

Immer in Bewegung

Dass Mode eine kontinuierliche Entwicklung aufzeigt und Farbtrends nicht von einem Tag auf den anderen entstehen oder verschwinden, zeigte die Suche nach den Modefarben für F/S 2017 beim Modeurop Colour Club.

Rund 30 Vertreter von Industrie, Gerbereien und Verbundgruppen trafen sich Ende Oktober in den Berliner Räumlichkeiten des HDS/L und des Gesamtverbands der deutschen Textil- und Modeindustrie, um die Lederfarben für die Saison Frühjahr/Sommer 2017 zu bestimmen – und somit die Basis für die Modeurop Colour Card, die Ende des Jahres veröffentlicht wird.

Aus hunderten Lederproben aus Indien, Italien und Deutschland suchten die Farbexperten von Modeurop – darunter Kreative von Schuh- und Taschenmarken wie Birkenstock, Bugatti, Kangaroos, Roeckl oder Jost – beim Colour Meeting unter der Leitung von Trendexpertin Marga Indra-Heide die wegweisenden Farben für die Sommersaison 2017 heraus. Ihre Herangehensweise: Farbthemen und Trends basieren auf drei verschiedenen Säulen; den Essentials und der Klassik, der Fantasie und Kreativität. Und dem Bereich Sportswear und Funktion. Diesen drei unterschiedlichen Bereichen entsprechen auch die drei Farbwelten, die Modeurop für Frühjahr/Sommer 2017 kreiert hat. Dabei ist die saisonale Entwicklung von Farben stets ein Prozess. Auch die einzelnen Ledernuancen sind Weiterentwicklungen von Farben vorangegangener Saisons. „Die kommerzielle Akzeptanz und Umsetzung der Farben dauert meist viel länger, als wir es wahrhaben wollen, und das gilt nicht nur im hochwertigen Genre“, betonte Marga Indra-Heide und präsentierte folgende Themen:

REFINING

Das Farbthema 'Refining' umfasst monochrome Farbbilder, deren wichtigste Töne auf der Grauskala basieren. Helle und dunkle Nuancen, von Titan bis Perlgrau, werden ergänzt durch lichte, cremige Farben mit einem Hauch Rosé. Sandige Schattierungen, Braun und neutrales Taupe sowie ein sommerliches



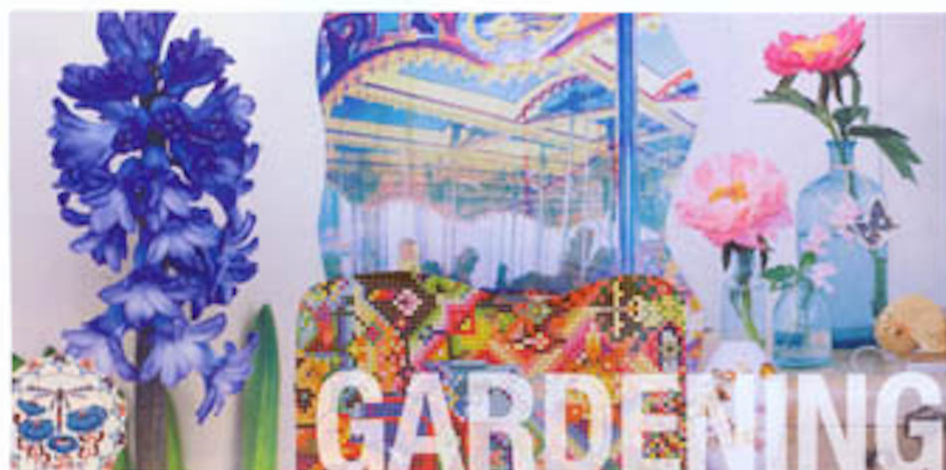
Die Modeurop-Experten bei der Farbauswahl.

Camel komplettieren die Farbpalette. Die Veredelung und die Nuancen selbst stehen für Erneuerung und Raffinesse. Schimmer und Glanz bleiben wichtig, allerdings häufig im Kontrast zu matter, klarer Optik. Es geht in diesem Thema um Klasse, um Upgrading, um Sophistication und modernen Luxus.

GARDENING

Die Farbwelt des Themas 'Gardening' ist zweigeteilt: Die spiegelt zum einen sehr natürlich und authentisch die Pracht bo-

tanischer Gärten und Parks wider, zum anderen aber auch die virtuelle und digitale Cyberwelt mit Blumenbildern in totaler Verfremdung und fast kitschiger Übersteigerung. Fantasie und Science Fiction mischen sich mit Romantik und Nostalgie. Poesie und Femenität stehen im Mittelpunkt. 'Gardening' orientiert sich an den Farben der Flora und Fauna sowie an der Unterwasserwelt. Koralle und Geranie, Poolblau und Froschgrün werden kombiniert mit Maisgelb, Weizen und Honig. Die Farben sind frisch



und bunt, aber nie zu laut. Die Intensivierung der Farben kommt über das Material – die Varianten reichen von matt und sonnengebleicht bis hochglänzend oder synthetisch.

CONTROLLING

In dem Farbthema 'Controlling' trifft die Klarheit der Sportfarben Flaggenrot, Blau, Schwarz und Weiß auf eine – und das ist neu im Bereich Sport – düstere Farbigekeit aus tiefdunklen Blau-, Rot- und Grüntönen. Stahl und Chrom sor-

gen für metallische Akzente und zeigen sich entweder hochglänzend oder patiniert und oxidierend. Es geht stilistisch um Hightech. Konstruktionen, Funktion und einen industriellen Background mit dunkler Farbigekeit. Digitales Vintage, optische Verfremdungen und Camouflage-Hybride runden das Farbbild ab. Es geht um Aktivität, Dynamik, Funktion und Protektion. Innovative und smarte Materialien mit Eigenschaften wie Elastizität, Transparenz und Wasserdichtigkeit runden das Thema ab. ■

MEHR ZUM THEMA

Die Modeurop Colour Card mit den original Lederfarben für Frühjahr/Sommer 2017 ist ab Mitte Dezember erhältlich unter www.modeurop.de

Autor: Karolina Landowski
sk.redaktion.de

„Wir denken alle in Leder“

Wer steckt eigentlich hinter Modeurop? Und wie arbeiten die aktiven Mitglieder des Fashion Pool im DSI? *schuhkurier* fragte bei der kreativen Leiterin Marga Indra-Heide nach.

Bereits Wochen vor dem eigentlichen Modeurop Colour Club Meeting beginnt die intensive Vorbereitung. Diverse Farbkarten, Fashion Blogs, Trendbooks und Bilder von den Schauen der internationalen Designer werden analysiert und mit Kreativen der Schuh- und Accessoire-Branche diskutiert. Nach diesen Vorgaben bringen die Modeurop-Partner weit über 500 aktuelle Original-Ledermuster aus Indien, Italien und Deutschland mit. Aus diesen wählen die aktiven Mitglieder des Colour Club schließlich die wichtigsten Farben aus – und das drei Saisons im voraus. „Die Farbkarte ist unser Masterpiece. Das, wofür wir bekannt sind. Alle, die mit Leder arbeiten, legen sehr großen Wert auf die darin enthaltenen Lederflicken“, ist Marga Indra-Heide, kreative Leitung Modeurop, überzeugt. Die Modeurop Farbkarte enthält nicht nur abnehmbare Original-Ledermuster, sondern Pantone-Nummern zur genaueren Farbabstimmung, ein Printposter, eine CD mit inspirierenden Bildern und ein umfangreiches Colour-Booklet. „Diese Farbkarte wird weltweit genutzt. Rund ein Drittel der Gerber weltweit kommt mit unseren Farben in Berührung“, sagt Marga Indra-Heide. Ob in Fernost, Indien oder Südamerika, überall wo mit Leder gearbeitet wird, legen Produzenten und Designer Wert auf die Farbvorhersage 'made in Germany'. Und auf ihre Verlässlichkeit. Die für die Auswahl verantwortlichen Mitglieder des Colour Clubs stammen aus allen Stufen der Branche: von der chemischen Industrie und Gerbereien, über Produktmanagement bis hin zum Handel. „Ob Schuhe, Taschen oder Handschuhe – alle haben mit dem Endprodukt zu tun und gehen bei der Farbauswahl sehr pragmatisch vor. Jeder sieht auch die Zahlen hinter den Farben“, sagt Indra-Heide. Für sie sind die Colour Meetings über die Erstellung der Farbkarte hinaus längst eine Plattform für Kreativität und ein starkes Netzwerk, das ständig wächst



Herz und Seele von Modeurop: Marga Indra-Heide ist seit 2008 für den Fashion Pool kreativ verantwortlich.

und das offen ist für neue, kreative Mitglieder: „Wir denken alle in Leder. Wir denken alle in Schuhen, in Taschen und in Mode.“

Frühe, konzentrierte Information

„Der Bedarf an frühen und sehr konzentrierten Informationen ist spürbar“, sagt Marga Indra-Heide. Die Farbmeetings finden jeweils Ende März und Mitte Oktober statt. Ergänzend gibt es regelmäßige Meetings auf der Premiere Vision Leather in Paris und der Lineapelle in Mailand, bei denen es um die Aktualisierung der Colour Card in Abstimmung mit den Kollektionen auf der Messe sowie um ein Brainstorming für die übernächsten Farbtrends geht. Ausrichter der Farbmeetings ist immer ein Modeurop-Mitglied. Neben regelmäßigen Treffen in Offenbach oder Pirmasens sind die Modeurop-Mitglieder bereits gemeinsam nach Graz gereist, nach Zürich, San-

ta Croce oder ins indische Agra. Und im kommenden Oktober steht mit New York ein weiteres Highlight auf dem Programm.

Die Lederfarbkarte ist das Herz der Arbeit von Modeurop, sie wird aber von weiteren Serviceleistungen flankiert. In Trendnewslettern erhalten die Modeurop-Mitglieder zwei bis vier Mal im Monat Trends und Messereports aus den internationalen Mode-Metropolen direkt per Mail. Zudem haben sie Zugriff auf eine umfangreiche Bilder-Galerie mit Fotos aus den internationalen Modemetropolen. Ein Fashion Forecast zu den Schuh- und Taschentrends ergänzt die Farbauswahl. Einen Trendvortrag zur Saison Herbst/Winter 2016/17 hält Marga Indra-Heide am 10. Februar auf der GDS.

Autor: Karolina Landowski / klg@sternfeld.de
Foto: Marga Indra-Heide
Weitere Informationen unter www.modeurop.de