

<http://www.europolitan.de/Kultur/Kunst--Mode/Bread--Butter-kommt-wieder-zurueck-nach-Hause---nach-Berlin/278,15546,0,0.html>



BARCELONA ADÉ

12.02.2009

'Bread & Butter' kommt wieder zurück nach Hause - nach Berlin

Nach vier erfolgreichen Jahren in Barcelona steuert die 'Bread&Butter'-Modemesse wieder ihre Heimatstadt an. Der Szenetreff für Street- und Urbanwear wird künftig in dem

ausgedienten Flughafen Berlin Tempelhof ihre Pforten öffnen. Wird die Hausse weiter anhalten können?

Die Bread&Butter startete im Frühjahr 2001 in Köln, unter dem Namen „Offshow for selected brands“, als ein kleines Fashionevent. Nach nur drei Veranstaltungen zog die Truppe um den Initiator Karl-Heinz Müller nach Berlin. Den Umzug begrüßte die nationale Fachpresse mit Skepsis: Seit vielen Jahren waren Textilmessen am Rhein zu Hause. Doch Müller hatte den richtigen Riecher: Ein neuer Hype war geboren. Berlin stand plötzlich für junge, hipe Modestadt und alle wollten dahin.

Limit erreicht

Die erst anderthalb Jahre alte Firma bezog ein kleines Büro mit sieben Arbeitsplätzen im Prenzlauer Berg. Mit der denkmalgeschützten 20.000qm großen Siemens-Kabelwerkshalle in Spandau fand man den richtigen Ausstellungsort: Im Januar 2003 strömten 15.000 Besucher zu der „Bread&Butter - tradeshow for selected brands“. 230 Marken und Designer stellten aus. Nach vier Saisons wuchs die Veranstaltung auf 580 Aussteller, 34.000 Besucher und großflächige, dazu gemietete Hallen des gegenüber liegenden Pirelli-Geländes. Die Kapazitätsgrenze war erreicht und die schlechte Verkehrsinfrastruktur hatte extreme Wartezeiten am Eingang zur Folge.

Was, wenn nicht Berlin?

„Uns wurde klar, auf diesem Gelände gab es keine Zukunft für uns. Wir mussten uns zwangsläufig nach einem alternativen Standort umschauchen. Eine andere deutsche Stadt kam für uns nicht in Frage, dafür war und Berlin zu stark. Wir waren drauf und dran, die Basis für unser Unternehmen zu verlieren“, erzählt Karl-Heinz Müller. Die Rettung kam aus einer unerwarteten Richtung: Die alle vier Jahre organisierten Olympischen Spiele lieferten die zündende Idee. So kam die Bread&Butter nach Barcelona, in die ehemalige Olympia-Stadt.

Südländischer Erfolg

Seit Sommer 2005 wurde es richtig schizopren: Die Bread&Butter fand in der katalanischen und - zwei Wochen später - in der deutschen Hauptstadt statt. Während Barcelona immer mehr Modebegeisterte anzog, verlor die Parallelveranstaltung an der Spree zunehmend an Bedeutung. Im Juli 2006 blies Müller zum Rückzug: Nach der letzten Berliner Bread&Butter galt die volle Aufmerksamkeit der Branche der südländischen Location.

Der Markt - der König

In den acht Saisons wurde die Bread&Butter zur internationalen Leitmesse für Street- und Urbanwear in Europa. Bei der letzten Veranstaltung im Januar 2009 wurden 800 Brands und

knapp 80.000 Besucher aus über 100 Ländern gezählt. Warum die Entscheidung, den erfolgreichen Weg zu verlassen? „It's time to move on“, erklärte Müller bei der Pressekonferenz am 23. Januar 2009. „The market is the boss - und der braucht gerade jetzt eine grundlegende Erneuerung und Weiterentwicklung. Mit der Rückkehr nach Berlin geben wir die richtige Antwort auf die Wünsche des Marktes.“

Willkommen in Tempelhof

Die kommende „Bread&Butter“ findet vom 1. bis 3. Juli 2009 in den historischen Gebäuden des Tempelhofer Flughafens statt. Die Verträge mit der Stadt sichern das Fortbestehen der Veranstaltung in Berlin für die nächsten zehn Jahre. Unabhängig von dem Austragungsort bleibt der Fokus weiterhin auf Denim, Young Fashion und Sport Lifestyle liegen, den Kernkompetenzen dieser Textilmesse. Die letzte „Bread&Butter“ in Barcelona zeigte ganz deutlich die Richtung, in welcher die internationalen Trends gehen werden. In der Herbst-/Winter-Saison 2009/2010 heißt es ganz deutlich: Used Denim, allgegenwärtige Karo-Muster, Casual-Eleganz, starke Retro-Inspirationen, Einflüsse der 50er, 60er und 70er Jahre und sehr androgyne Mode.

Nach dem Siegeszug der Röhre gelangen die weite Marlene- und die nonchalante Pumphose in die Pole-Position. Das wichtigste Revival-Produkt: der Blazer, oft als Teil eines kompletten Anzugs. Die Farben scheinen der allgemeinen Krisenstimmung zu entsprechen: neben Schwarz sowie Schwarz und Schwarz gibt es auch noch Grafit-, Asphalt und Bleitöne. Zum Glück fehlt es nicht an einer der Missstimmung trotzen Gegenrichtung mit Pflaume und Violett, Petrolgrün und Senfgelb sowie Beige und Cognacbraun. Auf Wiedersehen in Berlin!

Verwandte Artikel

SELBSTBEWUSSTSEIN SIEHT ANDERS AUS - Kommentar zur Fashion Week Berlin – ein erfolgreicher Rückblick?

DAS REGIME NACH DEM REGIME - Bukarest feiert die Fashion Week: Fest im Griff der Mode

MODEMESSEN IM WETTBEWERB - Bread&Butter vs. Fashion Week: Heidi Klum sticht Naomi Campbell aus