




Text Alexandra Foghammar **Fotos** Claus Felix

Von der strapazierfähigen Kinderkleidung bis zur eleganten Stola zum Abendkleid reicht die schöpferische Bandbreite Nürnberger Modemacher. So gegensätzlich die Produkte und Produktionen, so unterschiedlich gestalten vier ausgesuchte Akteure die lokale Modeszene: Einer will klein bleiben, eine ist im Kleinen groß, einer wächst in kleinen Schritten und eine zielt nicht nur auf kleine Damengrößen.



Spitze ist das, was abseits von Modekettenläden in so manchem Nürnberger Schneideratelier entsteht, etwa dies kunstvolle Dekolleté eines Kleids von Gudrun Klemmt.

MODE LABEL FÜR LOKAL PATRIOTEN



Mit geometrischen Applikationen aus Plüschstoff macht Christian Hetzner aus einem Sweatshirt jungen Streetstyle.

„Plüsch find ich cool“

Aus farbigen Stoffen mit hohem Faserflor schneidet Christian Hetzner geometrische Formen aus und näht sie auf Sweatshirts, die er in verschiedenen Farben und Größen vorrätig hat. Hinten platziert er noch sein Label und fertig ist der junge Streetstyle der Marke „hecna – organic & fair wear“.

Die Pullover für Sie und Ihn stammen aus Indien, wie auch die T-Shirts, die der Grafikdesign-Student und gelernte Modenäher im Siebdruckverfahren veredelt. Die Farben, die er für den Druck am selbstgebauten Siebdrucktisch verwendet, sind frei von Lösungsmitteln, das ist ihm wichtig. „Meine Basismaterialien und das Nähgarn, das ich verwende, sind aus Biobaumwolle und fair zertifizierter Produktion“, betont Christian Hetzner. Der junge Designer führt seinen Ein-Mann-Betrieb in einem kleinen Raum seiner Studentenwohnung in einem Rückgebäude in der Juvenellstraße. Als Einzelstücke und in Kleinserien setzt er Ideen um, die ihm aus dem alltäglichen Umfeld zufliegen. Für eine T-Shirt-Kollektion fotografierte er auf der Straße vor seinem Haus, was ihm vor die Linse kam. So zieren eine Mülltonne, ein Gullideckel oder ein Kaugummi-automaten-Trio in zartem Grau die Vorderseiten von „hecna“-Teilen.

Das Miniatur-Label, benannt nach einem früheren Chatnamen des Studenten, soll unbeschwert von Trends etwas Besonderes bleiben. „Ich will aus der Reihe tanzen“, sagt Christian Hetzner. Und weil er seine Kreativität ausleben und sich nicht in der Produktion größerer Stückzahlen und der Organisation eines Vertriebs über den Einzelhandel verlieren will, verkauft er die mit seinen Prints und Patches versehene Textilien selbst auf Nürnberger Design-Märkten wie dem „Schwarzmarkt“ oder dem „Sommer-/Winterkiosk“. „Da merkt man, was ankommt“, erklärt er. Online erhält er etwa eine Bestellung pro Woche. Obwohl Christian Hetzner „hecna“ bereits einen Tag vor seinem 18. Geburtstag als Gewerbe angemeldet hat und schon acht Jahre im Modegeschäft ist, ist ihm seine Unabhängigkeit wichtiger als große Umsätze und Gewinne. Seine Devise für die Zukunft: „Ich will es klein lassen, da fühl ich mich wohler.“

Organisch und fair produziert sind die Shirts der Marke „hecna“.



„Wir experimentieren mit neuen Schnitten“

Mit bunt gemusterten Pumphosen, die dank elastischer Bündchen zum Krempeln und längerem Schritt mitwachsen, hat sich Kerstin Brkasic-Bauer mit ihrer Marke „Blond! Made in Nürnberg“ einen Stammplatz in unzähligen Kinderzimmern erobert. Weil die vierfache Mutter nicht alle drei Monate den Kleiderschrankinhalt erneuern wollte, erfand Kerstin Brkasic-Bauer die legeren Mitwachshosen. Ihr Mann erkannte das Potenzial ihrer Kreationen und so motiviert machte sie 2011 ein Geschäft daraus.

„Anfangs haben meine Mama und ich bis morgens um 4 Uhr genäht“, erinnert sich die Selfmade-Designerin. Analog zur Nachfrage erweitert sich die Angebotspalette beständig: Pullover, Jacken, Mützchen, Strampler, Windeltaschen und vieles mehr kamen bereits hinzu. Die Stoffe aus Baumwolle mit einem kleinen Stretchanteil, die allesamt fair produziert sind, zeigen ausgesucht schöne Farben und Muster, an denen man sich lange nicht satt sieht: Traktoren fahren im Korso über Baumwollmützen, Mäuschen knuspern auf Pullis und Astronauten starten mit ihren Raketen von Lätzchen aus ins All.

In der Steinstraße 20 fand die Unternehmerin die ideale Immobilie für ihren mit der Schneiderei kombinierten Laden. Während vorne immer wieder aufjuchzende Kundschaft zwischen Regalen und Kleiderstangen schlendert, rattern im hinteren Teil bis zu 13 Nähmaschinen, um die wachsende Käuferschar von „Blond!“ zufriedenzustellen. Wer ein Modell oder einen Stoff entdeckt und sich eine individuelle Ausarbeitung wünscht, dem wird binnen zehn Tagen das Passende angefertigt. Acht Angestellte und vier Auszubildende bilden das Kernteam der Firma, dazu stoßen bei Messen und Märkten Verkaufshilfen. Verarbeitet werden jährlich rund 400 verschiedene Stoffe, die deutsche Lieferanten nach Designs aus Schweden und Finnland produzieren.

In einer Ecke des Ladens veranstalten Äffchen einen munteren Ringelpietz auf Beinkleidern für ausgewachsene Mannsbilder. „Weil die Kinder-Buxen so bequem sind, wollen auch immer mehr Große darin auf der Couch lümmeln“, klärt die Firmenchefin auf und verkündet lachend: „Diese Hosen wachsen



„Blond!“ heißt prägnant das Bekleidungsunternehmen von Kerstin Brkasic-Bauer, das der Vorliebe kleiner Jungs für rote Feuerwehrautos mit einer ganzen Kollektion Rechnung trägt.

auch mit – in die Breite!“. Experimentierfreudige Männer chillen gern in schrillen Graffitimustern, ein Modell in Schwarz trägt eine Richterin unter ihrer Robe. Kinderkleidung macht dennoch etwa 85 Prozent des Portfolios aus. „Wir haben derzeit geburtenstarke Jahrgänge“, stellt die Chefin zufrieden fest.

Ob online, auf der „Freizeit“ in der NürnbergMesse, dem Ostermarkt oder dem Christkindlesmarkt – „Blond!“ zeigt Präsenz und profitiert von seinem eingängigen Namen. „Den können sich auch Männer merken, er ist international und jeder kann ihn aussprechen“, umreißt Kerstin Brkasic-Bauer die Marketingqualitäten ihres Labels. Auf den Zusatz „Made in Nürnberg“ stehen die Touristen und auch bei den Einheimischen kommt er gut an: „Die Nürnberger haben einen ziemlich starken Lokalpatriotismus entwickelt, das kannten wir früher nur aus München!“



Strickjacken, Polos und Hemden in ausgesuchter Qualität bietet Maximilian Messerer in seiner Herrenboutique an.

„Was mir nicht gefällt, wird auch nicht produziert“

Was Maximilian Messerer irgendwann beim Blick in seinen Kleiderschrank überhaupt nicht mehr gefiel, waren die nach wenigen Wäschen verzogenen Krägen seiner Poloshirts. Als ausgesprochener Fan dieses Kleidungsstücks suchte der gelernte Groß- und Einzelhandelskaufmann Kontakte zu Stoffherstellern, Schneidern und Schnittmachern und entwarf schließlich mit einer Designerin 2014 „sein“ Poloshirt. „Weil sich die Produktion nur bei der Abnahme einer größeren Stückzahl lohnt und man ja auch nicht mit nur einer Farbe zufrieden ist, bin ich mit vier Modellen in den Verkauf eingestiegen.“ Quasi über Nacht entstand dazu die Marke „Norenberg“ mit dem schwarz-weiß-roten Logo. „Ich wollte unbedingt den Bezug zu Nürnberg, weil ich Nürnberger bin und immer einer sein werde – und Norenberg war der älteste Name der Stadt, den wir gefunden haben“, erklärt Maximilian Messerer.

In seinem Onlineshop und dem angenehm aufgeräumten Laden in der Johannesgasse 6 bietet der passionierte Quereinsteiger in die Herrenmode inzwischen neben einer Poloshirt-Linie Pullover, Oberhemden, Hoodies und Strickjacken aus Walk oder Merinowolle an, für die er mit kleinen Manufakturen zusammenarbeitet, die überwiegend in Deutschland sitzen. In Nürnberg entstehen die handgefertigten Ledergürtel, die Hemden in einer Schwabacher Schneiderei. Seine Ideen bespricht Messerer mit der Produktionsleitung und lässt bis zu drei Muster herstellen – immer in seiner Größe. „Ich trage die neuen Modelle als erster, spreche mit meinen Kunden darüber, schaue sie mir nach dem Waschen genau an – und entscheide dann, ob etwas geändert werden muss oder ob das so in die Produktion gehen kann.“ Die aus hochwertiger Baumwolle genähten Poloshirts kann man sogar ohne Qualitätsverlust bei 60 Grad waschen, „wenn man sich mal mit einem Bratwurstweggla eingesaut hat“.

Als „nachhaltig und fair“ bewirbt Messerer seine „Casualwear für jedermann“, was von einer wachsenden Stammkundschaft goutiert wird. Zwei Angestellte unterstützen ihn mittlerweile beim Verkauf. Wer dringend etwas Neues zum Anziehen braucht und keine Zeit zum Einkaufsbummel hat, kann einen telefonischen Hilferuf an „Norenberg“ absetzen. „Dann pack’ ich unser Sortiment an Hemden zusammen und fahre abends zu dem Kunden nach Hause“, führt Messerer ein Beispiel für seinen Homeservice an. Sein Ziel ist, Männern einmal zu Jacke und Hemd auch Hosen anbieten zu können. „Aber jetzt bauen wir erstmal das Hemdenangebot aus“, meint er, „eins nach dem anderen.“

Ist aus Nürnberg und zeigt es auch: die Marke „Norenberg“.





„Wenn ich nähe, vergess‘ ich die Zeit“

Dass Gudrun Klemmt eine leidenschaftliche Textildesignerin ist, lässt sich bereits beim Eintritt in ihren Showroom in der Mittelstraße 4 erkennen. Hier leuchten Farben, glänzen Stoffe, glitzern Applikationen in überschwänglicher Fülle. Weil sie in Geschäften nicht das fand, was sie suchte, fing die berufstätige Lehrerin und gelernte Damenschneiderin kurzerhand selbst an zu nähen. Ihre fantasievollen Accessoires „für ungezähmte Frauen“ bietet sie seit 2008 unter dem Label „zonibildner“ an, benannt nach einem imaginären Freund in frühen Kindertagen.

Stoffe, Spitzen, Borten, Federn und Perlen, die Gudrun Klemmt von ihren Reisen mitbringt, warten in Regalen auf den „Flow“ ihrer Herrin. Auf einer alten Pfaff-Nähmaschine, die nebenan in einer kleinen Nische steht, fertigt Gudrun Klemmt ihre textilen Collagen, die allesamt Einzelstücke sind: Cacheur (Wickelrock, auch Hüftschmeichler genannt), Wickelgürtel, Stola, Armstulpen und Kappe lassen sich einzeln oder im Set mit Standardmode kombinieren. „Damit kann man ein schlichtes schwarzes Kleid in eine Abendrobe verwandeln“, erklärt die Designerin, „oder man peppt eine Jeans auf.“ Bevorzugt mixt sie Modernes mit Traditionellem und paart Gegensätzliches. Für einen Cacheur mit abknöpfbarem Rockteil vernäht sie Label von englischen Herrenan-



So fantasievoll wie der Markenname „zonibildner“, links oben auf dem Etikett einer Damenkrawatte zu lesen, entstehen auch die textilen Kreationen von Gudrun Klemmt.

zügen mit zartem Chiffon auf einem indischen Sari-Tuch, fügt einen robusten Polsterstoff hinzu, stickt Perlen und Pailletten auf und gibt als Finish noch Wollbiesen und eine Stofffrosette hinzu. Aus unterschiedlich gemusterten Bindern wird ein Krawattengürtel, der je nach Lust und Laune unter der Brust gewickelt, um die Hüfte geschlungen oder schräg über eine Schulter gebunden werden kann.

Regelmäßig am Samstagnachmittag ist Gudrun Klemmts Wunderkammer geöffnet. Kundinnen, die etwas Ausgefallenes für eine Feier suchen, werden hier auch ohne Modelmaße fündig. „Weil alles gewickelt oder mit variabel angebrachten Druckknöpfen zu schließen ist, gibt es bei mir keine Konfektionsgrößen“, erklärt Gudrun Klemmt die universelle Tragbarkeit ihrer kunstvollen Kreationen. Ob die Figur sich nach „36“ oder „46“ bemisst – bei dieser Modemacherin ist eine kleine Größe kein Muss. Ein echter Hingucker ist man in ihrem Outfit immer. ■