



Herren-Mode-Woche breitet sich aus

Autorin: Angela Cavalca Gleich nach der Pitti Uomo in Florenz fand vom 14. bis 17. Juni in Mailand die Menswear-Woche statt. Traditionelle Modeschauen, Präsentationen und Events wurden um ansprechendes Entertainment bereichert. In der internationalen Modeszene findet gerade eine Veränderung des traditionellen Fashion-Week-Modells statt, so auch in Italien. Wenn die Organisatoren der Pitti Uomo die Veranstaltung mit all ihren Events als eine Fashion Week beschreiben, bleibt die Menswear-Modewoche in Mailand eine wichtige Gelegenheit für Einkäufer und Fachleute, über Mode zu sprechen, Ideen und Kreativität zu vergleichen und Entscheidungen zu treffen.

Trotz der Abwesenheit einiger Designer und eines begrenzten Schaukalenders waren in Mailand einflussreiche Modeschaffende anwesend. Ermenegildo Zegna, VERSACE, DSQUARED2, ETRO, FENDI, PHILIPP PLEIN, MARCELO BURLON, NEIL BARRETT und GIORGIO ARMANI, der am letzten Tag der Woche defilierte und das Interesse der Käufer bis dahin wachhalten konnte. PRADA zeigte diesmal seine Menswear-Schau Anfang Juni in Shanghai, präsentierte aber trotzdem die neue Kollektion in Mailand, wo auch ein Musik-Event veranstaltet wurde. Es gab Modeschauen von Nachwuchsdesignern und verschiedenen jungen Labels der italienischen Modewelt wie M1992, Numero00, SUNNEI, MAGLIANO, UNITED STANDARD und Palm Angels. Die Trends deuten auf einen Mix aus lässigem Tailoring und Sportswear hin, weniger Streetwear und immer mehr Kollektionen, die nachhaltige Konzepte und Inhalte anbieten. Wie die britische Designerin Stella McCartney, die bei der Präsentation der Kollektion Forces For Nature ihre Models als Aktivisten unter den Besuchern mit Plakaten laufen ließ.

Darüber hinaus wurden Präsentationen auch in anderen Stadtvierteln veranstaltet, das erfolgreiche Modell des Salone del Mobile entfaltet in dieser Hinsicht seine Wirkung. Die kontemporäre Kollektion von LUCIO VANOTTI, die an die handwerkliche und landwirtschaftliche Welt erinnert, wurde in seinem modernen Atelier im Mailänder Designviertel NoLo gezeigt. elevelty hatte die Gäste zur Vorstellung der Kollektion mit eleganten Athleisure- und Streetwear-Akzenten zu einem Breakfast-Event im exklusiven BVLGARI-Hotel-Garten geladen. Das venezianische Herrenmodelabel SLOWEAR präsentierte bei einem Cocktailabend auf der Panorama-Terrasse von La Rinascente das Projekt „Windows of Talents“ zur Förderung junger Nachwuchstalente. Deren Installationen waren in allen acht Schaufenstern des renommierten Warenhauses ausgestellt. Traditionelle Fashion Shows und Präsentationen werden also eher mit Entertainment, Events und Happenings verbunden, die inklusiver und für ein breiteres Publikum interessant sind.

In diesem Sinne hat die Stadtgemeinde in den letzten Jahren erstmals unterschiedliche Locations angeboten und Veranstaltungen unterstützt, die sich auch an den Endverbraucher richten. Damit soll die Kultur der Mode offener und besser kommuniziert werden. Anlässlich der letzten Menswear-Modewoche fand zum zweiten Mal die Messe **WHITEStreetMARKET** im **Tortona-Viertel** statt. Von B2B zu B2C wurden interessante junge Labels sowie verschiedene Initiativen und Workshops mit Schwerpunkt Nachhaltigkeit präsentiert, die das Kaufverhalten der Verbraucher beeinflussen könnten. Darüber hinaus wurden in Zusammenarbeit mit der Camera Nazionale della Moda Italiana, den Organisatoren der Modewoche, junge Designer-Shows wie BED J.W. FORD in der nahen Location BASE aufgeführt.