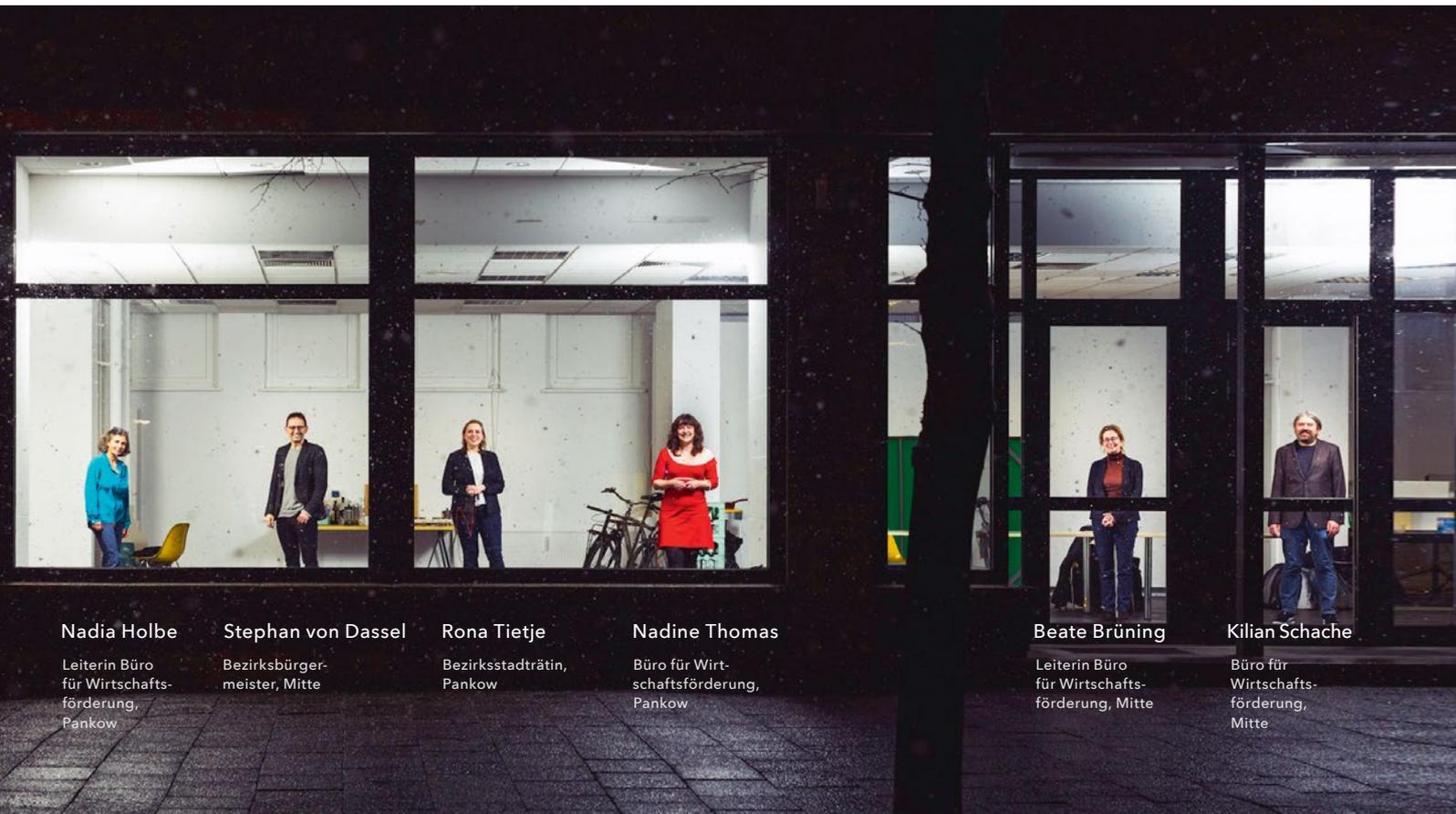


Ein nachhaltiger Modestandort für Berlin



Nadia Holbe

Leiterin Büro
für Wirtschaftsförderung,
Pankow

Stephan von Dassel

Bezirksbürgermeister,
Mitte

Rona Tietje

Bezirksstadträtin,
Pankow

Nadine Thomas

Büro für Wirtschaftsförderung,
Pankow

Beate Brüning

Leiterin Büro
für Wirtschaftsförderung,
Mitte

Kilian Schache

Büro für Wirtschaftsförderung,
Mitte

Im Gegensatz zu Paris, Amsterdam oder New York gibt es in Berlin auch nach 13 Jahren Fashion Week kein Modehaus, das junge Designerinnen und Designer sowie Modeschaffende in ihrer kreativen Arbeit unterstützt. Doch das wird sich jetzt ändern.

Wir sprachen mit Stephan von Dassel, Bürgermeister des Bezirks Mitte, und Rona Tietje, Wirtschaftstadträtin von Pankow, über ihr Engagement für einen Modestandort in Berlin.

Mein/4: Warum engagieren Sie sich für ein Modehaus?

Stephan von Dassel: Die Bezirke verzeichnen einen Rückgang bzw. Stillstand bei den Ansiedlungen neuer Modeunternehmen. Steigende Mieten, mangelnde Standort-Rahmenbedingungen und fehlende Branchenvernetzung führen dazu, dass Kreativpotenzial und handwerkliches Know-how abwandern. Hinzu kommt: Mode ist ein hartes Geschäft. Gerade Unternehmen, die verantwortungsbewusst und ressourcenschonend arbeiten

möchten, erhalten kaum Unterstützung. Dem möchten wir entgegenwirken.

Rona Tietje: Das Bezirksamt Pankow und das Bezirksamt Mitte starteten in Kooperation mit dem Modenetzwirk NEMONA im Juli 2019 das Projekt *Bedarfsanalyse der Modewirtschaft*. Es dient der Entwicklung eines Modehauses für Designerinnen und Designer, Modeproduzenten, Lieferanten oder auch Salesagenturen und angrenzender Gewerke. Das mittelfristige Ziel war von Anfang an der Aufbau eines kooperativen Textilstandortes

im Bezirk Mitte oder Pankow, der eine bezirksübergreifende Anlaufstelle für Modeschaffende bildet und nachhaltiges Design sowie faire Produktionsbedingungen vorantreibt. Wir möchten einerseits junge Unternehmen dabei unterstützen, ihre Marke und ihr Business nachhaltig zu entwickeln, andererseits bestehenden Unternehmen, die wachsen möchten, mit der Plattform zur Seite stehen.

Mein/4: Wo steht das Modehaus?

Stephan von Dassel: In der Memhardtstraße am Alexanderplatz. Dort sehen wir den Modestandort als Einfallstor zum Scheunenviertel, wo sich eine bunte und vielfältige Modellandschaft entwickelt hat. Wir beginnen zunächst mit rund 600 m² und haben die Option, in gut einem Jahr etwas mehr als 900 m² dazuzumieten.

Mein/4: Was für Angebote wird es in diesem Haus geben?

Rona Tietje: Über die Bedarfsanalyse konnten wir sehr genau herausfiltern, welche Angebote die Modeschaffenden in Berlin benötigen, um ihr Unternehmen zu festigen und sich weiterzuentwickeln. Der größte Bedarf betrifft die Sichtbarkeit der jungen und unabhängigen Designerinnen und Designer sowie den Verkauf. Daher werden wir die Vernetzung weiter fortführen, und es wird schon bald einen Showroom und Verkaufsaktivitäten geben. Auch jungen Talenten von den Berliner Hochschulen und den Modeschulen möchten wir eine Plattform geben.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt im Bereich der Produktion. Wir werden einen Makerspace mit den wichtigsten professionellen Maschinen bereitstellen und ein Fotostudio integrieren. Computerarbeitsplätze mit branchenspezifischer Software werden folgen. Zusätzlich werden Workshops zu nachhaltigen Themen und Kreislaufwirtschaft, Digitalisierung der Branche, Marketing und Betriebsführung angeboten. Ab 2022 gibt es dann die Möglichkeit, Ateliers oder temporäre Arbeitsplätze anzumieten.

Mein/4: Wie wichtig sind die Themen Nachhaltigkeit und Digitalisierung?

Stephan von Dassel: Die Modeindustrie gilt als einer der größten Umweltverschmutzer. Neben der Ressourcenverschwendung zählen die CO₂-Emissionen zu den größten Problemen der Fast Fashion. Hinzu kommen Wasserverschmutzung durch Chemikalien, Pestizide und Düngemittel oder die Belastung unserer Umwelt durch Mikroplastik. Sehr wichtig ist uns daher, die Ent-

wicklung von Forschungsfragen rund um das Thema Nachhaltigkeit und Zirkularität voranzutreiben und die Entwicklung besonders innovativer Unternehmen zu unterstützen. In der Berliner Modewirtschaft finden sich bereits sehr gute konzeptionelle Ansätze, die weiter ausgebaut werden sollten. Beispielsweise bietet die



Kunsthochschule Weißensee mit dem *Textile Prototyping Lab* das erste offene Labor für High-Tech-Textilien in Deutschland. Hier streben wir eine enge Zusammenarbeit an. Zudem arbeiten viele der unabhängigen Designerinnen und Designer bereits heute mit nachhaltigen Standards oder möchten dies tun. Diese Bestrebungen werden wir intensiv unterstützen.

Rona Tietje: Wir wollen Perspektiven schaffen und durch moderne, digitale Produktionsweisen und neue Geschäftsmodelle den Wandel beschleunigen. Dies muss entlang des gesamten Wertschöpfungskreislaufs gedacht werden. Allein durch die Optimierung des Designs mit digitalen Hilfsmitteln können enorme Ressourcen eingespart werden. Zusätzlich werden wir das Modehaus auch als digitale Plattform anbieten und Raum für Austausch und zur Vernetzung herstellen. Eine entschlossener Digitalisierung soll auch den Handel stabilisieren. Das heißt, wir werden auch Onlineshopping über die Webseite anbieten.

Info

Möchtet ihr informiert bleiben über die Entwicklung des Modestandortes in der Memhardtstraße? Hier erhaltet ihr alle Informationen:

www.pankow-wirtschaft.de/handlungsfelder/kreativwirtschaft/

Wer mitwirken möchte, den Modestandort in der Memhardtstraße zu verstetigen und Berlins Bedeutung als Modehotspot zu stärken, schreibt eine kurze E-Mail an:

nadine.thomas@ba-pankow.de



Rona Tietje und Stephan von Dassel im neuen Modestandort am Alexanderplatz.

Mein/4: Was bedeutet ein Modehaus für die Region? Wie kann sich solch ein Ort behaupten, wenn doch die Innenstädte eher veröden?

Stephan von Dassel: Wir sehen eine große Chance für mehr Regionalität, weil wir uns das Modehaus als kollaborativen und offenen Ort vorstellen. Zum einen laden wir die Modeschaffenden ein, an verschiedenen Projekten zu arbeiten oder den Makerspace und das Fotostudio für die Produktion zu nutzen. Zum anderen sollen auch die Nachbarschaft, Service und Erlebnisse im Vordergrund stehen. Wir zeigen Ausstellungen, Showrooms und lokale Sortimente jenseits des Mainstreams und werden auch Formate zum Mitmachen anbieten, wie z. B. zum Thema Upcycling oder Reparaturen. In jedem Fall wird das Modehaus Berlin pur sein – man kann eine gute Zeit haben, arbeiten, shoppen, essen und Inspiration finden.

Mein/4: Warum soll gerade die Modebranche unterstützt werden?

Rona Tietje: Berliner Mode ist kreativ, individuell, exklusiv und von hoher Qualität im Design. Diese Mode ist ein Kulturgut. Im Gegensatz dazu ist herkömmliche Bekleidung ein Gebrauchsgut, aber Mode ist Lifestyle, mit dem wir unsere Lebenserfahrungen, unseren ästhetischen Lebensstil und die eigene Identität ausdrücken können. Leider sehen noch zu wenig Menschen in Deutschland, dass auch in der Mode kultureller Wert Bestand hat und bewahrt werden sollte. In Frankreich beispielsweise werden Labels, die nationales Handwerk besonders gut fortführen und damit die Kultur des Landes prägen, mit dem Siegel *Entreprise du Patrimoine Vivant* ausgezeichnet. Diese Erhaltung der Exzellenz, des lebenden Kulturerbes, kennen wir in Deutschland noch nicht. Auch das wollen wir mit dem Modeort befördern.

Stephan von Dassel: Man darf auch nicht vergessen, dass die Mode ein kaum wahrgenommener Wirtschaftsfaktor ist. Das Fashion Council Germany hat im Januar eine Studie veröffentlicht, aus der hervorgeht, dass Deutschland zweitgrößter Bekleidungsproduzent in der EU ist und drittgrößter Textilexporteur weltweit. Die Modebranche trug mit 27 Milliarden Euro in 2019 erheblich zum BIP bei und hat einen großen Effekt auf den Arbeitsmarkt.

Was es nun braucht, ist, den nachhaltigen Wandel in der gesamten Branche zu beschleunigen. Die unabhängigen Berliner Modelabels sind sehr kreativ und arbeiten bereits vielfach nach nachhaltigen Prinzipien. Wir sehen den Modestandort daher als Plattform für die weitere Entwicklung der Modeschaffenden und als Brücke zu einer sich neu ausrichtenden Modebranche insgesamt.

Mein/4: Wie werden Sie das Modehaus finanzieren?

Stephan von Dassel: Zunächst werden wir Mittel nutzen, die den Bezirken zur Verfügung stehen. Wir hoffen natürlich, dass sich auch der Senat oder private Unternehmen an dem Projekt beteiligen. Wir werden weitere Finanzierungsmöglichkeiten ausloten, damit wir grundlegende Angebote möglichst kostengünstig anbieten können. Wichtig ist uns aber jeweils, dass wir unabhängig von wirtschaftlichen oder sonstigen Interessen die Idee eines kollaborativen Zusammenarbeitens, das in die Zukunft wirkt, verwirklichen können. Wir wollen mit dem Modehaus einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung der kreativen Identität in Berlin leisten.

Mein/4: Ich danke Ihnen für das Gespräch.