

Der agile Verband Deutscher Mode- und Textil Designer e.V./VDMD, ([www.modedesign.de](http://www.modedesign.de)). Würzburg lud am 17. Mai, zu einem ganztägigen Design-Date auf dem Frankfurter Messegelände unter dem Slogan „Design power(s) Industry“ ein.

Experten aus Industrie, Handel und Medien sowie Verbraucher diskutierten nach den Begrüßungsworten durch VDMD-Präsident Dietrich Metzger Impulsvorträge zu Lifestyle und Demographie. Die Diskussionen fokussierten sich auf die Frage: Was nutzt uns das Wissen um Trends, wie gestalten wir, wie vermarkten wir Mode für Best Agers?

Insgesamt sieben Designer stellten sich dem gut besuchten Plenum im Drei-Minuten-Takt vor. Diese waren Angela Dausend ([www.dausendschoen.de](http://www.dausendschoen.de)), Lutz Dembny ([LutzDemny@web.de](mailto:LutzDemny@web.de)), Nunzia Galati ([www.nunziagalati.de](http://www.nunziagalati.de)), Gabriela Kaiser, Rene Lang ([info@freudenstuerme.de](mailto:info@freudenstuerme.de)), Birgit Roth ([www.trend-trade.com](http://www.trend-trade.com)) und Iris Wagner-Pill ([www.mondmilch.de](http://www.mondmilch.de)).

Im Anschluss fanden erste Einzelgespräche zwischen Designern und Auftraggebern statt. Der Teilnehmerkreis setzte sich aus Designmanagern, Produktverantwortlichen, Designern und Unternehmern aus Industrie, Handel und Ausbildungsstätten sowie Vertretern der Presse zusammen. Die Moderation der Veranstaltung lag in den Händen von Wolfgang Eckstein, Experte für Bekleidung und Gründer des VDMD. Laut Verband wurde mit Frank Junker, Leiter Produktionsbüro Köln ([mail@eventinstyle.de](mailto:mail@eventinstyle.de)) und Mitveranstalter der munich fabric start und der Jeansmesse JAM in Köln, die Vereinbarung getroffen, das

Speed-Dating im größerem Umfang und mit erheblich mehr renommierten Auftraggebern aus der Industrie zur munich fabric fair vom 3. bis 5. September 2008 in München abzuhalten.

Wie Mara Michel, Designerin und Geschäftsführerin VDMD seit 2002, erklärte, braucht der demographische Wandel neue Begriffe. Die 50- bis 70-jährigen erleben jetzt ein gefühltes Alter von 40, und die 70-jährigen und darüber durchleben ein gefühltes Alter von 50 bis 60 Jahren. In 2030 wird es in Deutschland mehr Jungbleibende als junge Menschen geben, in 2050 wird mehr als die Hälfte der Deutschen älter als 50 Jahre sein. Darauf sollten sich die Designer in ihren Kollektionen einstellen und im Abverkauf und Werbung den Begriff Senioren vermeiden - Best Agers, Silver Age etc. wären besser angebracht. Mara Michel führt zusammen mit Gabriela Kaiser die Trend agentur Futurize ([www.meet-the-future.com](http://www.meet-the-future.com)).

Doris Hartwich (51) ([www.dorishartwich.de](http://www.dorishartwich.de)), „sie fühlt sich wie eine 40-jährige“ – einzige deutsche HAKA-Designerin seit 20 Jahren – versucht dem Mann etwas zu geben, womit er sich aus der grauen Masse hervorheben kann, ihre Zielgruppe ist der Mann Mitte 30 bis endlos, sie will keine Mode für ältere Herren entwerfen, Sportlichkeit ist gefragt. Sie setzt auf Jugendlichkeit und Körperbetonung, aber total bequem. Dies ist nur durch eine enge Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Schnitttechniker zu erreichen.

Prof. Dr. Ulrich Kern (54), seit März 2008 Professor für Designmanagement an der Fakultät Gestaltung der HAWK Hildesheim, hielt einen

Impulsvortrag über „Design bringt Umsatz – vom schlafenden Riesen zum kreativen Giganten“. Im Jahr 2000 erschien sein Buch „Design als integrierender Faktor der Unternehmensentwicklung“. Im Oktober 2005 kam ein weiterer Buchtitel von ihm und Petra Kern „Designmanagement – die Kompetenzen der Kreativen“ (Olms-Verlag) heraus.

Der Arbeitskreis Trend des VDMD hat jetzt die Farbkarte Herbst/Winter 2009/2010 herausgegeben. Sie ist der Farbpool für die Mode-, Textil-, Interior- und Konsumgüterindustrie. Die fünf Saisonthemen tragen Titel in französischer Sprache. Damit wird die Re-

naissance von Kriterien unterstrichen, die schon immer bestimmend waren für die französische Modephilosophie: Esprit, Haute Couture, Allure, feminine Ausstrahlung, Raffinement und Erotik, sowie eine subtile Allianz aus Schönheit und Qualität.

Die neue Farbkarte kann für 70.-EUR zzgl. MwSt. (Mitglieder VDMD/VDID) und für 140.-EUR plus MwSt. für Nichtmitglieder bei der Geschäftsstelle VDMD/DDV Semmelstraße 42, 97070 Würzburg, Tel.: 0931/465 42 90, ([vdmd@modedesign.de](mailto:vdmd@modedesign.de)), bezogen werden.

*Gert Krockert*