Sächsische Zeitung
Was uns verbindet.

plusz-magazin

18.9. BIS 24.9.2008

www.plusz-online.de

Anzeige

KAKADU
BAR
Samstag • 20.09.2008
Kakadu
Geburtstagsparty
Reservierungs-Hotline: 0351-20 30 100
www.kakadu-bar.de

heute mit:

Beilage

22. DRESDNER TAGE DER ZEITGENÖSSISCHEN MUSIK

Mit Plüsch zur Party

DIE DRESDNER OUTLOOK MACHT MODE ZUM SPEKTAKEL – SEITEN 2-3

Anzeige

WEIHNACHTS-FEIERN
wie bei den Großeltern
www.oma-opa.de

Gaststätte Oma
Cossebaudder Str. 15, 01157 Dresden
Tel. (0351) 422 20 66

HOMAGE RESTAURANT
Wasaplatz 1, 01219 Dresden
Tel. (0351) 647 55 47

Weinkeller Opa
Cossebaudder Str. 15, 01157 Dresden
Tel. (0351) 422 20 66

Karl Lagerfeld (Deutscher Modeschöpfer):
„Der Mode entkommt man nicht. Denn auch wenn Mode aus der Mode kommt, ist das schon wieder Mode."

Dresdner Boutiquen präsentieren Luxusmarken

- **Aigner**
  Aignershop,
  Kleine Brüdergasse 5
- **Heymannn**
  Anderßen,
  Wilsdruffer Straße 20
- **Belly Button**
  Bauchgefühl,
  St. Petersburger Straße 18
- **Bogner**
  Bognershop,
  Kleine Brüdergasse 5
- **D+G**
  Cocoon,
  Rähnitzgasse 18
- **Barbara Ravage und Olaf Beaz**
  Elysee im Elbepark,
  Peschelstraße 39
- **G-Star**
  G-Star RAW,
  Wilsdruffer Straße 10
- **Tommy Hilfiger**
  Hilfiger,
  Waisenhausstraße 8
- **Girbaud**
  Ilona S.,
  Zwingltistraße 46 und
  Töpferstraße 8
- **Lacoste**
  Lacoste Boutique,
  Webergasse 1 und
  und Altmarktgalerie
- **Prada**
  Dagmar Schreiber,
  Töpferstraße 2
- **van Laak**
  van Laak,
  Neumarkt 2
- **Vive Marie**
  INFT,
  Rothenburger Straße 25
- **Boss**
  Wöhrl,
  Prager Straße 8
- **iansturt-bride**
  Princess Moritzburg
  Schlossallee 27, Moritzburg
- **Mexx Kinder**
  Mexx Store
  Wiener Platz
- **Lösche Optik**
  Wiener Platz 10

FOTO: STEPHAN FLOSS

Sylvia Grodd und Jörg Metzner haben die Outlook erfunden

Kein bisschen out im neuen Look

Am 20. September startet die **7. Outlook Modenacht** im Eventwerk

Service

Was:	**Outlook Modenacht**
Wann:	20. September, 20 Uhr
Wo:	Eventwerk, Dresden
Eintritt:	Flanierkarten (29 Euro), Sitzplatzkarten (ab 39 Euro) und Party-Tickets (acht Euro) gibt's in allen SZ-Treffpunkten
Telefon:	(0351) 8404 2002
Internet:	www.outlook-mode.de

NADJA LASKE

Es war einmal an einem dunklen Herbstnachmittag. Vielleicht auch an einem lichtarmen Frühlingsabend. Genau wissen das Sylvia Grodd und Jörg Metzner nicht mehr. Wie auch immer, so fangen Märchen an. Und ein bisschen wie ein Märchen kommt den beiden Erfindern der Outlook tatsächlich vor, was aus ihrer Modenacht in vier Jahren geworden ist: ein vom Publikum gefeiertes und für seine Macher beglückend erfolgreiches Event, das nun eine neue Wendung hin zum Luxuslabel erfährt.

An einem Tisch. Da saßen Sylvia und Jörg also zusammen und redeten über die CPD-Modemesse in Düsseldorf, ein Highlight der Modebranche. Von dem war Metzner gerade zurückgekommen – infiziert mit einer Idee. „Wir müssen in Dresden eine Veranstaltung haben, die Mode in den Mittelpunkt rückt", sagte er. Mehr noch: eine Show, in die sich die Einzelhändler der Stadt mit ihren Kollektionen einbringen. Ein Laufstegspektakel, für das die Boutiquen Hand in Hand arbeiten und ihrer Kundschaft Orientierung im Trenddschungel geben. Wer fortan eine solche Schau miterlebt hat, solle wissen, was angesagt ist und in welchem Dresdner Geschäft es zu finden ist. Sylvia gefiel die Vision. .

Gesagt – getan. „Wir holten uns das Modeteam Dresden ins Boot und ließen eine Mitarbeiterin Kontakt mit den Dresdner Boutiquen aufnehmen", erinnert sich Jörg Metzner heute. Dieser erste Versuch scheiterte kläglich. Kaum ein Inhaber war bereit, in das Projekt „Dresdner Modenacht", wie die Outlook die ersten beiden Jahre hieß, zu investieren. „Da war zunächst viel Skepsis und falsches Konkurrenzdenken im Spiel", sagt Sylvia Grodd.

Verlosung

Am Freitag verlosen wir um 14 Uhr unter (0180) 5 00 18 60 (jeder Anruf 0,12 Euro/Min./Festnetz) einmal zwei Flanierkarten und einmal zwei Sitzplatzkarten für die Outlook-Modenacht am Sonnabend ab 20 Uhr im Dresdner Eventwerk.

Erst als Jörg Metzner selbst die Geschäfte abklapperte und dabei all seinen Enthusiasmus versprühte, fingen die Modeverkäufer Feuer. An der ersten Modenacht 2004 im Parkhotel beteiligten sich 21 Anbieter. Und obwohl an jenem Abend die große Strenesse-Modenschau in der Gläsernen Manufaktur über die Bühne ging, versammelten sich vor dem Outlook-Laufsteg immerhin 400 Gäste. Inzwischen kommen zu den Shows rund 850 Leute mit Faible für den neuesten Schrei. Bis zu 1 250 Plätze wird es im Eventwerk geben, wo nach insgesamt sieben Veranstaltungen die Outlook am Sonnabend zum ersten Mal startet.

Eine Boutique – ein Label. Zum ersten Mal auch zeigt sich die Nacht der aktuellen und vor allem tragbaren Fashion mehr denn je als Markenzeichen. Sie wird Wegweiser für alle, die Wert auf Luxuslabels legen. „Das Neue an der Outlook ist ab diesem Jahr, dass jede Boutique eine bestimmte Marke präsentiert", sagt Jörg Metzner. Damit wollen die Veranstalter, zu denen nach einigen Jahren Pause nun wieder Sylvia Grodd als Projektmanagerin des neuen Outlook-Partners First Class Concept von Veranstalter Mirco Meinel gehört, sagen: „Luxusmarken gibt es auch bei uns, spart euch den Weg nach München und Berlin. Wir zeigen euch den Pfad des First Class-Shoppens durch Dresden."

sz.plusz@dd-v.de

Coco Chanel (1883 – 1971, Modeschöpferin):
„Zwei Dinge wird ein Mann niemals verstehen:
Das Geheimnis der Schöpfung und den Hut einer Frau."

+ Hinter den Kulissen der Show

Backstagegeflüster

The show must go on – wenn auch alle Nähte reißen, Schuhe wie vom Erdboden verschluckt sind, die Musik ausbleibt und der Atem stockt. So manches Desaster hat die Modeteam-Chefin Sabine Ludwig an sieben Outlook-Abenden hinter den Kulissen schon erlebt und dabei größte Nervenstärke bewiesen.

„Hinter der Bühne agieren rund 100 Leute. Das sind bis zu 30 Models mit ihren Ankleiderinnen, etliche Projektleiter und mehr als ein Dutzend Stylisten", erzählt sie.

Da kann es im wilden Gewusel schon mal passieren, dass ein Model mit seinem Rock hängen bleibt. „Ratsch", machte es und das schicke Ding hatte einen Schlitz, höher als der gute Geschmack erlaubt. Kleiderfausch? Keine Chance. In Windeseile wurden die Ränder notdürftig gesäumt, dann ging's raus auf die Bühne. Einer Kundin war der Schlitz gerade sexy genug. Sie verlangte direkt nach der Show ausgerechnet „diesen Rock mit dem schönen langen Schlitz".

„Ein anderes Mal war ein Paar Pumps wie weggehext. Und weil in diesem Bild alle Models die gleichen Schuhe tragen sollten, entschied ich kurzerhand: Alle gehen barfuß", sagt Sabine Ludwig. Nie vergessen wird sie auch

FOTO: RE

Modeteam-Chefin Sabine Ludwig

den Schreck, als nach der Show das teuerste Accessoire des Abends fehlte – eine 2500 Euro teure Handtasche von Aigner. Der Gatte der Boutiquebesitzerin hatte das kostspielige Stück schon mal in Gewahrsam genommen. Diamanten im Wert von 40 000 Euro rollten schon über die Outlook-Bühne, eine verdutzte Putzfrau erhielt Szenenapplaus und die Choreografin rettete die Show, indem sie ein Model ersetzte, dass sich den Fuß gebrochen hatte.

Das Titel-Model

- **Name:** Anne
- **Alter:** 23 Jahre
- **Größe:** 1,80 Meter
- **Augenfarbe:** blau-grau
- **Haarfarbe:** blond

Annes Weg auf die PLUSZ-Titelseite: Schon vor Jahren fiel Anne verschiedenen Modelagenten auf. So kam sie regelmäßig zu kleineren Jobs auf dem Laufsteg oder vor der Kamera. Schließlich hat sie das Modeteam für die Outlook gecastet und als Fotomodel engagiert.

Das reizt Anne an ihrem Job: Sie liebt es, mit der Kamera zu spielen und die Reaktionen der Leute im Publikum zu beobachten.

Annes Leben jenseits des Laufsteges: Sie ist von Beruf gestaltungstechnische Assistentin und absolviert derzeit ihre zweite Ausbildung zur Erzieherin.

Annes Lieblingsklamotten: Sie trägt gern Figurbetontes, das ihre Weiblichkeit unterstreicht, mag aber auch den sportlich-bequemen Look.

Auf zur After-Show-Party

Nach der Show ist vor der Party. Wenn am Sonnabend gegen zehn der letzte Vorhang der Outlook gefallen ist, geht der Abend noch lange nicht zu Ende. Veranstalter Christian von Canal ist bekannt für Partys der Extraklasse.

So sorgt er mit seinem Team für ein weiteres Highlight im Eventwerk. Auf drei Areas wird gefeiert. Der Club Korrekt-Floor bietet House und Elektro, in der Puro-Lounge können Gäste, die erst zur After-Show-Party kommen konnten, die komplette Outlook in Bild und ohne Ton auf einer großen Leinwand ansehen, bei eher ruhigen Rhythmen zum Schwatzen und Zusammensitzen.

Und außerdem startet eine Ü30-Party mit einem bunten Musik-Mix, für alle, die sich tanzend näher kommen wollen. Einlass zur After-Show-Party ist ab 22 Uhr. Wer auf die Outlook verzichtet, nicht aber auf die Nacht im Eventwerk danach, zahlt acht Euro Eintritt. Für alle Modenacht-Besucher ist der Zutritt inklusive.