn, Identität und Wahrnehmung, gerade in Zeiten gesellschaftlicher Erschütterung. Die französische Schriftstellerin Cécile Wajsbrot formulierte es auf der Berliner Konferenz „Die Freiheit der Kunst in Zeiten von Krieg und Krise“ so: „Sich von der Knechtschaft des Zeitgeistes zu entziehen ist, sich wie Odysseus an einen Pfahl zu binden, um den Gesängen der Sirenen zu widerstehen.“ Doch Kreativkultur ist per se noch kein Gegenmittel zur gesellschaftlichen Überforderung. Ihre stärksten Arbeiten versuchen nicht, Unsicherheiten zu beruhigen, sondern sie sichtbar zu machen. Krieg zerstört Kultur nicht, er radikalisiert sie. Bedeutung entsteht oft nicht nach der Krise, sondern mitten in ihr – etwa in Picasos Anti-Kriegs-Ikone Guernica oder in Schiaparellis surrealen Entwürfen der 1930er-Jahre, die auf eine Welt im Zerfall reagierten. Biennalen in New York oder Venedig zeigen derzeit deutlich eine Kunst, die politische Spannungen, Erschöpfung und historische Verdichtung präzise vermisst. Gleichzeitig entwickelt sich besonders in der Mode eine Gegenbewegung zur permanenten Beschleunigung. Handwerkliche Prozesse, die Zeit verlangen, und Kollektionen, die sich klassischen Saisonlogiken entziehen – weniger als nostalgischer Rückzug, sondern bewusste Verlangsamung.

Gerade deshalb werden Kunst und Mode in Krisenzeiten wichtiger denn je: als visuelle Zeitzeugen, als Mittel, das Innere einer Gesellschaft sichtbar zu machen, aber auch als kurzfristiger Gegenentwurf zu einer Realität, die sich nach einer Pause sehnt. Schönheit als Form des Durchhaltens, als Moment von Ordnung, Fantasie und Kontrolle inmitten des Chaos.

„Mode machen fühlt sich im Vergleich manchmal sehr klein an, aber am Ende des Tages ist es auch eine Flucht und gibt mir in dieser Situation, wo du keinen Einfluss darauf hast, wo und wann die nächste Bombe einschlägt, ein wenig Kontrolle.“ Das Gefühl teilt Marc mit vielen in seiner Generation. Laut der Ipsos-Studie breitet sich besonders unter jungen Menschen eine Form des Nouveau Nihilismus aus. Die Zukunft verliert ihre Verlässlichkeit und Funktion als Orientierungspunkt, die Gegenwart wird zum einzigen Plan, der noch greifbar erscheint. Zwischen nihilistischer Entfremdung und wachsendem Misstrauen gegenüber Institutionen und einer ‚Lebe-im-Moment‘-Mentalität, entsteht eine Generation, die sich nicht bewusst von klassischen Lebensentwürfen verabschiedet, sondern sich pragmatisch an eine Realität anpasst, in der langfristige Planung zunehmend wie ein Luxus wirkt.

„Man vergisst es für eine Sekunde, aber eigentlich ist es überall“, erklärt Marc. Jetzt in Paris spürt er erst durch diese Distanz, was für ein Druck auf ihm gelastet hat: „Hier ist die

Arbeit sehr friedlich und manchmal wird es sogar etwas langweilig, weil man immer sagen kann, dass man etwas später beendet. Im Libanon wusste man nicht, was am nächsten Tag passieren würde, wenn man ein Projekt nicht beendet.“ Nihilistische Gedanken tauchen bei ihm zwar auf, kippen aber nie in Resignation. Während andere in seinem Umfeld unter diesem Gefühl reale Konsequenzen gezogen haben und das Studium entweder pausiert oder abgebrochen haben, war das für Khoury keine Option. Für ihn selbst entsteht eine Art Gegenentwurf zur Sinnlosigkeit. Wenn er sich fragt, ob seine Projekte überhaupt Interesse wecken, ob 200 Leute seinen Text auf Instagram lesen oder niemand, folgt darauf kein Stillstand, sondern eine bewusste Umkehrbewegung: „Ich denke dann: okay, es interessiert niemanden. Also kann ich es einfach machen.“ In seiner Einstellung wird Gleichgültigkeit nicht zum Ende von Motivation, sondern zum Ausgangspunkt.

Am Ende ist es also so, wie es Benedict Wells schon in seinem Roman Vom Ende der Einsamkeit zusammengefasst hat: „In Wahrheit sind all diese Nihilisten und Zyniker Schisser. Sie tun so, als wäre alles bedeutungslos, denn dann gibt es am Ende auch nichts zu verlieren. Ihre Haltung scheint unangreifbar und überlegen, aber sie ist im Innern auch nichts wert.“



Marc Khoury zwischen Deadlines und Bombengeräuschen im Atelier der ESMOD Beirut



Mid 20s

CREATIVE DIRECTION & STYLING
OLIVIA BANSAH

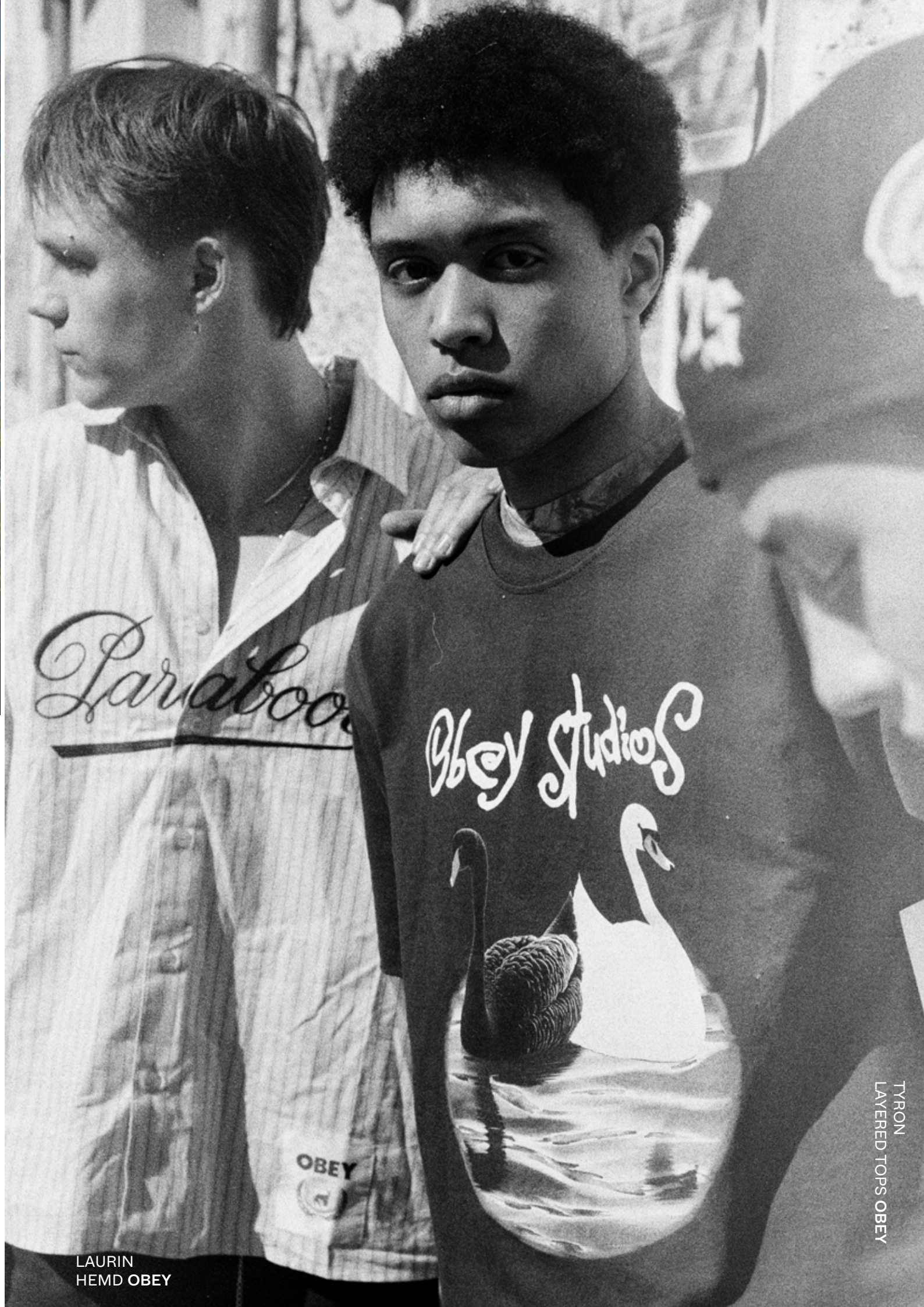
FOTOGRAF
MATTHIES OTTO

HAIR & MAKE-UP
LUCAS OSTER

STYLING ASSISTENT
LEA SHAYENNE SKORIC

ASSISTENT
JASMIN HELDER

MODELS/ TALENT
VICTOR BASS
TYRON TESFAYE (MODELWERK)
LAURIN BUNCKENBURG



LAURIN
HEMD OBEY

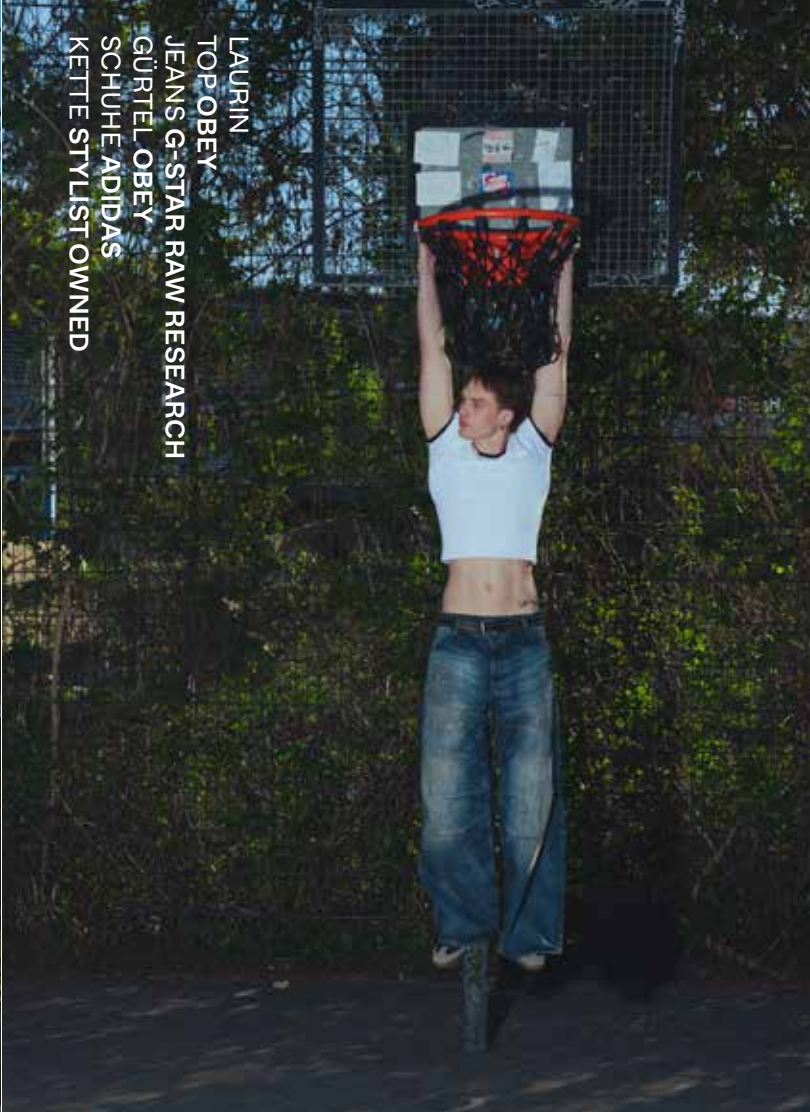
TYRON
LAYERED TOPS OBEY



LAURIN
TOPOBEY
JEANS G-STAR RAW RESEARCH
GÜRTEL OBEY
SCHUHE ADIDAS
KETTE STYLIST OWNED

VICTOR
TANKTOP TWOJEYS
PANTS SLEEPOVER
SCHUHE VANS
SCHMUCK STYLIST OWNED

TYRON
LONGSLEEVE STYLIST OWNED
JORTS G-STAR
COIN POUCH 5OKAY
SCHUHE VANS

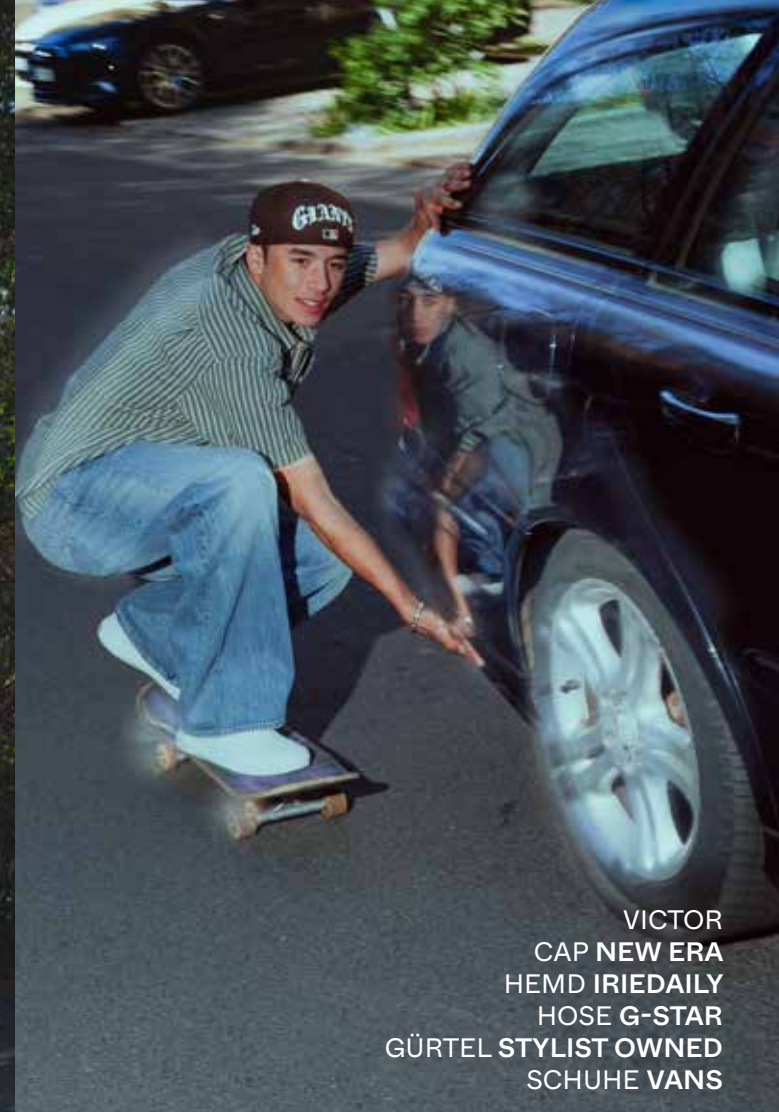


VICTOR
CAP NEW ERA
LONGSLEEVE OBEY
SHORTS STYLIST OWNED
SOCKEN BLUE TOMATO
SCHUHE VANS
SCHMUCK STYLIST OWNED



TYRON
LONG SLEEVE SCUFFERS
JEANS OBEY
SCHUHE VANS

LAURIN
T-SHIRT OBEY
JEANS SCUFFERS
GÜRTEL ZARA X TWOJEYS
SCHUHE ADIDAS



VICTOR
CAP NEW ERA
HEMD IRIEDAILY
HOSE G-STAR
GÜRTEL STYLIST OWNED
SCHUHE VANS

VICTOR
CAP NEW ERA
LONGSLEEVE OBEY
SHORTS STYLIST OWNED
SOCKEN BLUE TOMATO
SCHUHE VANS
SCHMUCK STYLIST OWNED





PALMWINE ICECREAM
Collection MUSE

Mode x Nachhaltigkeit

Style mit Substanz

Fotos © Kenneth Dumevi / Annika Yanura / James Cochrane



JANA TOEBROCK
Collection HER



PLNGNS
Collection Error as asset

Mode hat mit ihren sozialen und ökologischen Folgen einen hohen Preis, den vor allem die Menschen entlang der textilen Lieferkette und unsere Umwelt zahlen. Ein Vorwand, hinter dem sich einige Brands verstecken, um nichts verändern zu müssen: Nachhaltigkeit beschränke die Kreativität. Stimmt das wirklich? Wir haben bei drei Labels nachgefragt, die anders arbeiten – nachhaltiger als die Branche es bisher vorlebt.

Protokolle von Betty Meißner und Greta Köpsel

PALMWINE ICECREAM reagiert auf eine Welt im Wandel: Auf der Erde wird es immer wärmer. Und Hitze verändert auch die Art, wie Kleidung im Alltag funktioniert, wie sie auf der Haut liegt und unsere Körper schützt. Für diese veränderte Welt entwickelte Kusi Kubi seine SS26-Kollektion MUSE, in der atmungsaktive Stoffe und traditionelle Handarbeit aus Ghana aufeinandertreffen.

Dass ich zwischen Accra, London und Berlin pendle, beeinflusst automatisch meinen Blick auf Kleidung. In Ghana spielt Hitze im Alltag eine große Rolle. Kleidung muss leichter sein, atmungsaktiv funktionieren und sich anders bewegen. Materialien wie Mesh, Organza oder leichte Baumwolle entstehen deshalb nicht nur aus einer ästhetischen

Entscheidung heraus. Diese Funktionalität prägt die gesamte Ästhetik der Kollektion und verändert am Ende auch die Silhouette selbst. Stoffe liegen anders auf der Haut, reagieren direkter auf Bewegung und schaffen automatisch eine weichere, fließendere Form von Körperlichkeit.

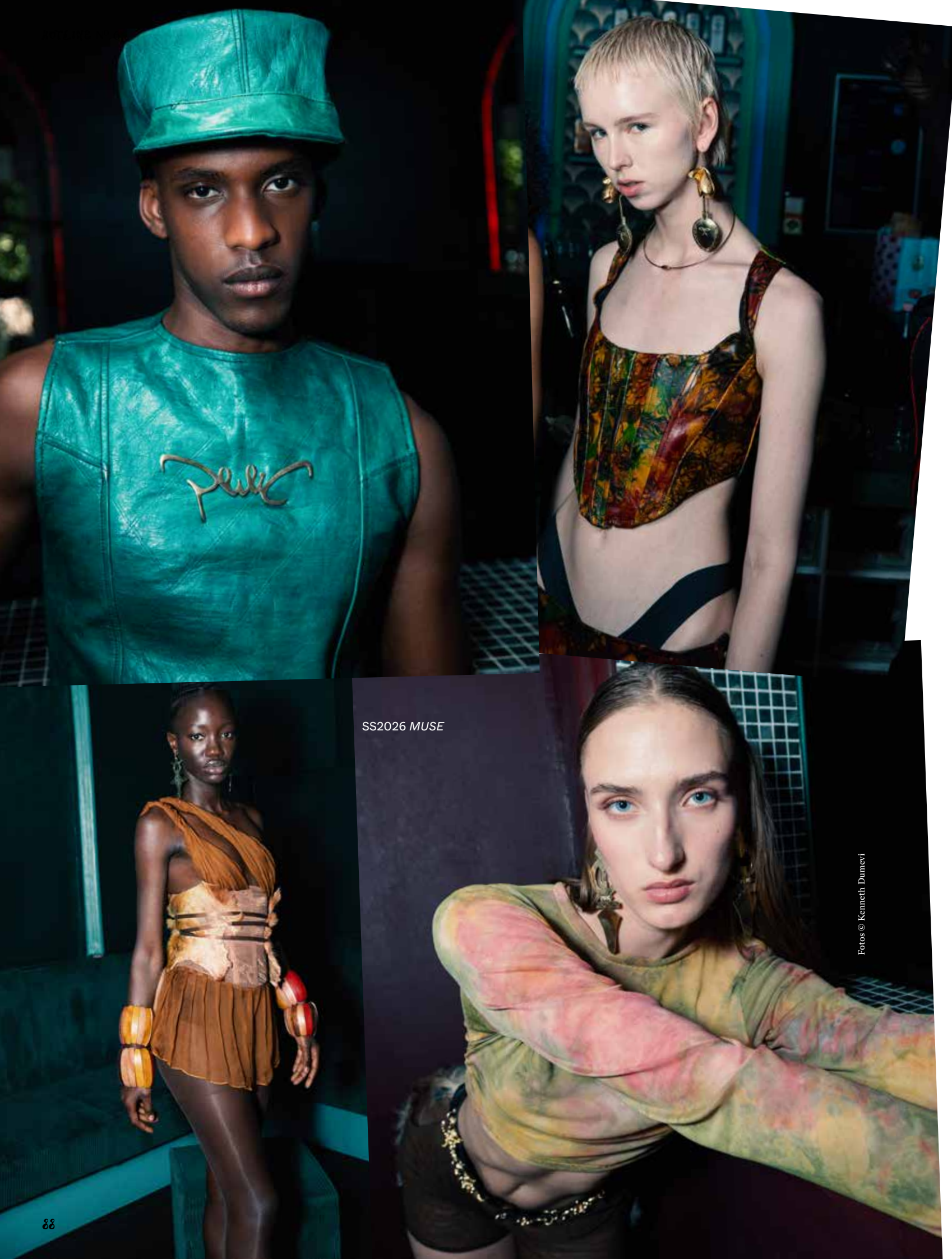
Unsere körpernäheren Silhouetten in SS26 entstanden außerdem durch die Frauen, die mich inspirieren. Ich wollte Stärke, Sinnlichkeit und Selbstbewusstsein zeigen, ohne dass es überinszeniert wirkt. Die Looks sollen Präsenz haben und gleichzeitig natürlich bleiben. Mich interessiert genau dieses Gleichgewicht zwischen Körperlichkeit und Leichtigkeit. Jede Stadt, in der ich lebe, bringt eine andere Energie mit sich, einen anderen Umgang mit Kleidung und auch eine andere Haltung zum Körper. Genau diese Gegensätze halten meine Perspektive offen. Ein prägender Moment war für mich zu sehen, wie viel weggeworfene Kleidung aus dem Westen nach

Westafrika gelangt. Das verändert den Blick auf den Wert von Kleidung komplett. Seitdem beschäftigt mich die Idee von Rekonstruktion immer stärker – mit Dingen zu arbeiten, die bereits existieren, und ihnen eine neue Bedeutung zu geben. Mich interessiert die Idee, Materialien nicht einfach nur wiederzuverwenden, sondern sie so zu verändern, dass daraus etwas Neues entsteht.

Gerade durch Upcycling oder handwerkliche Prozesse entsteht oft etwas Unerwartetes. Manche Materialien sind nur begrenzt verfügbar und manche Ideen verändern sich während des Prozesses komplett. Genau dadurch entstehen oft die spannendsten Ergebnisse. Der bewusste Umgang mit vorhandenen Ressourcen beeinflusst mittlerweile fast jede unserer Entscheidungen im Designprozess.

Ich sehe Einschränkungen nicht als Hindernis. Sie bringen mich dazu, anders zu denken und neue Lösungen zu finden. Gerade traditionelle Techniken interessieren mich, weil man sie immer wieder neu einsetzen kann und sie trotzdem etwas sehr Eigenes behalten. Viele Ideen entstehen erst im direkten Arbeiten mit dem Material. Genau dadurch wirkt der gesamte Prozess persönlicher, unmittelbarer und weniger kontrolliert.

Kusi Kubi, Designer PALMWINE ICECREAM



PLNGNS versteht Mode als Wiedergeburt: Aus bestehenden Materialien – oft aus zerlegten Sneakern – lässt Mitya Hontarenko neue Entwürfe entstehen, die ihre Herkunft sichtbar in sich tragen.



PLNGNS steht für Palingenesis, auf Deutsch „Wiedergeburt“, und beschreibt unsere Arbeitsweise: Unsere Gestaltung entsteht aus vorhandenem Material. Wir beginnen mit dem, was bereits existiert, und entwickeln daraus etwas Neues. Ausgangspunkt ist für uns oft der Sneaker als vielschichtige Grundlage. Wir zerlegen ihn, sortieren seine Bestandteile und setzen ihn neu zusammen. Form entsteht dabei nicht als fertige Idee, sondern entwickelt sich Schritt für Schritt aus dem Prozess und aus dem, was das Material zulässt. Nachhaltigkeit befruchtet unsere Kreativität genau an diesem Punkt.

Wiedergeburt ist für uns kein abstrakter Begriff, sondern gelebte Praxis. Wir arbeiten mit Objekten, die bereits ein Leben hatten und Spuren von Erinnerung und Abnutzung in sich tragen. Diese Spuren bleiben erhalten. Sie werden bewusst in einen neuen Kontext gesetzt und werden Teil der neuen Form. In jedem Entwurf zeigen sich diese Ebenen. Sie bringt Konzentration in den Entwurf und macht Material zur treibenden Kraft. Gleichzeitig setzt sie Grenzen, weil Material nicht jederzeit verfügbar ist und sich nicht beliebig reproduzieren lässt. Diese Begrenzung zwingt uns, flexibel zu bleiben und immer wieder neue Wege zu finden. Sie macht Entscheidungen konkreter, weil jede Ressource einen echten Wert hat.

Uns interessiert dabei wie sich das Material weiterentwickelt und zu einer neuen Geschichte wird. Oft liegt die Geschichte nicht im ersten Eindruck, sondern in den Nähten, Kanten und Übergängen – dort, wo sichtbar wird, wie ein Kleidungsstück oder Schuh aufgebaut ist. Jedes Fragment bringt Informationen mit. Wenn wir daraus neue Entwürfe bauen, bleibt diese Vergangenheit spürbar. Dadurch wirken sie lebendig, direkt und vielschichtig – sie tragen Spuren in sich, die man nicht künstlich herstellen kann. Zeit spielt dabei eine zentrale Rolle. In der SS25-Kollektion haben wir mit Farben gearbeitet, die sich im Laufe der Nutzung verändern und die ursprüngliche Oberfläche darunter freilegen. Mit der Zeit entsteht eine neue Lesbarkeit, die das Stück verändert und zugleich seinen Ursprung sichtbar macht.

Unsere Entwürfe stehen dabei immer im Wechselspiel mit den Menschen, die sie tragen sollen. Unsere Silhouetten entstehen im Verhältnis zum Körper und nicht aus einem fest-

gelegten Ideal. Proportion verstehen wir als etwas Fluides. Sie bleibt offen und verändert sich im Tragen. Ein Look kann auf unterschiedlichen Körpern völlig anders wirken. Diese Wirkung ist gewollt und Teil des Designs. Kleidung tritt damit in einen direkten Dialog mit der Person, die sie trägt. Die Silhouette entsteht erst im Tragen.

Uns geht es außerdem nicht darum, die Produktion um jeden Preis zu erhöhen. Vor allem geht es darum, Qualität, Handwerk und Klarheit zu bewahren. Wachstum bedeutet für uns eher, Strukturen aufzubauen: neue Wege der Beschaffung, neue Partnerschaften und neue Abläufe, die es ermöglichen, weiterzugehen und dabei die eigene Haltung zu bewahren.

Viele industrielle Lösungen reichen für unsere Arbeit nicht aus, deshalb mussten wir eigene Methoden entwickeln, um Sneaker zu zerlegen, zu sortieren, zu verarbeiten und neu aufzubauen. Dieser Prozess gehört zu unserer Arbeit und prägt jedes Ergebnis.

Aus diesem Grund denken wir über Mode hinaus. Recycling, Materialentwicklung, Beratung und Wissensarbeit sind für uns keine getrennten Bereiche, sondern Teile eines gemeinsamen Ökosystems. Wir wollen nicht nur Produkte herstellen, sondern eine Grundlage schaffen, die Veränderung möglich macht. Eine einzelne Kollektion reicht nicht aus, wenn es um Verantwortung, Material und Produktion geht. Es braucht Strukturen, die langfristig wirken und weitergegeben werden können.

Die Berliner Fashion Week ist für uns dabei ein wichtiger Ort. Wir nutzen diese Sichtbarkeit, um Kollektionen zu zeigen und Gespräche über Kreisläufe, Wiederverwendung, Verantwortung und neue Produktionsweisen zu öffnen. Es entsteht ein Raum, in dem deutlich wird, dass nachhaltige Gestaltung kein Kompromiss ist, sondern ein Feld für radikale Kreativität und klare Aussagen. Die Unterstützung durch den Modeverband Deutschland und den Senat im Rahmen des Konzeptwettbewerbs war dabei entscheidend. Sie hat uns geholfen, in einer schwierigen Zeit weiterzuarbeiten. In einem Moment, in dem Verluste und Herausforderungen unseren Alltag geprägt haben, war diese Unterstützung eine reale Grundlage dafür, dass PLNGNS weiter existieren konnte.

Mitya Hontarenko, Designer PLNGLS



Collection *Error as asset*
Show: part of the format
BERLIN CONTEMPORARY
during @berlinfashionwe is
supported by @senwienbe
in cooperation with
@fashioncouncilgermany

Fotos © James Cochrane

Jana Toebrock entwirft Mode, die sich spannungsvoll entdecken lässt: Layering, präzise Nähte, bewusste Konstruktionen und Silhouetten. Slow Fashion mit der Frage: Was bedeutet Wert in einer Branche, die auf Geschwindigkeit ausgerichtet ist?

Ich ziehe meine Inspiration aus Kunst, Musik, Filmen und der Natur. Sehr häufig passiert sie aber tatsächlich im Stoffladen. Sobald ich Stoffe sehe oder anfasse, entsteht sofort ein Bild in meinem Kopf. Dann denke ich direkt: Daraus könnte eine Jacke werden oder daraus könnte ein Mantel entstehen. Materialien geben oft schon eine Richtung vor, noch bevor ich überhaupt einen Schnitt entwickle. Das Material entscheidet früher mit, als ich manchmal selbst erwarte. Über die Haptik oder die Struktur entsteht ein Gefühl dafür, ob etwas hart, weich, elegant oder eher rough wirken soll.

Im Idealfall ist das Material auch nachhaltig. Im klassischen Stoffhandel ist das allerdings nicht immer leicht umzusetzen. Trotzdem versuche ich, Stoffe zu finden, die bereits existieren oder weiterverwendet werden können. Deadstock ist dafür ideal, ich nutze die Überproduktion der Branche, ohne neue Ressourcen zu verbrauchen. Es geht mir darum, mit dem zu arbeiten, was bereits da ist. Ich merke oft, dass Knappheit den Prozess sogar erleichtern können. Wenn die Auswahl nicht unbegrenzt ist, wird schneller klar, in welche Richtung sich ein Design entwickeln soll. Entscheidungen fallen dann schneller und ich arbeite fokussierter. Ich finde es außerdem spannend, wenn Stoffe nicht perfekt sind oder bereits eine Geschichte mitbringen. Oft inspirieren mich genau diese Besonderheiten. Das Material gibt dann häufig eine Stimmung vor und beeinflusst dadurch automatisch die Form. Gleichzeitig ist nachhaltiges Arbeiten oft kompliziert. Ich würde gerne noch konsequenter nachhaltig arbeiten, aber das ist nicht immer möglich. Manche Ideen lassen sich nicht exakt so umsetzen, wie ich sie gestalterisch geplant habe. Manchmal passt ein nachhaltiges Material nicht zu dem Effekt, den ich brauche, oder ich finde es schlicht nicht in der Qualität oder Menge, die ich für ein bestimmtes Kleidungsstück benötige. Das sind Momente, in

denen ich merke, dass ich Abstriche machen muss und genau das macht meine Arbeit und die Handwerkskunst so komplex.

Ich versuche, so nah wie möglich an meiner ursprünglichen Idee zu bleiben. Trotzdem muss ich im Prozess oft spontan umdenken oder andere Lösungen finden. Manchmal funktioniert etwas nicht so, wie ich es mir am Anfang vorgestellt habe. Gerade, weil ich sehr perfektionistisch arbeite. Ich möchte, dass alles genauso wird, wie ich es im Kopf habe. Lernen, loszulassen und Dinge zu akzeptieren, gehört deshalb genauso dazu. Gerade wenn ein Material bestimmte Anforderungen erfüllen muss, wird es schwierig. Oft braucht ein Stoff Stretch, wenn ein Kleidungsstück eng anliegen soll. Andere Materialien müssen Stabilität liefern, wenn etwas Form halten muss. Wenn ich dabei zusätzlich nachhaltig bleiben will, wird die Auswahl sehr schnell begrenzt. Genau daran merke ich immer wieder, wie vielschichtig nachhaltiges Arbeiten wirklich ist. Handwerk bedeutet für mich Präzision und Verantwortung.

Ich hoffe, dass Menschen sehen, wie viel Arbeit in diesen Kleidungsstücken steckt. Jede Naht, jede Entscheidung, jeder Schnitt kostet Zeit, Energie und Konzentration. Ich möchte, dass Menschen, die meine Mode tragen, spüren, dass jemand wirklich daran gearbeitet hat.

Ich wünsche mir daher, dass Kleidung wieder anders wahrgenommen wird und bewusster ausgewählt wird. Kleidung sollte wieder mehr Wert bekommen. Es geht nicht darum, immer mehr zu besitzen, sondern darum, Stücke zu haben, die man wirklich liebt und die man repariert oder anpasst, statt sie zu ersetzen. Mode ist wandelbar, und sie sollte etwas auslösen. Gefühle wie Sicherheit, Präsenz, Selbstbewusstsein stehen beim Tragen von Toebrock im Fokus. Ich möchte, dass Menschen meine Entwürfe anziehen und sich sofort stärker fühlen und im besten Fall bleibt dieses Empfinden.«

Jana Toebrock, Designerin



Berlin Fashion Week
„HER“ Collection



Fotos © Annika Yanura

Männerhass *ist nicht das Problem*

Wir leben in einem **Patriarchat**, also in einem gesellschaftlichen System,

das von Männern auf einer strukturellen, kulturellen und politischen Ebene dominiert wird. Die Privilegien, die Männer dadurch haben, wirken so selbstverständlich, dass sie kaum hinterfragt werden.

Genau das fördert den Erhalt dieses Systems. Verstärkt wird es durch gesellschaftliche Erwartungen, die uns von klein auf vermittelt werden,

wie zum Beispiel durch Kinderfilme oder Spielzeug.

Unsere Autorin Megan Tabe kommentiert, warum Männerhass nicht das Äquivalent zu Frauenhass ist, und wir aufhören sollten „not all men“ zu sagen.

Von Megan Tabe

Ich hasse Männer. Dieser Hass kommt nicht aus dem Nichts. Dieser Hass ist nicht unbegründet. Bevor sich jetzt einige Leser angegriffen oder verletzt fühlen, möchte ich klarstellen, dass dieser Text nicht dazu dient, Männer grundlos zu diffamieren. Dass ich mich auf eine gewisse Art und Weise dazu verpflichtet fühle, diesen Disclaimer zu machen, ist vielleicht sogar schon ein Indiz dafür, warum Männerhass nicht mit Frauenhass gleichgesetzt werden kann.

Was genau unterscheidet also Frauenhass von Männerhass? Frauenhass oder Frauenfeindlichkeit, auch Misogynie genannt, äußert sich durch eine tief verankerte Abwertung und Hass gegenüber Frauen. Er wird durch die Vorstellung befeuert, dass Frauen den Männern unterlegen seien. Misogynie ist Teil eines patriarchalen Systems und zeigt sich in Diskriminierung bis hin zu Femiziden, Morden an Frauen aufgrund ihres Geschlechts. Das Statistische Bundesamt veröffentlicht im November 2025 eine Statistik, die offenbart, dass 2024 weltweit 83.000 Frauen und Mädchen getötet wurden und in 50.000 Fällen Partner oder Familienangehörige die Täter waren.

Ein weiterer erschreckender Fall von Misogynie ist die aktuelle Enthüllung des Nachrichtenportals CNN über eine verborgene Online-Community, in der sich Dutzende Männer darüber austauschen, an Frauen sexuell gewalttätig zu sein. Hatte die Website, auf der sich der ganze Horror abspielt, im Februar 2026 62 Millionen Aufrufe sind es einen Monat später bereits 81 Millionen! Es treiben sich also fast so viele Männer auf dieser Plattform herum, wie Deutschland Einwohner zählt.

Wenn man sich der Definition von Misogynie und deren Auswirkung im Klaren ist, dann sollte einem auch ziemlich schnell bewusst werden, dass Männerhass (Misandrie) nicht mit Frauenhass gleichzusetzen ist. Misandrie im gleichen Aus-

maß wie Misogynie existiert nicht. Sie ist weder systematisch noch mit vergleichbaren Folgen verbunden. Der Männerhass entsteht aus einem Widerstand gegenüber patriarchalen Strukturen und frauenfeindlichem Verhalten. Er richtet sich also nicht gegen bestimmte Personen und führt zu Straftaten und Morden, sondern beinhaltet Kritik am Patriarchat. Man hasst also keine Menschen, sondern ein System, das Männer ständig in den Fokus rückt und primär ihnen Macht gibt.

Dass sich viele Menschen, insbesondere Männer, über diese „Männerhasswelle“ aufregen ist häufig ein Ego-Problem. Indem man sich über Männerhass aufregt, lenkt man die Aufmerksamkeit vom eigentlichen Problem weg, gegen das sich die Wut von Frauen richtet: häusliche Gewalt und dessen Verursacher zum Beispiel. Der Vorwurf des Männerhasses soll Frauen zum Schweigen bringen.

Wenn eine Frau einen Mann für sein misogynen Verhalten kritisiert, ist sie die Böse, eine waschechte Männerhasserin. Sie wird beschuldigt einen „Geschlechterkampf“ unter Frauen und Männern zu fördern. Wenn ein Mann einen geschmacklosen, sexistischen Witz macht, dann ist er kein Sexist, er wird nicht Frauenhasser genannt. Nein, wir die nicht lachen, die es vielleicht sogar wagen, ihn dafür zu kritisieren, wir verstehen nur keinen Humor. Wir müssen mal ein bisschen lockerer werden, es sei ja nur ein harmloser Witz, oder? Spoiler: Es ist in den allermeisten Fällen nicht nur ein harmloser Witz, denn dahinter steckt oft eine Haltung, die Frauen abwertet. Das festigt nicht nur die sexistische Einstellung, sondern trägt auch zur Normalisierung von Frauenfeindlichkeit bei.

Misogynie hat selbstverständlich Abstufungen. Ein sexistischer Witz ist nicht mit einer offensichtlichen Straftat, wie häuslicher Gewalt in einer Partnerschaft oder einem Femizid gleichzusetzen. Doch alles ist Teil desselben Problems: Männer,

die Frauen hassen. Damit sind auch die Männer mitgemeint, die über diese Witze lachen, die schweigen oder wegsehen. Und schnell fällt einem auf, dass doch mehr Männer Teil des Problems sind, als man anfangs denkt. „Not all men“, eine Floskel die gern als Reaktion zur Kritik an Männern genutzt wird. Vielleicht auch eine Floskel, die man anfangs selbst benutzt hat, nachdem einem ein „Ich hasse Männer“ rausgerutscht ist und man die geschockten Blicke gesehen hat. „Not all men“, aber irgendwie doch „all men“, denn jeder dieser Männer hat Privilegien und Macht in unserer Welt.

Wut auf patriarchale Strukturen ist weder irrational noch überzogen, sondern gesellschaftlich und historisch begründet: Sie entsteht aus Jahrhunderten systematischer Unterdrückung, von der Entrechtung der Frauen bis hin zu brutalen Exzessen der Hexenverfolgung zu Beginn der Neuzeit, als Frauen für ihr Wissen, ihre Eigenständigkeit oder schlichtes Anderssein als „Hexen“ verbrannt wurden, und in der die Kontrolle über weibliche Körper und Stimmung systematisch durchgesetzt worden ist. Ich schreibe aus der Perspektive einer Nachfahrin all jener unbequemen, wütenden Frauen, deren Stimme man zum Schweigen bringen wollte. Ihre Geschichte brennt noch immer in mir, als lebendige Erinnerung daran, was Frauenhass anrichten kann. Und wenn ich heute Wut spüre, dann ist sie mehr als persönlich. Weibliche Wut ist daher keine bloße Emotion, sondern eine Form von Erinnerung und Widerstand. Weibliche Wut darf laut sein, sie ist unbequem und sie weigert sich, je wieder zu Asche zu werden.

Wir sollten aufhören uns dafür zu schämen, uns schlecht zu fühlen, unsere berechtigte Wut zu kommunizieren und zu zeigen. Und das richtet sich nicht nur an die Frauen, sondern an alle, die für Gleichberechtigung und Gerechtigkeit sind. Seid wütend, seid unbequem, seid laut, steht für euch und eure Rechte ein.





»It's not
the mountain
we conquer,
but ourselves.«

Sir Edmund Hillary,
New Zealand explorer

CREATIVE DIRECTION & STYLING

LENA KREMPER

SOPHIE EDLMANN

FOTOGRAF

PHILIPP LEHNER

FOTOGRAF ASSISTANT

MORITZ LENZEDER

STYLING ASSISTANT

NINA HEGER

HAIR & MAKE-UP

ANJA SCHAFLEITNER

MODELS

IVA STRECKER

ELLEN KRAMBERGER

OBERTEIL UND ROCK
AZURA

OBERTEIL + HOSE
NADINE AURIN
CORSAGE
LENA HOSCHEK
SCHUHE + SOCKEN
STYLIST'S OWN

KLEID
LENA HOSCHEK



KLEID
NADINE AURIN





OBERTEIL
ALISA ALFRED
ROCK
STYLISTS OWN



OBERTEIL
PLAID À PORTER
HOSE+SOCKEN
STYLIST'S OWN
SCHUHE
MIISTA

OBERTEIL+SOCKEN
STYLIST'S OWN
ROCK
PLAID À PORTER
SCHUHE
MIISTA



CORSAGE
LENA HOSCHEK

BLUSE
STYLIST'S OWN
KLEID
LENA HOSCHEK



KLEID
LENA HOSCHEK
SPITZENSCHÜRZE
PLAID À PORTER
MANTEL
SPORTALM
SCHUHE
SFOACHTL

Eine Woche ohne Handy

Unsere Autorin verliert ihr Handy und lebt eine Woche ohne.

Text + Illustration Maja Sander



Samstagabend, unterwegs mit Freunden, ein schöner warmer Frühlingsabend. Erstmal bei der Open Air in der Renate und dann ab ins Birgit & Bier – immer wieder zücke ich mein Handy, um die bunt beleuchtete Kulisse und meine lächelnden Freunde zu fotografieren. Wir tanzen, wir reden und gegen Mitternacht ging es schon nach Hause.

Müde doch unglaublich erfüllt und zufrieden, komme ich zu Hause an und packe meine Tasche aus, da trifft mich der Schlag: Mein Handy ist weg.

Tränen steigen mir in die Augen, laufen meine Wangen herunter. Meine Bilder, alte Nachrichten und Notizen – alles weg. Ohne digitale Sicherung scheinen meine Erinnerung in Echtzeit zu verblassen. Panisch schaue ich bei „Find my iPhone“ aber es wurde ausgeschaltet, keine Location mehr zu finden. Mein Handy ist weg.

Verheult und voller Schmerz, dass meine wertvollen Bilder weg sind, gehe ich schlafen. Ihr müsst verstehen: Meine Bilder sind nicht nur Bilder für mich, es sind meine Erinnerungen der vielen Orte, die ich besucht habe, Menschen, denen ich begegnet bin und kreative Outfits, die mich immer wieder inspirieren, wenn ich auf sie zurückblicke.

Sonntagmorgen, Tag eins ohne Handy: Ich wache auf und fühle mich leer. Die Angewohnheit des morgendlichen Nachrichten-Checkens – weg. Ich fühle mich allein, unerfüllt. Ich raffe mich auf und gehe zur Polizei, um mein Handy als gestohlen zu melden. Während ich zur Wache laufe, setze ich meine Kopfhörer auf. Das erwartete Geräusch, das sie verbunden sind, kommt nicht, da erfasst mich die Traurigkeit wieder – und etwas Scham, dass ich peinlicherweise immer wieder nach meinem Handy greifen will, was ja aber gar nicht mehr da ist.

Nach dem Besuch auf der Polizeiwache entscheide ich mich zum letzten Ort, wo mein Handy war, zurückzukehren – ohne Erfolg. Mir fällt auf, wie unerfüllt ich mich fühle und vor allem allein, mir wird bei meinem Spaziergang durch Friedrichshain

klar, wie viel eigentlich ein Handy in meinem Leben ausmacht: Freund*innen schreiben, Stories anschauen, Musik hören, Bilder machen – ständige Stimulation. Ich wollte es nicht wahrhaben, doch nichts anderes blieb mir an diesem Sonntag übrig, als zu akzeptieren, dass mein Handy weg ist und ich abwarten und ohne klarkommen muss. Ich setze ich mich also ans Wasser, genieße die Sonne, die Ruhe und fange an, Menschen zu beobachten. Nicht auf dem Display, sondern in echt.

Im Verlauf des restlichen Tages holte ich mir Stimulation und Zufriedenheit von Eindrücken in meinem Umfeld: die Graffitis der Straßen, die Menschen, die an mir vorbeischlenderten. Und plötzlich merke ich, dass ich viel mehr Aufmerksamkeit auf Details lege, als wenn ich mir Menschen auf meinem Display anschau: Alle sind anders gelaunt, in freudigen oder wütenden oder traurigen oder gelangweilten Konversationen. Alle tragen andere Outfits, manche spannend, manche absolut langweilig.

Plötzlich erblicke ich ein vertrautes Gesicht. Eine alte Freundin, die ich lange nicht mehr gesehen habe. Erfreut laufe ich zu ihr und geselle mich zu ihrer Freundesgruppe, mit der sie am Ufer sitzt. Endlich nicht mehr allein. Der Gesprächsfluss ist ungestört, die Stimmung ist gut.

Von meinem gestrigen Erlebnis, dem gestohlenen Handy, habe ich natürlich sofort berichtet – aber plötzlich erzähle ich die Geschichte kaum noch mit Traurigkeit. Langsam spüre ich, wie ich mich damit abgefunden habe, dass mein Handy weg ist und wie ich immer mehr Teil des Moments werde. Die Wertschätzung für die tollen Menschen, denen ich begegnet bin, und für das schöne Wetter an einem Märznachmittag steigt.

Erfüllter als am Morgen gehe ich nach Hause, mit offenen Augen für die Eindrücke, die in Echt auf mich einprasseln. Am nächsten Morgen erwartet mich der erste Uni-Tag seit langem: Ah Shit, kein Wecker ohne Handy. Wieder eine Sache, die mir fehlt. Da erfasst mich wieder die Trauer und Wut, aber nicht mehr darüber, dass mein Handy nicht da ist, sondern darüber, wie abhängig ich eigentlich davon bin. Ich frage also meine Mitbewohnerin, ob sie mich bitte am Morgen wecken könnte.

Montagmorgen, Tag zwei ohne Handy: Auf geht's zur Uni. Zügig mache ich mich fertig, irgendwie schneller als sonst, liegt wohl an der mangelnden Ablenkung. Es ist Workshop Woche, ich habe mich für einen Film Workshop angemeldet, einziges Material was man mitbringen sollte, war ein Handy. Na super, da komme ich ja gut vorbereitet. Peinlich berührt komme ich in den Workshop rein, viele neue Gesichter, ich kenne leider keinen. Ich setze mich hin. Nach der Einleitung in den Kurs frage ich, ob es überhaupt Sinn ergibt, ohne Handy hier teilzunehmen. Manche schmunzeln, manche schauen schockiert – womöglich wegen der Vorstellung von einem geklauten Handy und einem Leben ganz ohne. Vielleicht haben sie sogar noch nie einen Menschen in unserem Alter ohne Handy getroffen, denke ich. Wir werden in zwei Gruppen aufgeteilt. Ich übernehme sofort die Initiative in meiner Gruppe und schreibe Ideen und Rollen auf das Whiteboard. Die Stimmung lockert sich, wir stellen uns gegenseitig vor und teilen uns ein – Kameramann, Editing und weitere Positionen. Schon ist der Tag vorbei und ich bin unglaublich zufrieden mit den besonderen Menschen, die ich heute wieder kennengelernt habe.

Dienstag, Tag drei ohne Handy: Meine Mitbewohnerin weckt mich wieder. Ich mache mich fertig und fahre zur Uni. In der S-Bahn schaue ich mich um, überall gesenkte Köpfe, völlig verschmolzen mit der falschen Realität hinter ihren Displays. Unser Auftrag für heute in der Uni ist es, eine Storyline für den Film zu erstellen. Wir besprechen uns in der Gruppe und ein Thema verbindet uns besonders: die Einsamkeit. Wir alle sind Studierende dieser Uni und wir haben uns noch nie zuvor gesehen und wie alle fühlen uns manchmal einsam. Deswegen wird unser Film zu einem sozialen Experiment, das die Studierenden der Uni zusammenbringen soll. Die Stimmung in unserer Gruppe wird immer herzlicher, schon nach nur zwei Tagen sind mir die Leute irgendwie ans Herz gewachsen. Leider kann ich keinerlei Kontakte mit ihnen austauschen, später nicht noch schnell eine Nachricht schreiben oder die Insta-Story liken, deswegen schätze ich jede Minute, die ich in Echt mit ihnen verbringe. Ich lebe im Moment, ich habe nur Kontakt mit den Menschen, die real vor mir stehen und keinen anderen.

Mittwoch, Tag vier ohne Handy: Der Shooting-Tag, als Filmcrew holen wir eine Couch ab, die wir über Kleinanzeigen geschenkt bekommen haben und stellen sie vor die Uni. Das soll „der Spot“ werden, an dem sich Studierende versammeln und sich endlich kennenlernen können, da wir in der Uni leider gar keinen schönen Ort dafür haben. Die Idee funktioniert, die Kamera ist aufgestellt und filmt, wie sich immer mehr und mehr Leute versammeln. Heute bin ich vorbereitet gekommen, mit einem Notizblock gehe ich herum und sammle Handynummern ein. Für die Zeit, in der ich wieder ein Handy haben werde, vielleicht zukünftig ein Klapphandy. Es fühlt sich an, als reiche ich ein Freundebuch herum, wie früher in der Schulzeit. Freudestrahlend verlasse ich mit meinen neuen Freund*innen die Uni in das gegenüberliegende Café. Beglückt von der Sonne und den witzigen Gesprächen nehme ich diesen Moment im vollen Bewusstsein auf – statt ein Foto zu schießen, mache ich einen mentalen Screenshot: Ich speichere mir eine Erinnerung ab, einen Moment, den ich für immer in meinen Gedanken haben will, ein Bild, an das ich mich immer zurückerinnern möchte.



Donnerstag, Tag fünf ohne Handy und ein freier Tag – keine Uni. Also keine Mitbewohnerin, die mich wecken muss. Am Nachmittag sitze ich mit meinem Laptop vor dem U-Bahnhof Kottbusser Tor und benutze das Rewe Free Wifi, um meinen Freund*innen Mails zu schreiben – sie sind nicht am verabredeten Treffpunkt und ich kann sie nirgends finden – schnell anrufen geht ohne Handy nicht. Doch keine Antwort via Mail. Plötzlich läuft mir wieder ein bekanntes Gesicht über den Weg. Ein junger Mann, den ich ebenfalls seit Monaten nicht mehr gesehen habe. Ein Stein fällt mir vom Herzen, nach einem ganzen Tag Ruhe und kaum Kommunikation, endlich wieder soziale Kontakte. Er fragt mich, ob ich einen Kaffee trinken will und natürlich bin ich dabei. Ohne Handy ist der Verlass auf Freunde sehr wichtig. Wenn sie nicht zu der Zeit auftauchen, zu der wir verabredet waren, werde ich sie nicht finden. Um mich von meiner Enttäuschung abzulenken, gehe ich mit dem jungen Mann mit. Wir machen uns einen schönen Nachmittag und lernen uns besser kennen.

Eine Begegnung, mit der ich nie gerechnet hätte, aber ein weiterer Beweis, dass das Schicksal ohne Handy auf meiner Seite ist und mich mit Leuten zusammenbringt, genau dann, wenn ich es brauche. Immer wieder muss ich daran denken, dass ich nie diese Begegnung mit dem jungen Mann gehabt hätte, wäre mir mein Handy nicht abhandengekommen.

Am Ende der Woche, sieben Tage ohne Handy, schaue ich noch mal im Biergarten vorbei, mein Handy ist wieder auftaucht, jemand muss es dort abgegeben haben.

Zwei Monate später nach meiner Woche ohne Handy: Manche schlechten Angewohnheiten sind wieder zurückgekommen wie Doomscrolling. Manche guten sind geblieben: Statt ständig Handysfotos aufzunehmen, mache ich jetzt häufiger mentale Screenshots, hole mein Handy gar nicht erst raus und weiß, dass ich auch ohne Foto eine Erinnerung abspeichere. Und noch viel wichtiger: Die Hoffnung und Sehnsucht, Nachrichten von Freunden zu bekommen, wurde zum Verlass, dass sie auftauchen.

Aussehen zieht an, Musik hält fest



DJ EgoShooter10000
auf dem Weg in die
Paloma Bar

FLINTA prägen die internationale DJ-Welt, führen Rankings an und revolutionieren vor allem Techno und House. In Berlin etabliert sich derweil DJ EGOSHOOTER10000. *HOTLINE* begleitet sie zu einem Gig. *Text + Bild von Paula Fröling*

W

ie findet ihr das?“ Helena steht vor dem Spiegel, zupft an ihrem Rock und mustert sich von der Seite. Es ist nicht das erste Outfit, das sie an diesem Nachmittag anprobiert. Vielleicht das dritte. Vielleicht das vierte. „Ich weiß nicht ... irgendwie

fühle ich es nicht.“

In weniger als zwei Stunden wird sie in der Paloma Bar in Berlin auflegen. Vor einer Crowd, die sie nicht kennt. Vor Menschen, die entscheiden werden, ob sie bleiben, tanzen – oder gehen.

„H. Blum“ steht auf dem Klingelschild. Wenige Sekunden später öffnet Helena Blum die Tür im zweiten Stock. „Schön, dass du da bist“, sagt sie. „Ich bin etwas krank, ich versuche, meine Bazillen bei mir zu behalten.“

Helena, besser bekannt als DJ EgoShooter10000, wirkt auf den ersten Blick wie jemand, der genau weiß, was sie tut. Ihr Look ist präzise, fast durchkomponiert: erdbeer-bleachblonde Haare, helle Augenbrauen, schwarze Wimpern, die sie in der Mitte spitz wie ein Dorn zusammengebogen hat.

Jetzt steht sie in plüschigen Hausschuhen in ihrer kleinen Wohnung im Wedding, mit Ingwertee in der Tasse und aufgeschnittenem Obst auf einem kleinen Teller – und ist sich nicht sicher, was sie anziehen soll. Die Wohnung ist klein, aber sorgfältig gestaltet. In einer Ecke steht ein Nähtisch, an der Wand hängen Moodboards, daneben eine Schneiderpuppe mit einem weißen Häkelkleid. Im Hintergrund läuft melodische House-Musik.

Die Klingel ertönt erneut – Helenas Freundin kommt herein und bringt zwei ihrer Designs mit, die Helena später bei ihrem Auftritt tragen soll. Ein langer, beiger Rock mit linken Nähten und eine voluminöse Jacke im gleichen Ton hängen in einem Kleidersack. Die Ärmel sind gerafft – fünf Meter Stoff pro Arm.

Helena zieht den Rock an. Der Stoff fällt bis auf den Boden. „Ich habe Angst, dass mir kalt wird“, sagt sie und zieht eine Jeans darunter. „Ich bin sowieso schon krank.“ Sie tritt einen Schritt zurück, schaut in den Spiegel. „Wie findet ihr das?“

Diesmal bleibt die Frage im Raum stehen.

„Ich finde es schön“, sagt ihre Freundin vorsichtig. „Aber man merkt, dass du dich nicht wohlfühlst.“

Noch 15 Minuten, bis sie losmüssen. Helena entscheidet sich um: schwarzer Rüschen-Rock, helle Strumpfhose, kniehohle Plateaustiefel. Sie wirkt sofort sicherer, fast gelöster. „Das sind übrigens die Tracks für den Gig“, sagt sie und nickt in Richtung der Musik.

Im Bad dreht sie die Spitzen ihrer Haare mit dem Glätteisen leicht nach innen. Ihr Make-up ist hell, fast puppenhaft, mit dunklen roten Lippen als Kontrast. Alles an ihr wirkt durchdacht – und gleichzeitig fragil.

Das Uber wartet schon, als Helena noch ihre Ketten einsammelt. In ihre kleine, moosgrüne Tasche passen nur das Nötigste: USB-Sticks, Kopfhörer, Handy, Schlüssel. Mehr braucht sie nicht. Noch 40 Minuten bis zum Gig. Helena sitzt im Uber und ist kein bisschen aufgeregt. „Das wird eine eher

kleine Tagesveranstaltung“, sagt sie. Vor großen Crowds ist sie auf dem Hinweg oft aufgeregt – aber sobald sie im Club ist, die Kopfhörer aufsetzt und ihre Tracks sieht, denkt sie sich: „Let's cook!“ Sie ist sich in ihrem Stil sehr sicher, auch wenn er speziell ist. Ihre Track Selection ist nischig, sagt sie, aber trotzdem sei für jeden etwas dabei. Nicht die Crowd, sondern sie selbst ist ihre größte Kritikerin – manchmal schickt sie Freund*innen verschiedene Versionen ihres Openings, bevor sie sich je nach Stimmung vor Ort für eins entscheidet.

Vor jedem Gig strukturiert Helena ihre Sets bis ins Detail. Früher hat sie nur die ersten Tracks geplant und den Rest improvisiert. Irgendwann hat sie gemerkt: Je besser die Vorbereitung, umso mehr kann sie sich auf das Mixing konzentrieren – auf Harmonie, auf Tonarten, auf den Bogen, den ihr Set erzählen soll. „Vorbereitung gibt mir Sicherheit. So kann ich auch besser eine Geschichte erzählen und den Vibe gezielt entwickeln.“

Und dann ist da noch die andere Angst: dass sie nur wegen ihres Aussehens gebucht wird, oder wegen einer Quote. Oft werde zuerst ihr Look kommentiert und erst danach ihre Musik. Das Visuelle ist natürlich auch ein Teil ihrer Performance – sie erklärt es mit Michael Jackson: Man hört seine Musik auch ohne Musikvideos, aber wenn man die Videos dazu sieht, ist es ein völlig anderes Erlebnis. „Ich will mich nicht mit Michael Jackson vergleichen, ich hoffe einfach: Aussehen zieht an, Musik hält fest. Denn das ist, was die Menschen zum Tanzen bringt.“

16:35 Uhr, Kottbusser Tor – noch 25 Minuten, bis Helena auflegt.

Die Sonne liegt über dem Platz, Menschen drängen sich zwischen Spätis und Dönerläden. Es riecht nach Fett und Rauch. Helena läuft die Treppen zur Paloma Bar hinauf, auf der benutzte Spritzen und Fixerbesteck liegen.

Nach der Taschenkontrolle werden sie von Tal, aka DJ Handbag, und Alex von CuntCore begrüßt, die Helena für den Nachmittag gebucht haben. Tal trägt ein weißes Tanktop mit der Aufschrift „BOYS, BOYS, BOYS“, Alex einen schwarzen



Feingefühl:
Helena bei
der Setlist-
Vorbereitung



Skalitzer
Straße
135, direkt
am Kotti

»Das ist auch eine meiner Ängste: dass ich nur wegen meines Aussehens gebucht werde oder wegen einer Quote.«



Helena in der
Paloma Bar bei
Cunt Core

Rock und ein kurzes Spitzenjäckchen, das seine Brust freilegt – ganz dem Namen der Veranstaltung entsprechend: „CuntCore“. Gebucht haben sie Helena vor allem wegen ihres Sounds, erklärt Tal. „Und auch wegen ihres Auftretens“, fügt Alex hinzu. Schön zu hören, dass der Sound als Erstes genannt wird.

Draußen ist es stickig, der Raum noch nicht ganz gefüllt. Durch die Fenster fällt das Licht eines der ersten warmen Sonntage des Jahres. Draußen fahren U1 und U3 vorbei, auf Augenhöhe. Drinnen dröhnt der Bass.

Tal und Alex führen Helena durch die Räume: ein schlecht beleuchteter Gang, vorbei an Toiletten, eine enge Treppe hoch in die zweite Etage, raus auf die Terrasse. Zigarettenqualm und Gelächter mischen sich mit Sirenen und Abgasgeruch. Die Musik spielt auch hier oben durch Boxen, am Himmel über'm Kotti. Es ist das zweite CuntCore Event dieses Jahr – das erste fand im Sameheads im Februar statt. Und der Name ist Programm. In der Ecke sitzen drei Mädels und ziehen sich ihren Lipliner nach. Vor allem die Girls, Gays und They's finden sich auf der Terrasse zusammen. Netzborteile, All-Leather Outfits, cunty pinke Fellmäntel und Fellschuhe wippen leicht zur Musik in der Berliner Sonne.

Helena stellt ihre Tasche hinter der DJ-Booth ab und holt sich eine Apfelschorle. Sie wirkt konzentriert. Ruhig. Kaum noch etwas von der Unsicherheit aus der Wohnung. Sie nimmt ihre Kopfhörer und den USB-Stick, an dem eine kleine blaue Gummikatze befestigt ist.

Der DJ vor ihr beendet sein Set. Applaus. Helena beginnt.

Bunte Lichter durchbrechen die Dunkelheit, eine Disco-kugel dreht sich hinter ihr. Mit 140 BPM setzt der erste Track ein. Die Tanzfläche füllt sich langsam. Zwei Gäste in der Menge sagen: „Jetzt geht's richtig los.“ Und sie haben recht. Die Musik ist flotter und melodischer als vorher, was den Gästen gefällt. Helena sucht immer wieder Blickkontakt mit den Tänzer*innen, lächelt, bewegt sich im Rhythmus. Konzentriert und gleichzeitig präsent.

Die Energie im Raum steigt.

Als Helenas Set sich dem Ende nähert, ist die Tanzfläche gut gefüllt. Zur House-Musik mischen sich Jungle Sounds. Lächelnde Gesichter, verschwitzte Körper – niemand hält sich zurück oder spielt eine Rolle. Jede*r kann in diesem Space ganz sie selbst sein.

Kurz vor 19 Uhr wird bereits für den nächsten Act aufgebaut – eine Live-Performance von Nicky Miller und Electrosexual. Ein Mikrofon mit Ständer und ein Soundboard werden auf der Tanzfläche aufgebaut. Der letzte Track läuft langsam aus, als Nicky Miller ins Mikro spricht. Es ist fast schade, dass Helena nicht noch diesen letzten Moment bekommt.

Dann ist es vorbei. Tosender Applaus. Sie lächelt über das ganze Gesicht, verbeugt sich kurz und packt ihre Sachen zusammen.

Draußen ist es noch hell, aber Helena fährt schon wieder nach Hause. „Die Leute hatten total Lust zu tanzen – das ist das beste Feedback“, sagt Helena. Ein kurzer Moment Stille, dann ein kleines Lächeln. Helenas größte Kritikerin ist zufrieden. 

Weil's um mehr als Geld geht...



Mit Engagement und finanzieller Unterstützung fördern wir Projekte in den Bereichen Sport, Wirtschaft und Wissenschaft, Kultur, Bildung und Soziales sowie Umwelt.

 **Berliner
Sparkasse**

WIR HABEN GENUG

Unsere Redaktion zeigt sich ungefiltert – mit einem Nintendo fotografiert und ehrlichen Gedanken.



**LUISA
RANDAZZO**

»Ich hab genug davon dass Ehrlichkeit mutig sein muss.«



**EMILIA
SUDROW**

»Der Worte sind genug gewechselt... «



**JULE
DRENKER**

»Ich glaub, ich hab fürs Erste genug...«



**AMELIE
HOUDEK**

»Genug vom Dating.«



**MAXINE
SCHALL**

»Wenn nichts sicher ist, ist der Moment genug.«



**LENA
KREMLER**

»Genug Social Media - switch your telephone off! «



**MEGAN
TABÉ**

»Genug vom Patriarchat«



**LISA
KAUTZ**

»Was ist schon genug?«



**MAJA
SANDER**

»Genug Bildschirm, mehr Wirklichkeit«



**HANNAH
KLINGER**

»Genug ist genug.«



**BETTY
MEISSNER**

»Ich habe genug vom Müssen«



**GRETA
KOEPESEL**

»Ich habe genug vom Vergleichen.«



**PAULA
FRÖLING**

»Genug zu haben bedeutet nicht Überfluss, sondern genau das Maß, das man wirklich braucht.«



**MIRA
OSTHOER**

»Ich hab genug davon mein Glück ständig zu hinterfragen!«



**OLIVIA
BANSAH**

»Ich habe genug gesagt«

IMPRESSUM

Hotline No.6 / Sommer 2026

Herausgeberinnen/ Dozentinnen

Kerstin Jacobsen
Carmen Maiwald
Lisa Borges

Chefredakteurin

Emilia Sudrow

Art Direktion

Lisa Borges

Redaktion

Olivia Bansah
Jule Drenker
Amelie Houdek
Lisa Kautz
Hannah-Charlotte Klinger
Maja Eileen Sander
Maxine Schall
Luis Schöll
Megan Tabé
Luisa Randazzo
Betty Meissner
Lena Krempler
Mira Osthoer
Greta Koepsel
Paula Fröling

Redaktionsanschrift
AMD Akademie Mode & Design
Pappelallee 78/79
10437 Berlin

Studiengang

Fashion Journalism & Communication

Studiengangsleitung
Michael Weies
Michael.weies@amdnet.de

Druck
Buch und Offsetdruckerei
H. Heenemann

Fonts
Serifbabe & SandEdge von Charlotte Rohde
Whyte von Dinamo Typefaces
Wubble von Set Sail Studios



www.hotlinemagazine.de

Gefördert durch



Unterstützt von

BERLIN
KURATEUR

0049×

Release Event supported by

♥KMB



Voelkel

Weingut
Thomas-Rüb

Getränke Lydike



Ein Magazin der
Akademie Mode & Design Berlin
amdnet.de

amd

MODE DESIGN STUDIIEREN

LEBE DEINEN TRAUM!

JETZT BEWERBEN!

ALLE INFOS UNTER DEM QR-CODE

AMD Akademie Mode & Design
Fachbereich Design der Hochschule Fresenius





Ein Magazin der
Akademie Mode & Design Berlin
amdnet.de