

MODEBUCH

BERLIN

FASHION
BOOK



*Designer
Läden
Hintergründe
2013/14*

**BEST
SHOPS
A-Z**

zitty BERLIN
Das Stadtmagazin des Tagesspiegels

4194957512504 73 12,50€



HANDMADE FOOTWEAR

Von der Hand für die Füße

TEXT MARIE-SOPHIE MÜLLER

PHOTOS F. ANTHEA SCHAAP

Auf dem Weg zum zeitgemäßen Herrenschuh:
Designstudien in der Schuhmanufaktur VELT
On the path to a contemporary man's shoe:
product samples at the VELT shoe manufactory

Der neue Wert des Handwerks am Beispiel von Schuhen aus Berlin

The new merit of handcraft manifested in shoes from Berlin

Irgendwann hing ein Schild in der Tür zu Kirstin Hennemanns Ladenlokal in der Sophienstraße. Darauf stand, dass sie fortan keine Reparaturen mehr annehme und sich ganz auf Maßschuhfertigungen konzentriere. Was war passiert? Gibt es in den letzten Jahren ein größeres Interesse an Maßschuhen? Hennemann nickt: „Auf jeden Fall. Zum einen gibt es mehr Aufträge, zum anderen bekomme ich in letzter Zeit viel mehr Anfragen von Leuten, die bei mir lernen wollen und ganz verzweifelt nach einer Lehrstelle suchen.“

Das Handgemachte erobert die Mode zurück. Dafür gibt es viele Gründe: die Sehnsucht nach einer neuen Einfachheit und angesichts der diffusen Bedingungen der Massenproduktion das Bedürfnis nach Dingen, die nachvollziehbar und lokal hergestellt werden; eine Wertschätzung für hochwertige Verarbeitung und den Wunsch, etwas zu besitzen, das sonst niemand hat.

In ihrem kleinen Atelier sitzt Hennemann hinter einem mit Werkzeug bedeckten Tisch über ein Modell gebeugt, das so gar der Vorstellung von einem klassischen Maßschuh passen will: ein fragiler, leichter Freizeitschuh mit einem weißen Netzstoff als Obermaterial. „Alle meine Kunden kommen zu mir, um ein spezifisches Problem zu lösen. Diese Dame hat den zweiten Schuh ihres Lieblingspaars verloren und da es ihn nicht mehr zu kaufen gibt, baue ich ihn jetzt eben nach.“ Dann zeigt sie auf ein Paar schwarze Pumps neben sich: „Diese Frau hier hat einen extrem schmalen Fuß und braucht Businessschuhe, in denen sie gut stehen kann. Das ist eine der kompliziertesten Aufgaben für einen Schuhmacher. Damenpumps aus dünnem Leder mit hohen Absätzen – da trauen sich viele nicht ran.“ Hennemann spricht von ihren Schuhen als steckten die Füße der Kunden bereits darin. Es geht nie nur um den Schuh als Objekt, sondern um einen Kundenwunsch, der unter ihren fachkundigen Händen Form annimmt.

Dieser Luxus kostet Zeit und Geld. Bei Kirstin Hennemann fängt ein Paar Damenmaßschuhe bei rund 1.400 Euro für ein Paar Damenschuhe an – ein rahmengenähter Derby für den Herrn aus feinstem

Eventually a sign appeared on the door to Kirstin Hennemann's shop in the Sophienstraße. It explained that from now on she would not be carrying out any more repairs and would instead concentrate wholly on the production of bespoke shoes. What had happened? Has there been an increased interest in custom-made shoes in the last years? Hennemann nods: "Definitely. Firstly, there are more orders and secondly, I'm getting a lot more enquiries from people who want to learn from me and are desperately looking for an apprenticeship."

Handcraft is reclaiming fashion. The reasons for this are manifold: the longing for a new simplicity and, in light of the dubious conditions of mass-production, a need for items with a transparent and local production process, as well as an appreciation for superior workmanship and the desire to possess something that nobody else has.

Hennemann sits at a table laden with tools in her little studio, bent over a shoe-design which doesn't quite correspond with what one expects a bespoke shoe to look like. It's a delicate, lightweight casual shoe using white netting as the upper material. "All my customers come to me with a specific problem. This lady lost one of the shoes from her favourite pair and as you can't buy them any longer I am now reconstructing it." She points to a pair of black high-heeled pumps next to her: "This lady has an extremely narrow foot and needs business shoes in which she can stand steadily. That is one of the most complex tasks for a shoemaker. Fine leather ladies' pumps with high heels – there aren't many that dare take that on. Hennemann speaks about her shoes as though the customers' feet were already in there. It's never just about the shoe as an object, rather about the specific needs of the customer that materialise through her highly skilled hands.

It's a luxury that costs both time and money. At Kirstin Hennemann a bespoke pair of ladies' shoes start at around 1400 Euro – a gentlemen's welt-sewn Derby from the finest Brandenburg ostrich leather will set you back an impressive 2300 Euro, added to that is a fixed price for the shoemaker's last. One pair of shoes amounts to

Brandenburger Straußenleder kostet stolze 2.300 Euro, hinzu kommt ein Festpreis für den Leisten. In einem Paar Schuhe stecken rund eineinhalb Wochen reine Arbeitszeit. Warum sind die Leute bereit, so viel Geld auszugeben? Vielleicht, weil sich das, was wir unter Luxus verstehen, geändert hat. Luxusmaterialien wie Kaschmir und Seide gibt es inzwischen schon zu Billigpreisen an der Stange – auch wenn die Qualität natürlich geringer ist, es ändert nichts daran, dass traditionell edle Materialien gewöhnlich geworden sind. Exklusivität wird nicht mehr vom Material, sondern von der Idee und der Verarbeitung abgeleitet. Ein Schuh, der etwas wert ist, ist ein Schuh, über den man eine Geschichte erzählen kann.

Maßschuhmacherei ist mehr als nur das Handwerk. Es ist eine Kommunikationsaufgabe. „Einfach ist es, wenn die Leute ganz genau wissen, was sie wollen, dann ist es einfach. Die meisten kommen aber, um es herauszufinden. Meine Mutter ist Schneiderin und ich bin von Kind auf gewöhnt, Leute anzugucken, zu sehen, was sie tragen, und zu erkennen, was das Konzept dahinter ist, der Schnitt, der Stil. Ich bin damit aufgewachsen, mehr zu sehen als nur die Oberfläche, das hilft mir bei meiner Arbeit sehr.“

Früher war Kirstin Hennemann Lehrerin. Eines Tages lief sie nach einem langen Schultag durch Frankfurt und suchte nach Schuhen, die ihr passen und gefallen – ohne Erfolg. „Ich habe mich erschöpft ins Bett gelegt und bin wieder aufgewacht mit dem Gedanken: „Dann mach ich sie mir eben selber.““ Tat's und machte eine Schuhmacher-Lehre. Nach dem Abschluss ihrer Meisterprüfung machte sie sich in Berlin selbstständig. Das war 2002. Ihre Entscheidung hat sie keinen Tag bereut. „Es ist gut, abends zu sehen, was man den ganzen Tag gemacht hat“, erklärt sie und spannt den Netzstoff fest über den Leisten. Alle einzelnen Arbeitsschritte nachvollziehen zu können, ist auch befriedigend für die Kunden. Maß nehmen, das Material aussuchen, die Form entwickeln und ein paar Wochen später zur Anprobe kommen – hier können sie genau sehen, wofür



Kirstin Hennemann



one-and-a-half week's straight working hours. What is it that makes people willing to spend so much money? The fact that the concept of luxury has changed perhaps. Luxury fabrics like cashmere and silk are available off the rack and at affordable prices – even if the quality is inferior, it doesn't change the fact that traditionally exclusive materials have become ordinary. Exclusivity no longer stems from the material itself but the design and the workmanship. For a shoe to be really worth something, it has to have its own story to tell.

Bespoke shoemaking is more than just handcraft.

It's a communication challenge. "It's easy when people know exactly what they want. But mostly they come here to find out. My mother is a tailor and from early childhood I learned how to look at people, to see what they wear and recognise the concept behind it all, the cut, the style. I grew up knowing how to see more than the surface and that's a huge help in my work."

Kirstin Hennemann used to be a teacher. One day after a long school-day, she was walking through Frankfurt looking for shoes that both fit well and looked good – to no avail. "I got into bed exhausted and woke up again with the thought, 'Fine, I'll make them myself.'" She did, and also became an apprentice shoemaker. After receiving her master craftsman's diploma, she started her own business in Berlin. That was in 2002. It's a decision she has never regretted. "It's a very satisfying feeling to see what

you have accomplished at the end of each day," she explains while stretching the netting over the last. To be able to follow every single step in the production process is also very satisfying for the customer. Having the measurements taken, selecting the materials, developing the shape and coming for a fitting a few weeks later – they can see exactly what they are paying for. And if they've done it once, they'll do it again; the countless wooden moulds with names and number dangling from the ceiling are testament to that fact. "The probability that my customers come again stands at 95 per cent."

sie den hohen Preis bezahlen. Und haben sie es einmal getan, kommen sie wieder, davon zeugen die unzähligen Holzleisten, die mit Namen und Nummer versehen, von der Decke baumeln. „Die Wahrscheinlichkeit, dass meine Kunden wieder kommen, liegt bei 95 Prozent“.

Aus einer ganz anderen Richtung nähern sich die in Berlin lebenden Schweizer Stefan Rechsteiner und Patrick Rüegg dem neuen Boom des Handgemachten. Im Frühjahr 2013 haben sie das Schuhlabel Velt gegründet. Ihr Kunde ist nicht die Einzelperson, sondern eine ganze Gruppe als deren Teil sie selbst sich sehen: „Jungs, die mit Turnschuhen aufgewachsen sind und nun in dem Alter sind, in dem sie auch mal elegant auf Hochzeiten tanzen möchten, sich in klassischen Herrenschuhen aber mehr verkleidet als angezogen fühlen“, sagt Rüegg. Seine langen, schmalen Beine stecken in einem der Ergebnisse ihrer Auseinandersetzung mit dem zeitgemäßen Herrenschuh: ein halbhoher schwarzer Schnürschuh im Derbyschnitt, mit schräg angeschnittenem, grauem Schafteinsatz und einer durchgehenden Sohle, die im vorderen Teil aus weißem EVA besteht, einem Kunststoff, den man von Sportschuhen kennt, und an Ferse und Mittelschuh aus Kork. „Unser Anliegen ist ein klassischer Herrenschuh, den wir ins Heute transferieren. Bei Sportschuhen beobachten wir viel Innovation, die im klassischen Schuh nicht ankommt, da sehen wir Nachholbedarf“, erklärt Stefan Rechsteiner. Auch er trägt Blouson, Shorts und Schuhe von Velt – seine sehen ähnlich aus wie die seines Partners, wirken aber klassischer, was einzig an einer anderen Sohlenform liegt. „Wir sind die Sache ganz grundlegend angegangen, indem wir das Schuhkonzept umgedreht haben“, erklärt Rechsteiner. „Ein klassischer Herrenschuh wird mit Ornamenten, Nähten oder Lochmustern geschmückt, wir sind oben im Schnitt sehr zurückhaltend und klassisch, und geben dem Schuh über die Sohle Charakter. Nimm die Sohle weg, dann hast du einen ganz anderen Schuh. Meiner ist klassisch, Patrick's ist sportlich – die Sohle macht den Schuh.“



Patrick Rüegg & Stefan Rechsteiner / Velt



Approaching the renewed boom in handcraft from a totally different angle are two Swiss residents of Berlin, Stefan Reichsteiner and Patrick Rüegg. They founded the shoe label Velt in the spring of 2013. Their customer is not a single person, but a whole group that they also consider themselves a part of. "Guys that grew up in sneakers and are now of the age that they would also like to dance with some sophistication at a wedding, but traditional men's shoes tend to make them feel more dressed up as someone rather than just dressed up", says Rüegg. His long, slim legs are in fact planted in the

outcome of this analysis of a contemporary man's shoe: a black lace-up Derby shoe with an angular shoe shaft in grey and a continuous sole consisting of white EVA in the front, a material familiar from sport-shoes, and cork under the heel and mid-foot. "We're about transporting the classic man's shoe into the present. We see a lot of innovation when it comes to sport shoes, which never gets to the classic shoes, we think there's some catching up to do", Stefan Reichsteiner explains. He's also wearing bomber jacket, shorts and shoes from Velt – his look similar to those of his partner but more classic, which is only due to a differently shaped sole. We approached the whole thing on very fundamental level by simply turning the shoe concept on its

head", Rechsteiner explains. "A traditional man's shoe is embellished with ornaments, stitching or decorative perforations, we are quite conservative and traditional on the upper, while giving the shoe character through the sole. Remove the sole and you have a completely different shoe. Mine is classic, Patrick's is sporty – the sole makes the shoe."

The main difference to bespoke shoemakers like Kirstin Hennemann is that the raison d'être for the shoes from Velt is not handcraft, but design. Rüegg and Rechsteiner both studied product design together in Switzerland and met again in Berlin three years ago. The idea to establish a shoe label was born, "Shoes are where fashion and product design meet; I always found fashion

»Alle meine Kunden kommen zu mir, um ein spezifisches Problem zu lösen. Eine Dame hatte den zweiten Schuh ihres Lieblingspaars verloren und da es ihn nicht mehr zu kaufen gibt, baute ich ihn nach.«

KIRSTIN HENNEMANN

Grundlage für einen Maßschuh: Der Leisten
Basis of a bespoke shoe: the shoemaker's last

Der entscheidende Unterschied zu Maßschuhmachern wie Kirstin Hennemann ist, dass der Ausgangspunkt für die Schuhe von Velt nicht das Handwerk ist, sondern das Design. Rüegg und Rechsteiner haben gemeinsam in der Schweiz Produktdesign studiert und sich vor drei Jahren in Berlin wieder getroffen. Damals entstand die Idee ein Schuhlabel zu gründen. „Schuhe sind für mich die Schnittstelle zwischen Mode und Produktdesign, Mode fand ich schon immer spannend, sie ist mir persönlich etwas zu kurzlebig und ein zu krasses Business – das klassische Produkt- und Industriedesign wiederum zu steif. Schuhe haben viel mit Mode zu tun, sind aber vom Zyklus her langlebiger und der Herstellungsprozess ist viel näher am Produktdesign“, erklärt Rüegg, und Rechsteiner fügt hinzu: „Außerdem hat ein Schuh neben seiner Rolle als Modeaccessoire eine klare Aufgabe. Die Ergonomie ist relevant, noch viel mehr als bei einem Stuhl. Der Schuh geht, wenn er sitzt.“ Beide lachen. Wir sitzen in einem großen, hellen Atelierraum in Kreuzberg, in dem ein riesiger Tisch steht, auf dem sich Materialproben, Moodboards, Skizzen rund um drei große iMacs tummeln. An den Wänden hängen Bilder des aktuellen Lookbooks, Entwürfe und Inspirationen für die kommende Kollektion. Hier in Berlin entwickeln die beiden zusammen mit ihrer Mitarbeiterin Paula Trimbur Ideen und Prototypen, die danach in der Manufaktur in der Schweiz weiterentwickelt und hergestellt werden. Das ist der spannende Teil der Arbeit. Der Rest ist Ökonomie und Bürokratie, doch das gehört dazu, wenn man ein eigenes Label leitet. Den Designern war es wichtig in einem Preissegment zu bleiben, dass nicht zu abgehoben ist. 235 bis 295 Euro zahlt man für Schuhe von Velt – das ist nichts im Vergleich zu Maßschuhpreisen,

fascinating though a little too transient and a really full-on business – the classic product and industry design is on the other hand quite stiff. Shoes have a lot to do with fashion but have a longer life-cycle and the production process is a lot closer to product design.“, Rüegg explains with Reichsteiner adding: “Also the shoe has clear purpose in addition to its role as a fashion accessory. The ergonomics are important, even more so than with a chair.” We’re sitting in a bright and spacious studio in Kreuzberg, in the middle stands a massive table on which fabric samples, moodboards and sketches wrestle for space with three big iMacs. Pictures of the current lookbooks hang on the walls, along with designs and inspiration for the upcoming collection. Here in Berlin is where the two guys develop ideas and prototypes together with their colleague Paula Trimbur, which are then sent to Switzerland for further development and production. That’s the exciting part of the job. The rest is finance and paper-work, but that’s of course part of running your own label. It was important to the designers to stay in a price segment that’s not too off the planet. 235 to 295 Euro is what you’ll pay for Velt shoes – that’s nothing compared to bespoke shoes, but a fair amount for people who up until now spend a maximum of 150 Euro on a pair of sneakers. Rüegg and Rechsteiner are keeping these guys in mind. “We have to make very exact calculations so that we don’t become too expensive. Shoes that we don’t sell are a huge problem for us, which is why we decided to purchase component parts, for example soles in three different sizes. When an order comes in, it goes to the workshop and the shoemaker cuts the leather to shape, producing the shoe in exactly the desired size. This allows us to save on a big warehouse.” Around 700 pairs have been produced from the current collection.

YOU
are looking
beautiful today!

FASHIONDAILY.tv

Trends, Schedules, Shows now available
Online, Mobile and on New TV.

»Our customers are guys that grew up in sneakers and are now of the age that they would also like to dance with some sophistication at a wedding.«

PATRICK RÜEGG, VELT

aber eine ganze Menge für Leute, die bisher maximal 150 Euro für Sneakers ausgegeben haben, dessen sind sich Rüegg und Rechsteiner bewusst. „Wir müssen exakt kalkulieren, damit wir nicht teurer werden. Schuhe, die wir nicht verkaufen, sind für uns ein Riesenproblem, und so haben wir uns entschieden, Einzelteile einzukaufen, z.B. Sohlen in drei Größen. Kommt eine Bestellung rein, geht es in die Werkstatt und der Schumacher schneidet das Leder zu, und produziert im Manufakturprozess den Schuh genau in der gewünschten Größe. So sparen wir uns ein großes Lager.“ Von der aktuellen ersten Kollektion sind bisher rund 700 Paar produziert worden.

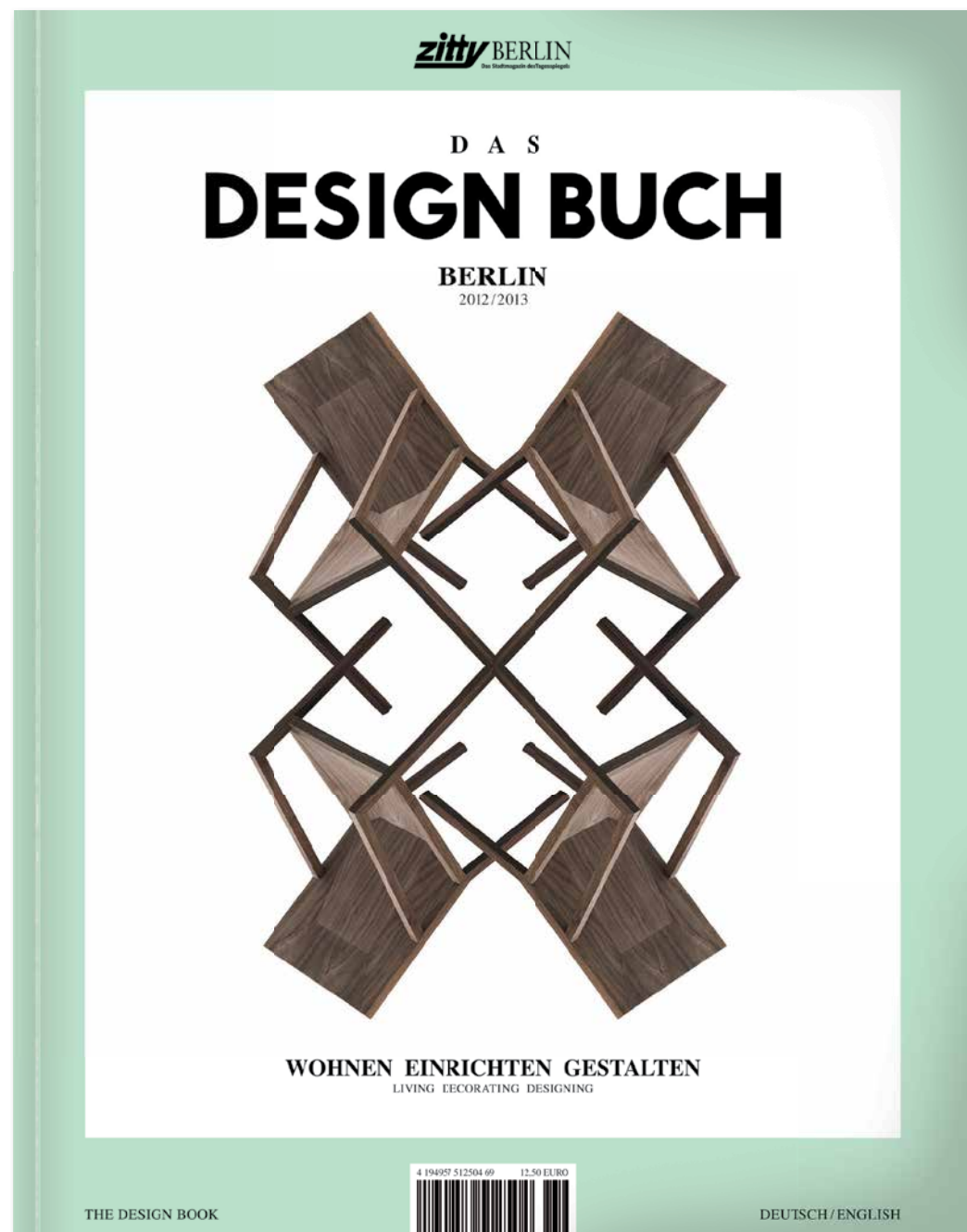
Seitdem Velt im Frühjahr 2013 mit einem Onlineshop und einem ersten Laden in Zürich gelauncht wurde, sollen pro Jahr zwei Kollektionen à fünf Modelle entstehen. Die Wintersaison gibt den Ton an, die Sommerkollektion wird daraus abgeleitet und im nächsten Winter entsteht wieder etwas ganz Neues. Klassisch sollen die Schuhe stets bleiben, aber ihrer Zeit entsprungen. „Unsere Schuhe sollen langlebig, aber nicht für immer sein. Sie sollen das Jahr, in dem sie entstanden sind, abbilden. Wir wollen dass man sieht: das sind 2014er Schuhe“, so Rechsteiner. Und Rüegg nickt und vervollständigt: „Nicht zeitlos, sondern zeitgemäß!“

Since the launch of their online shop and a first store in Zurich in the spring of 2013, Velt will produce two collections each year consisting of five new models. The winter season sets the theme, the summer collection develops from that and the following winter brings something new altogether. The shoes should always remain classic, yet also a product of their time. "Our shoes should have longevity but are not meant to be forever. They should reflect the year in which they were made. We want it to be visible – these are 2014 shoes", says Rechsteiner. Rüegg nods and sums it up: "Not timeless, but of the time!"

Kirstin Hennemann | Sophienstr. 28/29 | Mitte | T. 40042861
www.massschuhmacherei.de
Velt | www.velt.ch



VELT macht Schuhe für Jungs, die den Turnschuhen entwachsen sind
VELT makes shoes for guys who have outgrown their sneakers



KLASSIKER DER SACHLICHKEIT – CLASSICS OF OBJECTIVITY
IM HOMEOFFICE – IN THE HOME OFFICE
DESIGN-HAUPTSTADT BERLIN – DESIGN CAPITAL BERLIN
DESIGNER – DESIGNERS, VERANSTALTUNGEN – EVENTS, LÄDEN – SHOPS

FÜR 12,50 EURO IM HANDEL ODER GLEICH BESTELLEN: 030 29021-529 / SHOP.ZITTY.DE
LESEPROBE UNTER: WWW.ZITTY.DE/DESIGNBUCH

zitty BERLIN
Das Stadtmagazin des Tagesspiegels