



Die Frühjahrs- und Sommermode auf dem Laufsteg ist natürlich das Wichtigste bei der Outlook. Aber genauso wichtig sind Dabeisein, Spaß haben, nichts zu verpassen und ein Stück vom Blitzlichtgewitter abzubekommen. Fotos: Hendrik Schmidt

Aufbruch im Kleiderschrank

Boutiquen und Unternehmen zeigen bei Fashionshow Outlook, was im Sommer ein Muss ist

„Nächstes Jahr kommen wir wieder“, versprach Mitveranstalter Jörg Metzner aus Dresden nach der Modenschau Outlook 2007 am Sonnabend. Mit rund 750 Zuschauern wurde die Fashionnacht in der Mercedes-Benz-Niederlassung zum erhofften glänzenden Erfolg.

Im Nachhinein muss die Erstaufflage der Outlook vergangenen September in der Baumwollspinnerei als Versuch gewertet werden. Jetzt also das „richtige“ Event: Diesmal stimmte die Location; in der Nähe nobler Autos mächt sich ein 18 Meter langer weißer Laufsteg gleich ganz anders. Von zwei gigantischen Lichttürken strahlte stimmungsvolles Farbenspiel herab. Im Publikum saßen etliche, die in Leipzig zu den Premium-Gästen

gezählt werden – die V.I.P.-Lounge mit Ticketpreisen von 99 Euro war als erstes ausverkauft. Beauty- und Lifestyleunternehmen stellten sich im Rahmenprogramm vor. Fotografen umlagerten den Laufsteg, 20 Medienvertreter waren akkreditiert.

Geboten wurde absolut Solides, Bodenständiges: Keine abgedrehten Kreationen, sondern tragbare aktuelle Mode, die es in den Boutiquen der Stadt zu kaufen gibt. Auf dem Catwalk stellten keine Magermodels her, sondern 20-mal schlanke Weiblichkeit und 10-mal Männlichkeit in ihrer Bestform. Die Männer glänzten sogar durch zwei Topmodels von Armani plus Nico Schwanz, Mister Model of the World 2003, und hatten fast genauso viel zu zeigen wie die Frauen.

Die niedlichen Kindermodels aus der Tanzschule von Birgit Jonczyk in Lützschena stahlen freilich allen die Show, wurden entsprechend bejubelt und beklatscht.

Die Outlook will ein Podium sein für inhabergeführte kleine und mittlere Boutiquen, die solche Veranstaltungen allein und für sich selbst gar nicht stemmen könnten. „Unterhaltung ist hier Mittel zum Zweck, um die Händler zu unterstützen“, erklärte Mitveranstalter Jörg Metzner vom Verein Pro Fashion aus Dresden. Sein Partner vor Ort war Ralf Bürger von der Bic Group. Leipziger Unternehmer steuerten auch das stilvolle Drumherum zur Mode bei, von Frisuren und Makeup über Brillen bis zu Taschen. „Ich habe festgestellt, dass mir ein wei-

ßer Pullunder unterm Anzug fehlt“, sagte Mercedes-Verkaufschef Norbert Wingenfelder, der als Gast im eigenen Hause die Fremdveranstaltung miterlebte. Auch Marketingchefin Jessica Leymann entdeckte manch begehrenswertes Einzelteil, das im Sommer einfach ein Muss ist, und ging gedanklich schon mal in die Innenstadt shoppen.

Mehr als eine Schau mit Bodenständigem vertrat Leipzig wohl derzeit nicht. Das Defilee mit ausschließlich Designermode im vergangenen Oktober im Bildermuseum war für die Stadt eine Nummer zu groß und finanziell ein Flop. Organisator Andreas Trommler lässt sich aber nicht unterkriegen – er gestaltete das Schlussbild bei der Outlook. Kerstin Decker



Gewusel hinter der Bühne: Hairstylisten bringen die Frisuren der Models in Form.



Corina Reiter, verantwortlich für die Models, und Mitveranstalter Ralf Bürger sitzen im Publikum und sind nach dem Finale begeistert.



Atemberaubend und sexy – das ist die Show vor allem im Dessousenteil.