

Trend der Woche

Eine T-Shirt-Überraschung von Paul Smith



Eine tierische Angelegenheit: Ameisen auf dem T-Shirt Foto: Utz

VON BIRGIT UTZ

Sie sind auf Schuhen, Geldbörsen, Taschen, Manschettenknöpfen, Hosens, Hemden, Sweatshirts und auf T-Shirts: Ameisen.

Man kann ihnen offensichtlich überall begegnen. Vor allem das T-Shirt mit dem tierischen Print ist alles andere als langweilig und weit davon entfernt, konventionell zu sein. Und im Vertrauen: Mann sollte mindestens ein ungewöhnliches T-Shirt im Schrank haben. Das weiß-schwarze Ameisen-Shirt gehört dazu. Es ist zudem einfach zu kombinieren.

Entworfen hat das T-Shirt aus der Ameisen-Print-Serie Sir Paul Smith. Der britische Modedesigner ist bekannt für seine originellen Kreationen und steht bei modebewussten Männern hoch im Kurs. Bei den Fashionshows ist Paul Smith immer für eine Überraschung gut. Übrigens wurde Paul Smith für seine Verdienste um die britische Modewirtschaft im Jahr 2001 zum Ritter geschlagen. Der erfolgreiche Sir ist eben gelistreich, witzig und entspannt, genau wie seine Mode.

Das T-Shirt hat übrigens auch einen ausgefallenen Preis, es kostet satte 190 Euro.

• Birgit Utz ist Kostümbildnerin und Stylistin für Film- und Fotoproduktionen.

Was geht – was geht nicht?

Kein schwarzer BH zu weißer Bluse



Sichtbarer BH wirkt nicht stilvoll.

Ein Look kann noch so attraktiv sein, nur ein Detail kann den positiven Gesamteindruck trüben. Zum Beispiel, wenn sich unter der Bluse die Unterwäsche abzeichnet. Daher ist es wichtig, die Unterwäsche auf die Farbe der Kleidung abzustimmen. Erst dann sollte man sich über die Form der Unterwäsche Gedanken machen.

Bei weißen Stoffosen, aber auch unter weißen Blusen, ist es vorteilhaft, die Wäsche in einem hautfarbenen Ton zu tragen. BHs mit transparenten Trägern sollte man vermeiden und lieber zum trägerlosen Modell greifen.

Bei Hüftosen ist besonders darauf zu achten, dass das Höschen nicht am Hosensbund hervorschaut. Für hautenge Kleidung gibt es Wäsche, die mit einem Laser geschnitten sind. So wirken sie nahtlos und liegen ganz flach auf der Haut. Unter transparenter Kleidung eignet sich schlichte und einfarbige Wäsche. (dh)

Für Sie in Modefragen da:



Fragen, Anregungen, Kritik? Melden Sie sich bei mir. E-Mail: m.haar@stn.zgs.de Post: Martin Haar Stuttgarter Nachrichten Redaktion Lokales Pflinger Straße 150 70567 Stuttgart



Andreas Hildebrand in seinem neuen Atelier an der Schützenstraße

Fotos: Lichtgut/Max Kovalenko, Martin Stollberg, plainpicture

Perfektion statt Konfektion

Trotz eines lukrativen Jobs sucht der Maßschneider Andreas Hildebrand sein Glück in der Selbstständigkeit

Trotz eines gut bezahlten Jobs sucht der Maßschneider Andreas Hildebrand sein Glück in der Selbstständigkeit. Sein neues Ladengeschäft hat er jüngst an der Schützenstraße eröffnet. Eine guten Anzug erkennt man nach seiner Meinung an den Details.

VON SVEN HAHN

STUTTGART. Für ein Sakko und eine Hose 4000 Euro und mehr, wenn es das mutmaßlich selbe für ein Zehntel von der Stange gibt? „Klar, denn der Unterschied ist so drastisch wie der zwischen einer S-Klasse und einem Trabi“, sagt Andreas Hildebrand. Der 26-Jährige hat jüngst sein eigenes Atelier in Stuttgart eröffnet. Gelehrt hat der Mittzwanziger am Stuttgarter Staatstheater. Nach Stationen in Hamburg und Düsseldorf war er mit 24 Jahren Abteilungsleiter bei Breuninger in Stuttgart. Eine bemerkenswerte Karriere für jemanden, der vor einigen Jahren noch weniger als 500 Euro pro Monat verdient hat.

Mit 17 hat Andreas Hildebrand seine Ausbildung zum Schneidergesellen am Staatstheater begonnen – schon damals mit dem festen Ziel, sich spätestens zehn Jahre danach selbstständig zu machen. Einen Plan, den er eine oder andere damals belächelt haben mag. Heute aber steht der 26-Jährige in seinem frisch eingerichteten Atelier an der Schützenstraße. Hildebrand trägt einen schmalen Zweireiher und eine akkurat gebundene Krawatte. Ein seidenes Einstecktuch blüht aus der Brusttasche. Sein Atelier ist fein eingerichtet – Parkett, große Spiegel, ein Samtsofa. Es liegen Bücher mit Stoffproben auf dem Tisch.



Mit Nadeln, Maßband und Knöpfen bewaffnet, geht der Schneider ans Werk.



„Der teuerste Stoff ist die Wolle von Vikunjas“, sagt er und fügt an: „Das ist eine seltene Art Lama, die in den südamerikanischen Anden lebt. Ein Meter dieses Stoffes von einer 1,40 Meter breiten Rolle kostet zwischen 3000 und 6500 Euro.“ Ein Mantel oder eine Jacke aus diesem extrem weichen Material liegt schnell im funfstelligen Bereich. Doch in aller Regel ist der Arbeitsaufwand der Faktor, der einen Maßanzug teuer macht. „Rund 60 Stunden Handarbeit stecken in einer Kombination“, sagt der Schneider. Sogar die Knöpflocher sind von Hand genäht. Es seien diese Details, die einen maßgefertigten Anzug ausmachen.

Andreas Hildebrand hat während seiner Ausbildung im ersten Lehrjahr 470 Euro im Monat verdient. „Und das ist sogar viel“, sagt er, „die meisten Lehrlinge verdienen weniger als die Hälfte.“ Schon wenige Jahre später hat er bei Breuninger als Verantwortlicher für das Maßatelier des Warenhauses in Stuttgart ein mehr als anständiges Gehalt verbucht. Trotzdem folgte der Schritt in die Selbstständigkeit. „Ich will mein eigener Chef sein“, erklärt er und fügt an: „Ich habe große Pläne.“ Expandieren wolle er – wie genau, das will Andreas Hildebrand jedoch noch nicht verraten.

Schneider. Zu diesem Zweck hat er bereits seine ersten Mitarbeiter angestellt. „Derzeit habe ich einen Schneider, er soll später meine Werkstatt leiten.“ Bald sollen in den beiden hinteren, mit Nähmaschinen und Bügelanlagen voll gestellten Räumen des Ateliers an der Schützenstraße vier oder fünf Schneider arbeiten.

Die Namen seiner Kunden verrät Hildebrand nicht – dass sie gut verdienen, scheint aber klar

Andreas Hildebrand hat sich auf das Thema Vollmaß konzentriert. Im Unterschied zu maschinell gearbeiteten Anzügen könne er die Problemstellen seiner Kunden kaschieren. Zunächst werden die Kunden vermessen. Danach folgen vier bis fünf Anproben, bis der Anzug perfekt sitzt. Die Kunden des Maßschneiders sind – allein schon den Preisen geschuldet – Vordäste, Geschäftsführer oder Manager. Sie kommen unter anderem aus der Immobilienbranche, der Autoindustrie oder der Finanzbranche. „Namen nenne ich natürlich nicht“, sagt Andreas Hildebrand.

Und die Konkurrenz in der Landeshauptstadt? Mehr und mehr Läden in Stuttgart bieten Maßanzüge für einige Hundert Euro für Hose und Sakko an. „Dabei handelt es sich um Maßkonfektion“, erklärt Hildebrand. Dabei werde ein vorgefertigter Anzug maschinell an die Vorgaben des Kunden angepasst. Da sei man nicht mehr beim Trabi, aber auch noch lange nicht bei der S-Klasse, sagt er. Und Hildebrands früherer Arbeitgeber Breuninger hat mit viel Mühe das eigene Maßatelier gestärkt. „Ich sehe uns nicht als Konkurrenten“, sagt der Schneider diplomatisch.

Der feine Unterschied

Lauter Flaschen

VON TOMO PAVLOVIC



Die Angst vor dem Klimawandel treibt schon seltene Blüten. Obwohl die meisten Bewohner dieser stark umwölkten Stadt dank der anhaltenden Regenfälle statt Pflanzensamen Flechten auf ihrem Kopf spazieren tragen, fürchten die jungen Leute die Austrocknung. Doch während Männer in den Zwanzigern ihr Heil in Bierflaschen sehen, die sie voller Ehrfurcht wie Reliquien auch an helllichten Regentagen umhertragen, hoffen die

Frauen weiterhin auf die Erlösung durch den Lebensquell Wasser. Wasser ist die Rettung. Leben heißt: Durst löschen. Es fließen zu lassen. Von Wasser kann man nie genug bekommen. Man trinkt immer und überall.

Wichtig dabei ist das Verhältnis, die Flasche. Sie ist als modisches Accessoire unentbehrlich. An der Flasche wird ständig genuckelt und gesaugt, in der S-Bahn, während einer Theateraufführung, beim Joggen, im Wartezimmer, beim Autofahren, nach dem Sex, vor dem Sex, in der Besprechung im Büro.

In den 90er Jahren waren die handelsüblichen 1,5-Liter-Plastikpfandflaschen der bekannten französischen Mineralwassermarken omnipräsent. Tatsächlich oder eingebildete Modells nahmen sich damals Kamele zum Vorbild, die in einer Viertelstunde bis zu 200 Liter Wasser saufen könnten.

Wer das nicht schaffte, trank mindestens drei Liter täglich, auch nachts, gluckerte bei jeder Bewegung wie ein Wasserbett und verbrachte die meiste Zeit auf einer Toilette mit dem Warten auf den Anruf aus Mailand oder Paris. Wer schön und cool wie Kate Moss sein wollte, musste sich öffentlich abtun.

Die Plastikflasche war mindestens so wichtig wie das Eau de Toilette von Calvin Klein, der Eastpak-Rucksack und die Spagettiträger.

Mode ist ja auch eine Art Klimawandel. Zum äußeren gehört ein innerer Stilwechsel. Und wer frühmorgens vor der ersten Vorlesung im Universitätsgebäude in der Keplerstraße die ordinäre Plastikflasche ansetzt, hat nichts verstanden von der Welt am Abgrund. Zur zeitgemäßen Grundausstattung der urbanen Überlebenskünstlerin mit Studentenausweis gehört mittlerweile: ein Fjällräven-Rucksack, eine Yoga-Matte zum

Rollen mit Schulterband, die weißen Sneaker, die Kopfhörer, das Smartphone, die unausrottbaren Leggings und eine politisch korrekte Flasche aus Glas, Edelstahl oder Titan mit sogenanntem Fruchtzeitsatz, etwa für Ingwertückchen.

Was viele immer noch nicht kapiert haben: Ingwertückchen können Leben retten wie Bernhardiner oder vegane Wochenenden! Entscheidend ist, dass das Flaschenmaterial keine bedenklichen Weichmacher enthält. Weichmacher sind für die heutigen Studenten ungefähr so bedenklich wie Kurt Georg Kiesinger für die wilde 1968er-Generation.

Man sagt auch nicht mehr Flasche (höchstens zum eigenen Freund oder Mann). Man sagt vielmehr: Trinksystem. Ohne passendes Trinksystem ist man in dieser emotionalen Wüste namens Stuttgart verloren. Bleibt nur noch die Frage: Wer eigentlich diese Kate Moss?