



Ulrich Hesse betreibt in Düsseldorf das Modeunternehmen Cove. In Flingern und der Carlstadt verkauft er maßgeschneiderte Anzüge.

FOTO: ANDREAS BRETZ

B

Bis zum absoluten Olymp hat es Düsseldorf zwar (noch) nicht geschafft. Aber dass wir uns am Rhein in einer Mode-Hauptstadt befinden, darauf können sich viele einigen. Ein Ort, an dem sich das bestätigt, ist aus Sicht von Jobst Driessen der Prinzenball. Zu diesem kommen die Männer klassisch in schwarzem Anzug und weißem Hemd. Die Haare der Frauen sind kunstvoll gesteckt, die Abendkleider ebenso luxuriös wie elegant. Bei der Gala des Prinzenclubs, dessen Vorsitzender Driessen ist, zeigen sich nicht nur die jecken Majestäten. Hier trifft sich die gesamte Lokalprominenz der Stadt. Gleichzeitig markiert der Termin im Januar den Start in die Ball-Saison 2025. Und er zeigt, dass Düsseldorf voller Samt, Seide, Satin und Glitzer ist.

Einen fließenden, weichen Stoff trägt Melanie Willer. „Wir Karnevalisten stehen ja auf Farbsymbolik“, sagt sie. Und weil zum Düsseldorf Prinzenclub eben das Rot gehört, leuchtet ihre Robe in genau dieser Farbe. Willer war in der Session 2023/2024 die Venetia der Landeshauptstadt und regierte an der Seite ihres Ehemannes, Prinz Uwe I., die Narren. Erst im vergangenen Jahr wurde Uwe Willer zum Geschäftsführer der Dachorganisation Comité Düsseldorfer Carneval (CC). Und als Ex-Adeliger gehört er dem Prinzenclub der Landeshauptstadt an. Selbstverständlich also, dass die Willers beim Ball dabei sind.

In der Wohnung des Paares zeigt sich die Liebe zur fünften Jahreszeit. Das Wort „Konfetti“ hängt beispielsweise in großen Leuchtbuchstaben an einer ansonsten schlichten weißen Wand. Durch die Venetien-Zeit habe sich die karnevalistische Familie für sie noch erweitert, sagt Melanie Willer. Kennengelernt habe sie außerdem viele kleinere Sitzungen. Und auch die festliche Atmosphäre des Prinzenballs hat sie als Regentin noch einmal anders erlebt.

Für den großen Ball-Auftritt in diesem Jahr hat Willer bereits einen Termin beim Friseur vereinbart. Ihre Haare möchte sie in einer Hochsteckfrisur tragen. „Und beim Kleid setze ich auf eine nachhaltige Lösung“, sagt sie. Die rote Robe hing bereits in ihrem Schrank und ist keine Neuschaffung. Sie stammt aus der Zeit als Venetia, während der für Willer der Karneval und die Mode so eng zusammengehören. Insgesamt acht Abendkleider benötigte sie während ihrer Venetien-Session.

Der Ort, an dem in Düsseldorf viele eide Stücke entstehen, ist auf den ersten Blick nicht außergewöhnlich glamourös. In einer Halle an der Ronsdorfer Straße sitzen die Schneider wie in einer offenen Küche an ihren Nähmaschinen zwischen Schnitt-Tischen und Schneiderpuppen. Hier wird Maß genommen, abgesteckt und angepasst. Seit 25 Jahren betreibt Ulrich Hesse das Modeunternehmen Cove, das von Düsseldorf aus in rund 20 Ateliers bundesweit von Baden-Baden bis Wiesbaden Maßanzüge und -hemden für Damen und Herren anfertigt.

Mode war für Hesse schon immer ein Thema. Sein Großvater besaß ein Textilunternehmen und handelte mit Stoffen. „Ich wollte aber gerne auf der anderen Seite des Tisches sitzen und etwas aus den Stoffen machen“, erzählt der Unternehmer. In der

nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt hat er nun neben dem Atelier in Flingern ein zweites Geschäft an der Bastionsstraße in der Carlstadt. Benannt hat er seine Marke nach einer mittelalterlichen Geheimsprache unter Kaufleuten: Cove war der Begriff für Bekleidung.

Im Atelier an der Ronsdorfer Straße lernen die Auszubildenden im direkten Kundenkontakt ihr Handwerk; die Maßschneiderin. „Wir sind einer der wenigen Betriebe, die überhaupt noch ausbilden“, betont der Chef. Mit individueller Mode wollen er und seine Partner eine Alternative zur Bekleidung von der Stange schaffen. „Und damit treffen wir den Nerv der Zeit. Alle reden über Nachhaltigkeit, und was gibt es Nachhaltigeres als Kleidung – hergestellt vor Ort und aus regionalen Zutaten“, so Hesse und ergänzt: „Wir produzieren nicht auf Halbe, sondern erst dann, wenn der Bedarf da ist und der Kunde sein Modell in Auftrag gibt.“

Ein nachhaltiger Umgang mit Mode ist auch Evelyn Werner wichtig. Zwar besitzt sie als Opernsängerin einen großen Kleiderfundus. Aber auch sie achtet darauf, alle Stücke mehrmals anzuziehen und nicht nur zu jeweils einer Veranstaltung. Beim Prinzenball jedenfalls wird sie als Venetia der aktuellen Karnevalsession ein gut gehütetes Geheimnis tragen. Spricht man sie darauf an, dann lacht sie und betont: „Das soll eine Überraschung sein.“ Zwar werde sie immer mal wieder nach ihrer Abendrobe für den Ball gefragt. Traditionell wird das aber vorab nicht verraten.

Einige Kleidungsstücke, die in Werners Schrank hängen, hat sie von Reisen mitgebracht. „Ein Kleid habe ich zum Beispiel in einer Boutique in der Dominikanischen Republik gekauft“, sagt sie. Ein anderes stammt aus Kanada. Die Robe für den Prinzenball kommt aber aus Kaars: Aus dem Geschäft „Marleaux's Abendmode“.

In Düsseldorf liegen sich zwei wichtige Adressen für festliche Kleider, für Smokings

Ein Helau auf Düsseldorfs Abendmode

Der Prinzenball ist eine hochkarätige Gala. Allein der Technik-Aufbau und die Deko kosten bis zu 65.000 Euro. Exklusiv sind auch die Kleider der Gäste. Wo Karneval und Glamour aufeinandertreffen.

VON DAGMAR HAAS-PILWAT UND MARIE BOCKHOLT

und Krawatte beinahe gegenüber. Zum einen ist das die „Peek & Cloppenburg“-Filiale in den Schadow Arkaden. Zum anderen eröffnete 2013 der „Flagship Store“ von Breuninger auf fünf Etagen im Kö-Bogen. In der Designer-Abteilung finden Besucher aufregenden jumpsuits, eleganten Smokings oder mit Steinen dekorierten Hosens.

Barbara Moraing ist eigentlich gelernte Optikerin. Styling aber ist die Leidenschaft der Mutter von vier Söhnen. Und so berät sie seit zehn Jahren bei Breuninger je nach Kundentyp und Anlass. Das Party-Motto des Jahres 2025 lautet aus ihrer Sicht: Glitzer und Glam. Glanzvoll wird es mit Rücken

und Tops, überall mit schwarzen Pailletten bestickt. Kleider, Blazer, Röcke und Hosen in Satin stehen für den „Day to Night“-Gedanken. Smokings oder Samt-Dinner-Jackets gehen immer genauso wie das klassische Satinkleid. Deutlich gewagter ist das „Naked Dress“ – also viel Transparenz.

In lang, grafisch oder kurz fliegen außerdem derzeit an vielen festlichen Kleidern die Fransen. Der Look erinnert an die „Flapper Girls“ der Golden Twenties, als junge Frauen ihr Haar als Bubikopf trugen, kurze, bequeme Röcke oder gerade geschnittene, ärmellose Kleider, deren Taille konträr zur Mode voriger Dekaden nach unten gerückt war. Die textilen Fäden standen und stehen für Energie und Dynamik, Lebensfreude und Hoffnung. Wohl kaum etwas sieht mehr nach Spaß aus, als wenn man im Kleid über die Tanzfläche wirbelt, während die aufgenähten Fäden fliegen. Dazu passen am besten funkelnde High Heels.

Zur Garderobe von Sabine Lohé gehören dagegen eher hochgeschlossene Kleider mit langen Ärmeln, die eine schlichte Silhouette schaffen. Am liebsten trägt sie jedoch einen Smoking, darunter ein Spitzen-Top oder eine Korsage. Die Düsseldorferin hat vor 34 Jahren gemeinsam mit ihrem Mann Peter das Modelabel „SemPerLe“ gegründet. „Wir sind immer noch da – und das so stark wie selten zuvor“, sagt die Inhaberin und Designerin. Was in Zeiten von Ladenschließungen und Insolvenzen in der Branche eher Seltenheitswert hat, gelingt den Lohés zwei Mal im Jahr auf Neue: Kollektionen für den Alltag, fürs Business und zum Ausgehen zu entwerfen. Diese werden in der Landeshauptstadt designt, in Italien produziert und in Europa verkauft.

Die Aufgaben in der Firma sind dabei klar verteilt: Sabine Lohé ist der kreative Kopf, Ehemann Peter der kaufmännische Chef und die 25-jährige Tochter Anna ist Marketingexpertin auf allen Kanälen. Das Trio steht als Familie an der Spitze des 1991 ge-

gründeten Mode-Unternehmens. „Für mich ist festliche Mode eine tolle Gelegenheit, Eleganz zu zelebrieren“, sagt die Designerin. Was 2025 wieder einmal bemerkenswert sei: „Velvet bleibt stets im Trend.“ Gerade für besondere Gelegenheiten strahle zudem Samt in allen Farben einen Hauch von Luxus und Klasse aus.

In dieser Saison liege der Fokus außerdem auf Anzügen und Smokings – gerne in Satin und Samt. Eher sportiv, lässig und nicht verkleidet sei ihr eigener Stil, erklärt Sabine Lohé. Sie favorisiert das lange schmale Kleid mit Stehkragen und raffiniert-hohem Schlitz. Alles Drapierte sei derzeit nicht angesagt.

Wer bei einer Party oder auf einem Ball besonders auffallen möchte, dem empfehlt



Rheinpegel Mehr über Düsseldorf hören Sie im Podcast – diesmal geht es unter anderem um den Flughafen, www.rp-online.de/podcasts/rheinpegel

die Modemacherin ein langes, ärmelloses Kleid im Leo-Print. Neu sind die weiten Röcke, gerne aus Taft, oftmals mit schönen Mustern – die auf jeden Fall à la „New Look“ von Christian Dior in den 1950er-Jahren die Taille perfekt in Szene setzen. Dazu ein schmales schliches Oberteil, gerne leicht transparent. Zum Abrunden des Party-Outfits eignen sich wunderbare schlichte Pumps. Tochter Anna Lohé erklärt: „Ich mag schlichte Silhouetten.“ Zu einem engen Kleid mit Spaghetti-Trägern sehe ein Blazer

hervorragend aus und verleibe dem Outfit einen maskulineren Touch. „Dazu ein paar Statement-Ohringe und coole Schuhe“, erklärt die 25-Jährige. Außerdem sei sie in dieser Saison begeistert von dem Trend zu kurzen Paillettenkleidern, die bei jeder Bewegung funkeln.

Wer 2025 in welchem Kleid zum Prinzenball kommt, wird sich am Samstag, 18. Januar zeigen. Dann öffnen sich die Türen des großen Rheinlands am Hilton Hotel – und die Stadtgesellschaft wird eintauchen in die Welt des festlich-eleganten Düsseldorfer Lackshutkarnevals. Bereits seit Donnerstag wird vor Ort aufgebaut. „Allein zwei Tage werden für den Aufbau der Schloss-Kulisse benötigt“, sagt Jobst Driessen, der Präsident des Prinzenclubs. Das Schmuckstück hat Wagenbaumeister Jacques Tilly entworfen.

Bei Driessen steht in diesen Tagen und Stunden, so kurz vor dem Ball, das Telefon kaum noch still. Noch gilt es, letzte organisatorische Fragen zu klären. Der Düsseldorfer war 1982 Karnevalsprinz und ist eines von insgesamt 28 Mitgliedern des Prinzenclubs. Zu dem exklusiven Verein gehören nur die ehemaligen Regenten der Düsseldorfer Narren. Seit 40 Jahren veranstalten sie mit dem Prinzenball ein Event im Premiumsegment.

Das der Abend ein teurer ist, steht außer Frage. Bis zu 65.000 Euro fallen allein für die Technik und die Deko an. „Und damit hat man noch keine Künstlergagen gezahlt“, sagt Driessen. Deshalb sei es nötig, sich frühzeitig an Sponsoren zu wenden, die den Ball unterstützen. Aber auch für die Gäste ist der Prinzenball ein kleiner Luxus: Der Eintrittspreis beträgt 150 Euro. „Dazu kommt vielleicht ein neues Abendkleid oder ein Besuch beim Friseur“, so der Prinzenclub-Präsident. Aus seiner Sicht könne der facettenreiche Karneval ein solches Event „gut vertragen“. Und so bietet sich schließlich auch in der närrischen Zeit die Gelegenheit, zu zeigen, dass Düsseldorf eine Mode-Metropole ist.



Prinz Andreas Mauska und Venetia Evelyn Werner sind selbstverständlich Ball-Gäste. FOTO: ORTHEN



Unternehmerin Sabine Lohé (r.) design Abendmode in Düsseldorf.



In schicker Garderobe geht es auf die Tanzfläche, hier Jonges-Baas Wolfgang Rolshoven. FOTO: ENO

Düsseldorferin nahm an „Love is blind“ teil

VON ANGELINA BURCH

Kann man sich verlieben, ohne sein Gegenüber vorher gesehen zu haben? Das ist die Frage, der die Netflix-Show „Love is blind“ seit vielen Staffeln nachgeht. Zum ersten Mal wurde jetzt mit deutschen Kandidatinnen gedreht. Mittendrin war Sheila aus Düsseldorf. Sie ist eine von 15 Kandidatinnen, die die Reise gewagt haben – an deren Ende eine Hochzeit steht. Denn wer sich in den sogenannten „Pods“ verliebt und verlobt, für den steht am Ende des Experiments eine Trauung an.

Das das wirklich funktionieren kann, konnte sich Sheila vor ihrer Teilnahme nur schwer vorstellen. Und doch wollte sie es herausfinden. „Nach dem dritten Mal, als ich Werbung für die Show bekommen habe, dachte ich, es ist ein Zeichen“, erklärt sie im Gespräch mit unserer Redaktion. Andere Shows seien für sie nicht infrage gekommen. Großen Respekt hatte Sheila genau vor der Frage, ob man sich wirklich in der Kürze der Zeit und ohne sein Gegenüber zu sehen, verlieben kann. „Das geht – ich habe es erlebt.“ Denn während der Kennenlernphase konzentrieren sich die Kandidaten in der Show nur auf das Experiment und sich selbst. „Man denkt an nichts anderes und ist emotional ganz dabei. Dass man sich öffnen und verlieben kann, habe ich dort gemerkt – gleich zwei Mal.“

Über mehrere Date-Tage hinweg konnte sie sich zwischen den Kandidaten Pascal und Fabio nicht entscheiden. Letztendlich fiel die Wahl auf den eher ruhigen Pascal, dem es schwerfiel, seine Gefühle auszudrücken. „An ihm hat mir gefallen, dass er so eine innere Ruhe ausgestrahlt hat.“ Im Gegensatz dazu sei Fabio eher wie die Männer gewesen, die sie bisher gewatet habe. Von den zehntägigen Dreharbeiten in den Pods, die in Europa stattfanden, ging es nach der Verlobung mit Pascal weiter in den Urlaub nach Kreta. Dort endete die Reise von Sheila und Pascal recht abrupt, als er ihr mitteilte, dass seine Gefühle doch nicht ausreichen.

Auch wenn sie es sich anders gewünscht hätte, bereut Sheila ihre Teilnahme trotz-

dem nicht. Sie habe dabei gelernt, dass es möglich ist, sich zu öffnen, und nimmt viel Positives aus der Erfahrung mit. „Ich blicke auf sehr viele schöne Momente zurück – auch wenn es teilweise turbulent war. Es war eine sehr aufregende, wirklich schöne Reise.“

Die Kameras habe sie mit der Zeit gut ausblenden können. Sich selbst im Fernsehen zu sehen, sei sehr surreal. „Ich habe die Folgen mit meiner Schwester angeschaut und musste oft eine Pause machen, um das zu verarbeiten.“ Auch wenn sie es in ihrer Arbeit als Modelgewohnt sei, vor der Kamera zu stehen, sei eine Fernsehsendung etwas ganz anderes.

Vor allem, wenn das Liebesleben in der Öffentlichkeit gezeigt werde.

Seit der Ausstrahlung der Show sei es schon ein paar Mal vorgekommen, dass sie erkannt und auch angesprochen wurde. „Das war erst mal befremdlich, aber irgendwie auch aufregend.“ Die Leute wollten dann wissen, wie es weitergeht. „Das Feedback der Zuschauer, das sie vor allem in den sozialen Medien bekommt, sei überwiegend positiv.“ An anderen Formaten möchte Sheila aber erst einmal nicht teilnehmen, vor allem nicht an

DUSSELLIE

Zum ersten Mal wurde der Netflix-Hit in Deutschland gedreht. Was die Düsseldorferin Sheila von ihrer Teilnahme gelernt hat und ob sie künftig noch mal im Fernsehen daten würde.



Die Düsseldorferin Sheila ist eine der Kandidatinnen beim Netflix-Hit „Love is blind“. FOTO: ANNE ORTHEN

Datingshows. „Ich hätte aber mal Lust auf

„Let's Dance“.“ Dass ihre Wahlheimat Düsseldorf in der Show so groß herauskommt, hat sie sehr gefreut. Denn nach der Zeit auf Kreta wurden die übrig gebliebenen Paare in den „Victoria Apartments“ an der Graf-Adolf-Straße in Düsseldorf untergebracht. „Düsseldorf hat so viel zu bieten und ich finde es toll, dass man das in der Show auch sehen kann.“

Seit etwa fünf Jahren wohnt Sheila bereits in der Landeshauptstadt und fühlt sich „pudelfeindlich“. In der Stadt geht sie gerne Essen, besonders gerne im japanischen Viertel, oder auch mal in eine Weinbar. „Ich liebe Düsseldorf mit der Vielfalt, Diversität und Natur.“

Die Sendung wird auf dem Streamingdienst Netflix ausgestrahlt. Die letzte Folge der Staffel wird am 17. Januar veröffentlicht. Zwei Tage später folgt das Wiedersehen.

Aus Müll wird Kunst

Rodrigo Butori aus Florida sammelte am Strand angespülten Plastikmüll und erstellte daraus kleine Kunstwerke. Mittlerweile hat er Nachahmer auf der ganzen Welt.

Als „Plastic Fisherman“ inspirierte Rodrigo Butori Menschen auf der ganzen Welt. Jetzt kommt der Umweltschützer nach Düsseldorf. Und welcher Ort könnte für seinen Besuch passender sein als der Aquazoo? Dort hält der US-Amerikaner am Montag, 20. Januar, einen Vortrag – es ist bereits sein zweiter Auftritt in dem Institut im Nordpark.

Das „Plastic Fishen“ zum Schutz der Meere begann für Butori als privates Engagement. Der 50-Jährige lebt und arbeitet in Miami. „Man muss heutzutage nicht viel Zeit am Strand verbringen, um festzustellen, dass die Verschmutzung des Meeres mit Plastikmüll allgegenwärtig ist“, sagt er. Manchmal sei dies offensichtlich – wenn etwa große Plastiktonnen angespült werden. Wer genau hinschaut,

entdecke aber auch etliche kleine Plastikstückchen im Sand. „Vor vielen Jahren habe ich begonnen, diesen Müll einzusammeln und zu entsorgen“, schreibt Butori. „Gleichzeitig habe ich überlegt, wie ich viele Menschen dazu inspirieren kann, dies auch zu tun.“ So sei die Idee zum „Plastic Fishen“ entstanden. Bei dieser Methode wird aus den Plastikteilen ein Fisch oder ein anderer Meeresbewohner zusammengesetzt. Das kleine Kunstwerk wird fotografiert und mit dem Hashtag #PlasticFishing in den sozialen Medien gepostet. Ganz wichtig: Am Ende wird der gesammelte Müll entsorgt. Mit seinen Postings erzielte Butori viel Aufmerksamkeit. Bald schon fand er Nachahmer auf der ganzen Welt – auch in Düsseldorf.

Hier ist seit 2021 die Bewegung „Plastic Fisherman Germany“ regelmäßig am Rheinufer unterwegs und befreit dieses von Müll. Das Aquazoo Löbbecke Museum hat sich ebenfalls schon am „Plastic Fishen“ beteiligt und eine Anleitung verbreitet. Die Verschmutzung der Meere ist immer wieder Thema in der Ausstellung des Instituts. Rodrigo Butori wird bei seinem zweiten Vortrag im Aquazoo über den Beginn seines Engagements sprechen und aufzeigen, mit welchen Mitteln seine Kampagne rasant expandierte. Er berichtet über den Stand einer Weiterentwicklung des Plastik-Fishens, bei der der Müll direkt weiterverarbeitet wird. Der Vortrag beginnt um 17 Uhr und ist auf Englisch. Der Eintritt ist frei.