

Berlin Fashion Week: Neues Selbstbewusstsein

Berlin, 9. Februar 2024 – Vom 5. bis 8. Februar traf sich die Modebranche anlässlich der Fashion Week in Berlin, um die Kollektionen, ihre Designer:innen und den besonderen Stil der Stadt zu feiern. Insgesamt besuchten diesen Februar fast 20.000 Gäste aus dem In- und Ausland die 32 Fashion Shows und 42 Side-Events der Berlin Fashion Week.

Kreative Talente, international relevante Kollektionen, ein junges, begeistertes Publikum, starke Kollaborationen mit neuen Stakeholdern und repräsentative Show-Locations: Mit der Februar-Ausgabe hat die Berlin Fashion Week die Neupositionierung geschafft und ihre Identität, auch im internationalen Vergleich, weiter geformt.

Unter dem Leitmotiv "The responsible movement of freedom, inclusion and creativity" betonte die Berlin Fashion Week an vier Veranstaltungstagen erstmals sehr selbstbewusst ihren eigenen Charakter und schaffte dank viel (auch medialer) Aufmerksamkeit eine neue Relevanz von Mode als Wirtschafts- und Imagefaktor in Berlin.

*„Die Berlin Fashion Week war mit gut 20.000 Gästen aus der ganzen Welt ein voller Erfolg. Das ist vor allem der Verdienst der vielen Talente mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen und Lebensgeschichten, die unsere Stadt zu einem Ort der Kreativität machen. Nach dem Gefühl von Neuanfang im letzten Jahr spürte man in diesem Februar eine neue Euphorie hinsichtlich der Qualität, der Relevanz und des Selbstbewusstseins der Veranstaltung. Das positive Feedback, das wir erhalten haben, bestätigt, dass die Modewelt mit großem Interesse auf Berlin schaut und verfolgt, was hier geschaffen wird. Die Berlin Fashion Week steht für Freiheit, Inklusion und Nachhaltigkeit und hat sich mit diesem eigenen Berliner Profil ihren festen Platz in der internationalen Modebranche erarbeitet“, so **Franziska Giffey**, Senatorin für Wirtschaft, Energie und Betriebe.*

Im Spotlight: Starke Kollektionen und Inszenierungen

Kreative Konzepte, imposante Shows und diverse Modelcasts sorgten für Wow-Momente in der ganzen Stadt. Vor den Veranstaltungsorten bildeten sich lange Schlangen aus einem jungen, trendweisenden und enthusiastischen Publikum. Locations wie das ehemalige C&A-Kaufhaus in Neukölln (Intervention), die Aufwärmhalle des Olympiastadions (William Fan), das B7 am Potsdamer Platz (Sia Arnika, Lou de Bètole, LUEDER), die Turnhalle des Ernst-Reuter-Gymnasiums (SF10G) spiegelten die stilistische Vielfalt der Labels wider und lieferten Besucher:innen eine Sightseeing-Tour durch Berlin – auch bereichert durch die Nutzung

kulturell ikonischer Locations wie der Gemäldegalerie am Kulturforum (Namilia), dem Bode-Museum (RIANNA + NINA) und dem ehemaligen Pressecafé am Alexanderplatz (Olivia Ballard, MARKE, DZHUS, Dennis Chuene, Bobkova, PLNGNS), die durch die Zusammenarbeit mit dem Showcase-Format NEWEST ermöglicht wurde.

Den größten Teil des Fashion Week-Programms bildeten auch in dieser Edition wieder die 18 Shows des Formats Berlin Contemporary, dem man die inzwischen kontinuierliche Unterstützung deutlich anmerkte. Die Gewinner:innen dieser Saison (Avenir, Dennis Chuene, Kitschy Couture, Lou de Bètoly, LUEDER, Malaikaraiss, MARKE, Namilia, Olivia Ballard, RIANNA+NINA, Richert Beil, SF1OG, Sia Arnika und William Fan sowie die vier ukrainischen Labels Bobkova, DZHUS, Glück Clothes und PLNGNS) repräsentierten allesamt ein hohes Qualitätsniveau in puncto Kreativität, Handwerk, Inszenierungen und Show-Produktionen. Einige der Designer:innen setzten sich dabei mit inhaltlich intensiven Themen wie Traumata, Eskapismus oder Erderwärmung auseinander – andere wiederum sorgten mit humorvollen Details und Selbstironie für Leichtigkeit.

Intervention: Stakeholder mit Strahlkraft

Seine Premiere feierte Intervention, das neue Format der in Berlin und Mailand ansässigen Kommunikationsagentur Reference Studios, unter der Leitung von Gründer Mumi Haiati. Highlights des progressiven Programms, das in einem leerstehenden Kaufhaus in Neukölln stattfand, waren die Shows der Labels Anonymous Club, Gerrit Jacob und back2back sowie die Präsentation des Berlin Contemporary-Labels LUEDER im B7 am Potsdamer Platz, die allesamt mit ihren Inszenierungen das Zusammenspiel von Mode und Kunst feierten. Besonders die Montagabend-Show vom New Yorker Designer Shayne Oliver (Anonymous Club) sorgte weltweit für Medienpräsenz. Durch die nahtlose Integration des neuen Formats in den BFW-Kalender gelang es den Veranstalter:innen, eine neue Stimmung der Zusammenarbeit und Einheit innerhalb der Branche zu etablieren und ein internationales Publikum aus Presse, Content Creators und Fashion Professionals für Berlin zu begeistern.

Mehr Shows – mehr Varianz

Zum Facettenreichtum der Berlin Fashion Week trugen auch diesen Februar zahlreiche eigenständig organisierte Shows und Präsentationen von Labels wie Haderlump, Impari, LD-13, Maximilian Gedra und Marina Hoermanseder bei. Die Designer:innen Rebekka Ruetz, Marcel Ostertag, Kilian Kerner und Danny Reinke präsentierten ihre Kollektionen unter dem Namen W.E4. Fashion Day wie in den letzten beiden Saisons gemeinsam in der Verti Music Hall.

Der Berliner Salon: Handwerkskunst aus Deutschland

Eine wichtige Instanz für den talentfördernden Charakter der Berlin Fashion Week ist Der Berliner Salon im Kronprinzenpalais Unter den Linden. Die Gruppenausstellung widmet sich der Unterstützung und Bekanntmachung von deutschem Design und besonderer Handwerkskunst. Die Auswahl der 39 Talente aus den Bereichen Mode, Interior, Kunst, Beauty und Accessoires wurde auch in dieser Saison von Christiane Arp, der Vorstandsvorsitzenden des Fashion Council Germany, in Zusammenarbeit mit Marcus Kurz, dem Geschäftsführer von Nowadays, kuratiert.

“Es macht jede Saison aufs Neue unglaublich Spaß, den Salon aufzubauen. Als wir die Veranstaltung vor 18 Jahren ins Leben gerufen haben, gab es die Bühne für die Designer:innen noch nicht, die die Mode braucht, um sich zu kommunizieren. Wir freuen uns darüber, dass Berlin und die BFW inzwischen so viele Bühnen bieten”, so **Christiane Arp** in ihrer Eröffnungsrede am Montag.

Side-Events: Modemomente in ganz Berlin

Weitere Veranstaltungen wie das 202030 Pop-up mit Themen rund um Nachhaltigkeit, das Fireside-Dinner im Grill Royal, der P100 Press Day von David Koma und die zahlreichen Store- und Showroom-Events im Rahmen des B2C-Formats Studio2Retail sorgten für spannende Modemomente, Streetstyles und Energie in der ganzen Stadt. Mit unabhängigen Side-Events in Ateliers, Stores und Hinterhöfen nutzten lokale Brands und Kollektive wie Platte.Berlin, aber auch große Unternehmen wie Happy Socks die kreative Strahlkraft der Fashion Week und zogen damit auch Modeenthusiast:innen jenseits des Business nach Berlin.

Das gesamte Bildmaterial der Berlin Fashion Week Herbst/Winter Edition 2024 ist im offiziellen [Media Hub](#) verfügbar.

Die nächste Berlin Fashion Week findet vom 1. bis zum 4. Juli 2024 statt.

Über die Berlin Fashion Week

2007 gegründet, findet die Berlin Fashion Week zweimal jährlich statt und hat sich als starker Wirtschaftsmotor und ständige Inspirationsquelle etabliert. Jede Saison repräsentiert der BFW-Kalender das mutige Narrativ der Berliner Mode und zieht mit einem Mix aus Runway Shows, Präsentationen und interaktiven Side-Events ein internationales, renommiertes Publikum an, bestehend aus Presse, Einkäufer:innen, Branchenexpert:innen und Kreativen. Die Berlin Fashion Week bietet Designer:innen und Veranstalter:innen eine Plattform und ist geprägt von der Vielfalt und Individualität ihrer unabhängigen Unterstützer:innen. Seit der Gründung engagiert sich die Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe aktiv und unterstützt eine Vielzahl verschiedener Formate der Berlin Fashion Week, darunter Berlin Contemporary, Intervention, Studio2Retail und NEWEST. Besonderes Augenmerk liegt auf der Förderung aufstrebender Talente.



Pressekontakt:

Julia Branding

PRESS FACTORY GmbH

Fon +49 30 767 339 072

Mobil +49 151 623 131 92

julia.branding@press-factory.de

Eine Veranstaltung von:

