

Asiatisch: Manchmal muss Mode schlicht sein

Die Friedrichshafener Designerin Christine Frischmuth hat Japan zum Thema ihrer neuen Kollektion gemacht

Von Simone Haeefe

Christine Frischmuth steht hinter „frischmut.“. Hundertprozentig. Die 40-jährige Modedesignerin aus Friedrichshafen entwirft ihre gesamten Kollektionen alleine, sucht die Stoffe aus, designt teilweise sogar das Muster darauf selbst, näht die ersten Modelle eigenhändig und verkauft ihre Kleider unter dem Label „frischmut.“ im eigenen Geschäft. Und das mit immer mehr Erfolg. Vor knapp vier Jahren hat sie ihr Ladengeschäft mit Werkstatt in der Friedrichshafener Eugenstraße eröffnet – mit vagem Blick in die Zukunft. Wird ihre Mode Gefallen bei den Kundinnen finden? Sie fand, großes sogar. Christine Frischmuth kann sich mittlerweile über einen beachtlichen Stammkundinnenkreis freuen, bis aus Berlin, München und Stuttgart reisen die modebewussten Käuferinnen an. Außerdem werden ihre „Anzihsachen vom Bodensee“ – so der bescheidene Werbeslogan – im In- und Ausland verkauft.

Stunde der Veränderung

Ab der dritten Septemberwoche zielt ihre neue Herbst/Winter-Kollektion die Kleiderständer, Schneidpuppen und Regale im Geschäft. Und wie in den Jahren zuvor hat sich Christine Frischmuth dabei nicht von den Trends, die die großen Modefirmen vorgeben, beeinflussen lassen. „Ich weiß oft gar nicht, was in dieser oder jener Saison gerade ‚in‘ sein soll. Das interessiert mich auch nicht“, erzählt sie. Christine Frischmuth macht sich ihre eigenen Gedanken, vertieft sich in ein Thema und entwirft dann ihre neue Kollektion. Für diesen Winter sollten dies eigentlich die Malerin Paula Modersohn-Becker und ihre farbintensiven Werke sein. Die ersten Entwürfe waren bereits fertig, Stoffe bestellt, doch dann tobte der Tsunami über Fukushima und löste eine Natur- und Atomkatastrophe aus.

Die Schönheit der Holzschnitte

Christine Frischmuth war wie so viele andere geschockt, hielt inne – und warf ihre gesamten Pläne über den Haufen. Japan sollte jetzt ihr Thema für die Herbst- und Wintermode werden. Das Land, seine Kultur und Geschichte mussten nun einen direkten Einfluss auf den Entwurf der aktuellen Herbst- und Wintermode nehmen. „Dabei wollte ich sowohl die Trauer und das Mitgefühl ausdrücken, aber auch die Hochachtung vor Japan, seiner Geschichte und seiner Kultur. Inspiriert haben mich dabei vor allem die Bilder des japanischen Malers Utagawa Hiroshige (1797-1858), der mit seinen feinen



Nicht nur Christine Frischmuths Kleider sind eine Hommage an Japan, auch die am Bodensee entstandenen Modefotos.

FOTO: BÄRBEL STARZ

und zarten Holzschnitten auch Künstler wie van Gogh und Picasso beeinflusst hat“, erklärt die Modedesignerin. Dafür musste sie erst einmal meterweise schwarzen Stoff nachbestellen, denn „schwarz war in meiner Kollektion eigentlich gar nicht vorgesehen.“

Doch ihre neue Linie ist alles andere als traurig geworden. Ein warmes Rot, Beige, Creme, Türkis, Olive, Schwarz und Fuchsia sind die vorherrschenden Farben, die Formen einfach und gerade. Die schlicht geschnittenen Mäntel und Jacken haben asiatische Stehkrägen, Blusen und Kleider enden in Kimonoärmeln, feine Bordüren zieren die Röcke. Manche verarbeiteten Stoffe er-

innern an japanische Schriftzeichen, andere, luftig leichte, an Kirschblütenfeste und pralle Pflaumenfrüchte. „frischmut.“-Mode kann immer und überall getragen werden, ist alltags-tauglich („Mit meinen Röcken lässt sich auch Fahrrad fahren.“), einzigartig und trotzdem erschwinglich.

„Bei mir kaufen Frauen ein, die meine Vision von Kleidung teilen – unabhängig von Alter und Einkommen“, erzählt die gelernte Schneiderin, für die vor allem eines wichtig ist: „Kleidung muss auch eine Seele haben.“

Ihre Philosophie von qualitativ hochwertiger, von Hand im Land gearbeiteter und doch bezahlbarer Mode erklärt sie auch ihren Kundinnen.

„Ich will transportieren, wofür mein Name und mein Label stehen.“ So erfahren die Käuferinnen schnell, dass Christine Frischmuth ihre Stoffe nur in Europa (vor allem auf der Schwäbischen Alb, in St. Gallen, Österreich, Italien und Frankreich) kauft und ihre Kollektionen ausschließlich in Deutschland produzieren lässt.

Das Bewusstsein schärfen

Auch wenn das Thema ihrer neuen Wintermode Japan ist, hat Christine Frischmuth ein eher gespanntes Verhältnis zu Asien. Zumindest, was das Berufliche betrifft. Die Arbeitsbedingungen, die dort in der Textilbranche herrschen, Kinderarbeit und Billiglöhne verurteilt sie aufs

Schärfste. Stoffe aus Asien kommen ihr deshalb nicht auf den Nähtisch. „Das ist auch der Grund, warum es in meinen Kollektionen zum Beispiel keine Jeans gibt. Denn Jeansstoffe sind mittlerweile fast nur noch aus asiatischen Ländern erhältlich“, erklärt sie.

Als Moralapostel in Sachen Mode tritt die 40-Jährige aber keineswegs auf. Sie will nur ein wenig das Bewusstsein schärfen und wünscht sich, dass Menschen, die es sich finanziell leisten können, nicht zum Fünf-Euro-T-Shirt greifen, sondern sich Gedanken über die Bedingungen in Billiglöhnländern machen.

Dazu passt auch, dass Christine Frischmuth ihre Mode nicht mit



Schilf, Wasser, klare Linien: Die Holzschnitte des Meisters Hiroshige inspirierten die Designerin.



Auch florale Muster gehören zur neuen Kollektion von Christine Frischmuth.

FOTO: SIMONE HAEFELE

großem Tamtam vermarktet. Um ihre Idee von Japan für die Werbekampagne ins rechte Bild zu setzen, reiste sie nicht zum Foto-Shooting etwa nach Fernost, sondern begab sich mit ihrer Fotografin und Künstlerin Bärbel Starz aus Friedrichshafen und ihrer Praktikantin Valentina Deiss als Fotomodell an den nahen Bodensee. Entstanden sind symbolträchtige Aufnahmen, die einen Hauch von Asien transportieren und Lust auf „frischmut.“ machen.

Christine Frischmuth hat ein Geschäft in Friedrichshafen, Eugenstr. 57 (montags geschlossen). Website: www.frischmut.de

Übrigens

Von Birgit Kölgen

Bitte recht wild!

Eine wahre Dame ist dem schrillen Muster abhold. Allenfalls trägt sie zum cremefarbenen Kaschmir-Twinset einen Paisley-Schal, Seide natürlich. Ich befinde mich zwar schon länger im Damenalter, aber leider bin ich bei der Verteilung modischer Zurückhaltung zu kurz gekommen. Nach wie vor kann ich – zum Entsetzen meiner puristisch orientierten Tochter – dem Leoparden-Print nicht widerstehen. Kaum sehe ich ein Polyester-Fähnchen mit dem abgedroschenen Raubkatzenmuster, da muss ich es kaufen. T-Shirts und Blusen, Schals und Schirme, Pullis, Pulswärmer, Haarbänder, sogar einen Rock im Leo-Look gibt's in meinem Schrank. Und da wäre auch noch der einschlägig bedruckte Kaninchenfellmantel, mit dem ich an kalten Tagen beherrscht die Feingeister erschrecke.

Jedes Jahr fürchte ich aufs Neue, dass die Modemacher das Leo-Angebot endgültig abschaffen. Aber so dumm sind sie nicht. Sie kennen die fragwürdigen Be-



gierden ihrer reiferen Kundschaft. Schließlich erschien sogar eine tadellose Lady-Darstellerin wie Helen Mirren (65) erst kürzlich wieder strahlend in einer bodenlangen Leo-Robe mit Lederjacke (Dolce und Gabbana) auf irgendeinem roten Teppich. Wir wollen es eben wild, das hebt das Lebensgefühl. Außerdem kurbelt es den Umsatz an. Deshalb geben uns die Designer weiterhin die Muster des Dschungels.

Leo geht immer. Und in dieser Saison, bemerke ich mit Entzücken, kommt noch die sogenannte „Snake-Optik“ hinzu. Schlangenumuster, wohin man sieht. Schuhe, Hosen, Kleider – alles darf dem schrecklichen Schuppenkriechtier gleichen. Nur kurz habe ich gezuckt und gezögert, dann war die italienische Tasche aus falschem Schlangenleder mein. Pythonprint, behauptet das glamouröse Fachmagazin „Elle“, sei – Damen, aufgepasst! – „das eleganteste Muster des Winters“. Dagegen kann alles Cremefarbene doch einfach nur erblassen.



Pünktchen müssen nicht brav aussehen. Das beweist dieses Modefoto mit den Zwillingen Maria und Sophia aus der „Brigitte“. FOTO: GRUNER U. JAHR

Falsche Schlangen

Die Saison zeigt Mut zum Muster

Klassisch währt am längsten. Trotzdem wird zweimal im Jahr die Mode neu erfunden. Und alle Frauen gucken hin. Was trägt man in diesem Herbst? Wie lang sind die Röcke? Was bleibt schick? Was gehört in die Mottenkiste der Mode-Gags?

Verschwunden sind im Herbst 2011 die spitzen hohen Schulterpolster, die im vorigen Winter urplötzlich schick waren. Keine Spur davon in den einschlägigen Magazinen. Sah ja auch sonderbar aus. Wer noch Blusen und Jacken dieser zickigen Art im Schrank hat, bringt sie am besten zur Änderungsschneiderei und lässt die Schultern abflachen. Schon passt es wieder. Was die Rocklänge betrifft, so ist nach wie vor alles möglich, was das Bein erlaubt: Mini, knieumspielt, üppig wadenlang. Warum in den Boutiquen allerdings so gut wie nur mädchenhaft kurze Kleidchen hängen, das bleibt ein Geheimnis der Einkäufer.

Grundsätzlich kann die Frau gestrost alles weitertragen, was ihr im letzten Jahr gefiel. Und sogar, was ihr



viel früher mal gefiel. Zu den „Keypieces“ (Schlüsselstücken) der Saison gehören nach Erkenntnis der mondänen Münchner Frauenzeitschrift „Elle“ ausgestellte Mäntel mit doppelter Knopfreiheit im Stil der 60er-Jahre, Hosen mit Schlag nach Art der 70er-Jahre und Schluppenblusen, wie sie früher Tante Erna am Sonntag getragen hätte. Die Schleifen am Hals geben dem modischen „maskulinen Anzug“ einen femininen Touch. Die neuen Kastenjacken stehen schlanken Menschen, Mollige sehen darin klobig aus.

Aufregende neue Schnitte sucht man vergebens, die Mode zeigt jedoch Mut zum Muster. Susanne Gundlach, Modechefin der „Brigitte“, nennt die wichtigsten Trends: „Fröhliche Punkte und sanfte Pastelltöne verschönern uns die kalte Jahreszeit. Außerdem angesagt: Stoffe in Metall-Optik und Lackleder. Auch Fotodrucke werden uns überall begegnen, wahlweise mit urbanen Motiven oder Naturbildern.“ Und ganz wichtig: falsche Schlangen. Der „Snake-Print“ ergänzt das allzeit beliebte Leopardenmuster. (bikö)