

Mode für Philosophinnen und Philosophen

Mit Avantgardemode begeistert **Eigensinnig** vor allem jene, die ihre Anti-Fashion-Haltung zeigen möchten

GESCHÄFTSBESUCH:
NATHALIE GROSSCHÄDL

Was ist typisch wienerisch und gleichzeitig wirklich urban? Eine mögliche Antwort findet sich in Neubau am barocken Sankt-Ulrichs-Platz. Am beschaulichen Ort mit Kopfsteinpflaster und Kirche liegt in einem barocken Altbau mit Deckengewölbe das gerade renovierte Geschäft Eigensinnig. Der Showroom mit angeschlossenem Atelier könnte sich im Grunde auch in New York oder London befinden, kreativ, international, polyglott und sehr heimelig. Aber den Spaziergang dorthin über das Kopfsteinpflaster entlang der historischen Fassaden, den gibt es nur in Wien.

Es ist ein auf den ersten Blick widersprüchliches Lebensgefühl, das sich hier auf 150 Quadratmetern zwischen edlen dunklen Holzböden und abgeschlagenen Wänden ausbreitet. Mitinhaber Toni Woldrich übersetzt das Konzept so: „Die Freiheit der Kunst trifft auf die strengen Regeln des Schneiderhandwerks.“ Avantgardemode aus natürlichen Materialien findet sich hier, die Designgrenzen durch die Dekonstruktion gängiger Schnitte überschreitet, mit experimentellen Silhouetten arbeitet und häufig auf tiefe Hosenformen setzt. Das Ganze präsentiert sich vorwiegend in der Nichtfarbe Schwarz. Das Sortiment richtet sich an eine experimentierfreudige Kundschaft. Es sind Intellektuelle und Kreative. Viele Architekten gehören zu ihr, oft auch Künstler. „Menschen, die mit ihren Kleidern zeigen möchten, dass sie auf Modetrends keinen Wert legen“, sagt Woldrich. „Viel eher geht es darum, das Innerste, das eigene Ich darzustellen.“

Vor sieben Jahren eröffneten Stefanie Hofer und Anton Woldrich ihr Geschäft Eigensinnig, und seitdem haben sie gängigen Modetrends den Kampf angesagt. Seit zwei Jahren führen sie neben internationalen Labels, die eben mit Andersartigkeit spielen, auch ihre eigene Modemarke. Damals im Gründungsjahr waren sie Mitte 20 und noch ein Paar, heute sind sie Geschäftspartner. Die heute 33-jährige Kärntnerin erzählt, sie trage seit ihrem 14. Lebensjahr den gleichen Stil. Die Leute hätten immer gefragt: „Woher hast du deine komischen Sachen?“ Sie habe sie schon immer selbst geschneidert.

Woldrich war davor Prokurist. Sein damaliger Kleidungsstil signalisierte Leistung,



Seriosität und Zuverlässigkeit, um in der Baubranche ernst genommen zu werden. Zu seinen unauffälligen Anzügen trug der 34-jährige Wiener zumindest Chucks-Turnschuhe, des Bruchs und des Widerspruchs wegen.

Woldrichs Hobby ist die Philosophie. Wenn er von Kleidung und dem Geschäft spricht, zitiert er häufig Denkerinnen und Denker wie zum Beispiel die *Falter*-Autorin und Philosophin Isolde Charim oder den Ökonomen Joseph Schumpeter. Alle Kollektionsteile tragen Namen von Philosophen oder Schriftstellern, so etwa die sandfarbenen Hosen Sloterdijk und Kierkegaard oder der extra-oversized geschnittene Mantel Proust.

Nicht umsonst liegt neben dem Show- und Verkaufsraum gleich das Atelier, wo Julia Avi, die Dritte des Kollektivs, Schnitte zeichnet und die Prototypen näht. Die Kollektionen werden in kleinen Manufakturen im steirischen Mureck sowie im sloweni-

schen Marburg hergestellt und regelmäßig auf der Fashion Week in Paris gezeigt. „Wir wollen, dass unsere Kundschaft die Kleidung nicht nur hängen sieht und kauft, sondern auch ein Gefühl dafür bekommt, wie die Teile entstehen, die sie dann schlussendlich besitzt“, erklärt Toni Woldrich. Dafür ist sie auch bereit, einen gewissen Preis zu bezahlen: Hosen beginnen bei 300 Euro und Jacken bei 500 Euro.

Die 24-jährige Avi kümmert sich nicht nur um die Produktion, sondern sorgt an manchen Tagen auch für die harmonische Balance zwischen den Inhabern. „Wir sind sehr widersprüchlich“, erzählt Woldrich und erläutert weiter: „Stefanie ist der emotionale, kreativ-chaotische Teil, und ich bin der Verstand.“

Das Nischengeschäft hat Erfolg. Aus der ganzen Welt kommen die Kunden, und trotz ihrer Anti-Fashion-Haltung sehen sie Kleidung wahrscheinlich so wie Kant: „Lieber ein Narr in der Mode als ein Narr außerhalb der Mode zu sein.“

Eigensinnige Ménage-à-trois: Toni Woldrich, Stefanie Hofer und Julia Avi (links im Spiegel). Der grüne Parka im Bild ist ein farblicher Ausreißer im Sortiment

FOTO:
CHRISTIAN
WIND

Eigensinnig
7., Sankt-Ulrichs-Pl. 4,
eigensinnig-wien.com

Konsumrausch Das Muss-haben der Woche: Parfum, das nach frisch gewaschener Wäsche riecht

WIE FRISCHE WÄSCHE

Wer die Nase voll von süßen Blumennoten und aufdringlichen Fruchtduften hat, sollte dieses Parfum ausprobieren. Denn Warm Cotton Reserve Clean riecht „nur“ nach frisch gewaschener Wäsche. Der Name ist somit Programm. Er spielt auf die Wärme der Haut an, wenn man abends in ein gerade frisch bezogenes Bett kriecht oder morgens in ein sauberes Baumwoll-T-Shirt schlüpft.

Der Duft vermittelt Geborgenheit und Reinheit. Aber nicht nur die Duftkreation ist luftig leicht, auch der Glasflakon lebt den Minimalismus. Der Unisex-Duft wird nachhaltig produziert und hat als Basis eine Kombination aus Ambra gemischt mit Noten aus grünem Farn.

Sieht man sich die anderen Düfte aus dem Hause Clean an, dann hat es sich die Marke anscheinend zum Ziel gesetzt, na-



Warm Cotton. Eau-de-Parfum-Spray von CLEAN, 109,95 Euro (100 ml)

türliche Duftkompositionen täuschend echt nachzuahmen. Aus der Serie gibt es ein Parfum, das nach einem erfrischenden Regenguss riechen soll. Andere tragen Namen wie „Air“, „Shower Fresh“ und „Skin“. Im Grunde genommen alles Gerüche, die man auch ohne Parfum erzielen könnte. Nicht-Duft ist offenbar der Duft der Stunde.

www.kussmund.wien