

ANZEIGE

Für die Präsentation eines Modekataloges war die Bühne des Fürstbischöflichen Opernhauses in Passau eine ungewöhnliche, eine kuriose Kulisse – für die Präsentation der Begegnung zweier Welten unter dem Motto „Mode trifft Theater“ war dieser Ort der einzig Richtige. Hier wurde der passende Rahmen geschaffen, um die spannende Kooperation zwischen dem Modehaus Garhammer aus Waldkirchen und dem Landestheater Niederbayern vorzustellen. Theaterluft, Bühnenbretter, Kulissentteile und der seltene Blick von der Bühne herab auf die Ränge im Zuschauerraum bildeten das zauberhafte Ambiente dieser Weltenbegegnung.

Mode und Theater, so die Idee des Modehauses, haben mehr Gemeinsames, als man auf den ersten Blick vermuten würde. Beide beschäftigen sich mit der Inszenierung ihrer Schöpfungen, beide kreieren mit ihren jeweiligen Mitteln neue Welten und erlauben den Menschen, die sich in diesen Welten bewegen, das Hineinschlüpfen in Rollen, die dem Anlass und dem Lebensgefühl der Protagonisten entsprechen. Beide Welten vereinen in sich Traditionsbewusstsein und

visionäre Avantgarde und spiegeln gesellschaftlichen Wandel und Zeitgeist wider. Hier wie dort spielen Kreativität, Leidenschaft, Handwerk und der Sinn für das Schöne und Außergewöhnliche eine tragende Rolle. Ergebnis der Idee „Mode trifft Theater“ und der daraus resultierenden Zusammenarbeit zwischen dem Modehaus Garhammer und dem Landestheater Niederbayern, war die Erstellung einer Imagebroschüre, die eine Auswahl der neuen Frühjahrs- und Sommerkollektionen mit und an Menschen des Landestheaters Niederbayern vorstellt. Entsprechend der Garhammer-Philosophie „Mode und Menschen“ wurde auch in dieser neuen und bis dato völlig einzigartigen Modepräsentation wieder einmal mehr der Mensch in den Mittelpunkt gerückt. Im Zentrum der Aufmerksamkeit stehen in dieser gelungenen Kreation die Menschen des Theaters. Menschen, die auf der Bühne in immer neuen Rollen brillieren und Menschen hinter der Bühne, die den Theaterbetrieb erst möglich machen: Schauspieler während der Probenarbeit, Bühnenarbeiter, Maskenbilder, Musiker, die Dame an der Kasse, alle eingekleidet in sorgsam ausgewählten Modekombinationen namhafter Marken, alle im Augenblick ihres spe-



Katharina Elisabeth Kram, Schauspielerin

zifischen Alltags fotografisch festgehalten und in Szene gesetzt. Die Lebensmottos der einzelnen Protagonisten erweitern die Lust beim Durchblättern dieser außergewöhnlichen Broschüre, fotografische und grafische Raffinesse unterstreichen einzelne Aspekte und rücken interessante Details ins Auge des Betrachters. Seltene Einblicke in eine fremde Welt, kombiniert mit der Welt der Mode, die Begegnung zweier Welten als kreatives Konzept, das Gemeinsamkeiten verbindet.

Der Intendant des Landestheaters Niederbayern, Stefan Tilch, lobte die „ungewöhnliche Zusammenarbeit, aus der die gemeinsame modische Publikation hervorgegangen ist“, als eine Win Win-Situation für beide Partner. Es sei hier eine gegenseitige Unterstützung gewachsen, von der jeder profitiere. Dabei begeben sich das Theater keineswegs blind in solch eine Kooperation. „Das Theater muss dabei umfassend präsentiert sein“, betonte Tilch. Er zeigte sich begeistert von dem „wunderbaren Respekt gegenüber den Inszenierten, der hohen Positionierung und dem großen Understatement.“ Christoph Huber, Geschäftsführer des Mo-

dehauses Garhammer, unterstrich in seinen Ausführungen, dass der Katalog ein Ausdruck der Überzeugung seines Modehauses sei. Er verwies auf andere Projekte seines Unternehmens, so beispielsweise auf Konzerte und Ausstellungen, die das Modehaus Garhammer unter dem Motto „Mode und Kultur“ in großer Regelmäßigkeit veranstaltet. „Die Idee, im kulturellen Bereich etwas weiter zu entwickeln, war schon lange in unseren Köpfen“, so der Firmenchef. An dieser Stelle galt sein Dank insbesondere seiner Marketingleiterin Renate Kobler, die die Idee zu diesem Projekt hatte und es mit viel Elan vorwärts getrieben und geleitet habe. Er zeigte sich überzeugt davon, dass Werbung stets der inneren Haltung entsprechen müsse, weswegen er aggressive Werbemaßnahmen strikt ablehne. Mit der vorliegenden Publikation wolle er auch einen Beitrag zum Thema „Ethik und Ästhetik“ liefern, denn er sehe sich beiden Themenfeldern gegenüber verpflichtet. Das gedruckte Zeugnis dieser deutschlandweit einzigartigen Kooperation wird ab Anfang März an die rund 45.000 Stammkunden des Modehauses versandt und liegt zudem in den Theatern in Passau und Landshut aus.



Antonia Reidel, Schauspielerin