



lift
STUTT GART

DAS STADTMAGAZIN
STUTT GART & REGION

Euro 2,20 / Februar 2012
22. Jahrgang E 30481

www.lift-online.de

02

GANZ GROSSES BALLETT

„Das Fräulein von S.“ ist die Premiere des Jahres

HOSEN HOCH

Fashion von hier sieht gut aus

HOSEN RUNTER

Was kann die Piratenpartei wirklich?

VORHANG AUF

Das Staatstheater ist wieder am Start

KLAPPE ZU

*In Stuttgart ist kein Platz für ein
Kommunales Kino*

PARTY ON

*Feste Feiern und Hochzeit:
Die besten Locations, Caterer und so*

PARTNER LOS

Wie man in Stuttgart als Single überlebt

5.000
gute Gründe
auszugehen!

4 193068 102208 02

Von Paris bis New York: Labels aus Stuttgart und Region starten auf den internationalen Laufstegen durch

Haute Couture von hier

Marc Cain, Riani und Dannenmann Pure sind erste Modeliga, sitzen aber ganz bodenständig in ihrer schwäbischen Heimat. Ein Abstecher zu den Fashion-Stars von nebenan.

+ Die Straßen sind vom Schnee so weiß wie das große Schild, das die Einfahrt zur Schorndorfer Modezentrale markiert – „Riani“ steht in roten Buchstaben darauf geschrieben. Ohne diesen Hingucker wären wir glatt daran vorbei gefahren.

Wer hätte gedacht, dass in diesem schlichten Haus an einer Schorndorfer Durchgangsstraße ein Modelabel zu Hause ist, dessen Kollektionen in Hochglanz-Magazinen ganze Seiten füllen und in Boutiquen weltweit reißenden Absatz finden?

Riani hat Showrooms in Kanada, China und Russland, die Marke ist am internationalen Markt fest etabliert – und hat seinen Hauptsitz nach wie vor in Schorndorf. Von Entwurf und Schnitt über Qualitätskontrolle bis hin zur Logistik ist hier alles unter einem Dach. Lediglich die Fertigung wird nach Polen, Ungarn, Tschechien oder in die Türkei ausgelagert.

So unaufgeregt die Modezentrale äußerlich daherkommt, geht es auch drin zu: Das Foyer wirkt einladend, die Türen sind offen, links sitzen die Designer, hinten kann man einen Blick in den Schnittraum werfen. Die Atmosphäre erinnert mehr an ein Wohnhaus als an ein Unternehmen.

Wohnzimmer-Atmosphäre dann auch beim Interview im großzügigen Büro des Chefs: Während wir uns mit Geschäftsführerin Martina Cruse auf dem Sofa unterhalten, sitzt Riani-Firmengründer Jürgen „Bucki“ Buckenmaier hinter uns am Schreibtisch und unterschreibt Rechnungen.

Er lässt es sich nicht nehmen, sich dann und wann ins Gespräch

einzuklinken: Mit handbemaltem „Blechglumb“ habe er damals seine so genannte Bucki-Hose aufgepeppt, mit der alles anfing. Das war 1968 und die Welt trug Schlaghosen. Die Bucki-Hose war letztlich eine mit buntem Gürtel und Knöpfen gepimpte Version davon, „und die schlug ein, wie eine Bombe“. Über 100.000 Mal verkauft, ebnete sie dem Spross einer Modefamilie den Weg zum eigenen Unternehmen.

Heimatverbunden erfolgreich

Aus einer Schlaghose wurden ganze Kollektionen, die Erfolgskurve stieg stetig. Markenzeichen bis heute: hochwertige Stoffe und eine perfekte Passform. „Riani passt immer und überall“, zitiert Martina Cruse das Motto. Trotzdem: Jedes Kollektionsstück ist bis ins Detail durchdacht, Farben und Schnitte genau umgesetzt.

Wir sind zwar immer noch im schwäbischen Schorndorf, doch nach der Führung durch das Haus ist klar: Der hohe Anspruch der internationalen Kundschaft wird hier konsequent bedient. Ein Wort fällt trotzdem immer wieder: Heimatverbundenheit.

Ist diese Heimatliebe gepaart mit Ehrgeiz und schwäbischer Bodenständigkeit also das Erfolgsrezept der Designer? Zumindest sind das die richtigen Attribute für den Weg nach oben: „Man muss neben den Platzhirschen bestehen, die Ware muss sich dafür ständig drehen, gleichzeitig braucht man ein durchgängiges Konzept und einzigartig muss es ebenfalls sein“, versucht uns Cruse das Modekarussell zu erklären.

Viermal im Jahr wird eine Kollektion geliefert, immer der Zeit voraus. Frühling und Sommer

hängen schon in den Läden, Herbst und Winter warten auf Auslieferung, gearbeitet wird gerade an der Mode für 2013. Klingt verrückt. „Die Branche ist bekloppt“, heißt die Antwort.

Ein guter Grund, den Firmensitz eben nicht mitten unter den „Bekloppten“ zu haben, sondern vom schwäbischen Heimatstädtle aus den Modezirkus zu steuern.

Das gilt auch für die Strümpfbacher Designerin Petra Dannenmann und ihr Label Dannenmann Pure. „Ich bin keine Rampensau“, sagt sie. Den großen Auftritt überlässt sie lieber ihrer Mode: Erste Erfolge feierte sie im Nobel-Skiort Aspen, dort eröffnete sie den ersten Shop. Mittlerweile gibt es einen Showroom in New York, im Februar eröffnet ein großer Store in Hamburg.

Ihren Traum vom Design-Eldorado hat sich Dannenmann aber in ihrer Heimatstadt Weinstadt-Strümpfelbach erfüllt: Inmitten ländlicher Idylle, zwischen Fachwerkhäusern und Weingütern erhebt sich das Dannenmann-Areal. Fast unwirklich scheint das puristische Gebäude, das nicht nur Platz für die Arbeit an den Kollektionen, sondern auch für ein kleines Café hat.

Den Standort abseits der Modemetropolen hat die Designerin ganz bewusst gewählt: Hier ist ihre Familie, hier ist sie aufgewachsen, hier kann sie sich treu bleiben – das spiegelt sich auch in ihrer Mode wieder. Und die hat mittlerweile Fans auf der ganzen Welt.

Auch Helmut Schlotterer zog mit seinem Modelabel Marc Cain nicht nach Mailand, Paris oder New York, sondern beließ seine Kreativzentrale ganz selbstverständlich in Bodelshausen im Landkreis Tübingen. In Italien machte er zwar die ersten Schritte,



Mode von hier erobert die Welt: Atelier von Agent Secret; Nicole Mrosek, Jürgen Buckenmaier und Martina Cruse von Riani; Riani-Mode vor dem Abflug; Designerin Petra Dannenmann (im Uhrzeigersinn)

der Stammsitz aber blieb in der schwäbischen Heimat. Für Schlotterer ganz logisch: Hier war der elterliche Strickmaschinenbetrieb samt ausgebildeter Mitarbeiter, die die qualitativ anspruchsvolle Mode herstellen, mit der es das Label nach ganz oben geschafft hat.

„Die Branche ist bekloppt“

Einen Einblick, wie verrückt die jungen Modewelt sein kann, bekommen wir mitten in Stuttgart. In der neuen Kreativzentrale in der Ossietzkystraße sitzen seit kurzem die Modeschaffenden von Agent Secret. Das in weiß gehaltene Atelier wirkt wie ein Experimentierlabor mit Krankenhausflair: Drei weiß bekittelte Näherinnen verteilen sich an Nähmaschine, Schneiderpuppe und Bügelbrett, der wuchtige Schnitttisch fällt in dem großen Raum gar nicht auf.

Die junge Modezentrale gibt sich geheimnisvoll. Hier will man lieber anonym bleiben, keine Namen, keine Gesichter, man entwirft und fertigt ausschließlich für Paris, die dritte Kollektion steht, im Februar geht's wieder los.

Ausgebildet an der renommierten Königlichen Akademie der Schönen Künste in Antwerpen ist

man mehr Künstler als Designer. Ein Blick ins Skizzenbuch bestätigt das: Die Seiten sind mit filigranen und detaillierten Bleistiftzeichnungen gefüllt, hier und da mit Stoffproben beklebt – ein Kunstwerk, das die Entstehung der letzten Kollektion dokumentiert.

Lange waren die Designer in den Modemetropolen zu Hause, haben in New York und Paris für große Namen wie Dries van Noten, Givenchy und Helmut Lang gearbeitet – um dann in der Heimat sesshaft zu werden. „Hier fühle ich mich wohl, gehe nach Hause zu meiner Freundin und bin geerdet“, erklärt einer der Designer.

In diesem Punkt können wir die Designer nun ziemlich gut verstehen: Uns ist vom sich ständig drehenden Modekarussell jedenfalls immer noch ein wenig schummrig.

Nina Bauer

+ **Riani Flagshipstore** Höllgasse 22, Schorndorf, Mo-Fr 9:30-18, Sa 9:30-16 Uhr, Tel. 07181/98 04 20, www.riani.de

+ **Dannenmann Pure** Hauptstr. 112, Weinstadt-Strümpfelbach, Mo-Sa 10-18 Uhr, Tel. 07151/20 83 30, www.dannenmann-pure.de

+ **Marc Cain Outlet**, Industriestr. 1, Bodelshausen, Mo-Fr 10-20, Sa 10-18 Uhr, Tel. 07471/70 92 74, www.marc-cain.de

+ www.agentsecret.de

Von der Schlaghose zur High-Fashion-Kollektion: Riani