

Kleidung «Schwarzwald Couture»: Designermode im Schwarzwaldflair

Samt, Seide und ganz viel Geschick. Wenn Kim Schimpfle an der Nähmaschine sitzt, entstehen Dirndl im Schwarzwaldlook.

Freiburg - «Wir sehen uns dann morgen wieder», sagt Kim Schimpfle und begleitet eine Kundin bis zur Tür ihres kleinen, ausgestellten Ladens. Grün gestrichene Wände, auffällig eingefasste Bilder mit Wald- und Bergmotiven und ein großer Spiegel lassen den verhältnismäßig kleinen Raum gemütlich wirken. An dicken Holzästen sind zahlreiche Dirndl, Blusen und Westen aufgehängt, auf einem Tisch steht eine robuste Nähmaschine aus den 60ern. Kurz: Es herrscht flippiges Schwarzwaldambiente.

Ein Kindheitstraum

Seit 12 Jahren betreibt die 44-Jährige Modedesignerin den Laden «Schwarzwald Couture» und hat sich damit mitten in Freiburg einen Kindheitstraum erfüllt. Dabei ist die quirlige Blondine ein richtiges Landei. Aufgewachsen am Bodensee, wurde sie schon früh mit der Selbstständigkeit konfrontiert und bekam das Künstlergen von ihren Eltern direkt in die Wiege gelegt. Ihre Schulzeit verbrachte sie mit dem Nähen von Kleidung, 1996 organisierte sie dann ihre erste Modeschau. Ein regelrechter Durchbruch, es folgten diverse Anfragen und schließlich Modeschauen ihrer eigenen Som-



Kim Schimpfle in ihrem Atelier «Schwarzwald Couture» in Freiburg.

Foto L'Alsace/Ann-Kathrin NOTHNAGEL

mer- und Winterkollektion. «Eine Kundin fragte mich damals, ob ich ihr nicht eine Schwarzwaldtracht schneidern könnte», beschreibt Schimpfle die Anfänge ihrer außergewöhnlichen Leidenschaft und streicht über den weichen Stoff eines ihrer Modelle, «die Trachten waren mir jedoch zu dunkel. Da hatte ich die Idee mit den Dirndl.»

Dass dies durchaus ankommt, zeigen die unzähligen, halbfertigen Stücke, die ordentlich neben der Vielzahl der bereits fertiggestellten Exemplare aufgereiht sind. «Meist haben meine Kunden eine besondere Beziehung zum Schwarzwald», erklärt Schimpfle und zeigt ein besonders elegantes Modell aus Samt. Vom Geburtstagsgeschenk zur

Hochzeit sei alles dabei. Heute schneidert sie jährlich an die hundert Schwarzwaldtrachten, entwirft alle Stoffe selber. Lediglich beim Aufbügeln der eleganten Roben bekommt sie Unterstützung von ihrer Mutter. Ein Leben abseits der Selbstständigkeit kann sich die Designerin nicht vorstellen, um den Einzelhandel macht sie mit ihren Werken einen großen Bogen. «Ich bleibe lieber klein, fein und couture.»

Themenbezogene Motive

Alleinstellungsmerkmal der Kleidung sind die themenbezogenen Motive zum Schwarzwald, die entweder direkt auf Seide

oder Polyester gedruckt oder eingewebt werden. Neben Schwarzwälder Samt verarbeitet Kim Schimpfle so auch Stoffe mit Kuckucksuhren und Bollenhüten. Beim genaueren Hinsehen entdecken die Kunden seit Kurzem auch Stoffe mit Motiven alter Schwarzwaldpostkarten des 19. Jahrhunderts, die von der Designerin eigens gesammelt und individuell in die Dirndl verarbeitet werden. Eine Neuheit, auf die die Modeschöpferin besonders stolz ist. Drucken lässt Schimpfle ihre Stoffe in den Niederlanden, passende Borten und Accessoires findet sie auf Modemesse, beispielsweise in München. Ein Strahlen liegt in Schimpfles Augen, als sie sich in ihrem auffälligen Dirndl vorsichtig an zwei

Schaufensterpuppen vorbeischiebt und die bunte Robe ihrer Kundin wieder zurück auf den Kleiderbügel hängt. Beschriebene Etiketten lassen vermuten, dass die Designerin damit noch einige Stunden an der Nähmaschine verbringen wird. Drei Monate arbeitet sie durchschnittlich an einem ihrer Unikate, inklusive individueller Beratung.

Herzensangelegenheit

Der Umgang mit ihrer Kundenschaft ist dabei besonders herzlich. «Sie sollen sich bei mir wohlfühlen und Vertrauen entwickeln», betont Schimpfle. Gerade deshalb ist die Designerin auch besonders ehrlich, wenn es um Problemzonen geht, eine Beratung dauert gut und gerne mal zwei Stunden. «Schönreden bringt hier niemandem etwas, es geht um die geschickte Verpackung. Ein Dirndl steht jeder Frau.»

Privat ist Kim Schimpfle eher schlicht unterwegs. Neben Jeans und T-Shirt kombiniert sie gerne auch mal Rock und Trachtenjacke. Ihre Schwarzwaldtracht trägt sie nur zu besonderen Anlässen. «Es gibt Bequemeres», beichtet sie lächelnd. Dennoch ist ihr der bewusste Umgang mit der Schwarzwaldkultur wichtig. «Die Trachten sterben aus. Ich hoffe, dass ich dem Schwarzwald mit meinen Werken etwas zurückgeben kann.»

Ann-Kathrin Nothnagel

■ SCHWARZWALD COUTURE, Hildastraße 62, 79102 Freiburg, info@schwarzwaldcouture.de www.schwarzwaldcouture.de

Agrar



Abendlicht am Kaiserstuhl.
Foto dpa/Philipp VON DITFURTH

Württemberger Wein wird gut - und teurer

Weinstadt (dpa) - Württemberger Wein soll in diesem Jahr zwar eine sehr gute Qualität erreichen, er wird allerdings nach Angaben der württembergischen Weinbauern auch ein wenig teurer. Die Weingärtner müssen zumindest einen Teil der Kosten für Düngemittel, Flaschen, Heizung und Strom an den Kunden weitergeben. Deshalb rechnet der Weinbauerverband mit höheren Preisen von etwa 15 Cent je Flasche Wein. Der Markt sei allerdings hart umkämpft, sagte Weinpräsident Hermann Hohl.

Trotz des Frosts und Hagels, Sonnenbränden und Kirschessigfliegen erwarten die Winzer eine durchschnittliche Weinmenge in den Keltereien. Der Verband rechnet mit einem Durchschnittsertrag von 95 Hektoliter pro Hektar, abhängig von der Region. Abgefüllt werden dürfte am Ende weniger Wein als im Vorjahr, sagte Hohl. Er geht von einem Gesamtertrag von 100 Millionen Litern aus, das wären fünf Millionen Liter weniger als im Jahr zuvor.

Die starke Tagessonne im Wechsel mit den kühlen Nächten lasse derzeit aber «die Oechsle-Grade durch die Decke schießen». Täglich sei ein Zuwachs von zwei bis drei Grad Oechsle zu verzeichnen. Ein Grad Oechsle entspricht grob zwei Gramm Zucker je Liter Most. «Wir erwarten in der Menge einen durchschnittlichen Jahrgang, der aber von großer Güte sein dürfte», sagte Agrarminister Peter Hauk (CDU) zur Lese.

Weinhandel Andrea Engler-Waibel bringt die Trauben in die Flasche



Andrea Engler-Waibel in ihrem Weinverkauf.
Foto L'Alsace/A. Nothnagel

Müllheim - Andrea Engler-Waibel schwingt das Glas gekonnt, lässt den Wein darin gefährlich nahe an den Rand des Glases schwappen und riecht dann an der hellen Flüssigkeit. «Papaya», ist ihre Antwort. Zielsicher und ohne Zweifel in der Stimme. Dann nimmt sie einen Schluck, verteilt die Flüssigkeit mit einem zischenden Geräusch in ihrem Mund und schmeckt. «Herb, die Zunge wird durch die Restfüße nicht belegt. Der Wein animiert zum Essen.» Zufrieden lächelt sie, kippt den übriggebliebenen Inhalt des Glases in einen der großen Keramikkübel und öffnet eine neue Flasche. Ein Rotwein diesmal, dessen Aromen sie mindestens genauso gut kennt, wie die in all den anderen Weinsorten, die die Holzregale ihrer eleganten Vinothek schmücken.

Seit 15 Jahren leitet Andrea Engler-Waibel das Weingut Engler in Müllheim und bewahrt damit eine lange Familientradition. Bereits 1892 erwarb ihr Urgroßvater das Anwesen und legte zusammen mit seiner Frau die Grundlagen der Weinwirtschaft. 1965 erweiterte Engler-Waibels Vater den Hof und vermachte seiner Tochter 2004 schließlich das Weingut, inklusive 12 Hektar Rebfläche, die sich rund um die Stadt Müllheim verteilen.

Heute betreut die studierte Winzerin circa 60 000 Rebstöcke und produziert jährlich an die 120 000 Flaschen Wein. «Ich bin das Mädchen für alles», sagt sie. Neben zwei festen Mitarbeitern, einem Meister und einem Geselle, gibt die Weinbauerin auf dem mehrfach ausgezeichneten Weingut professionell den Ton an und behält auch während der Weinlese einen kühlen Kopf. Dann stockt sie ihr Team jedoch auf, meist mit Familie oder Freunden, die ehrenamtlich mitmachen.

Ann-Kathrin Nothnagel

■ WEINGUT ENGLER, Moltkeplatz 2, 79379 Müllheim. info@weingut-engler.de Anmeldungen Weinkolleg: www.weingut-engler.de oder www.muellheim-touristik.de

Brauch Das Geschäft auf dem Wasen: Stuttgart und sein Mega-Volksfest

Vor mehr als 200 Jahren rief König Wilhelm I. von Württemberg nach Missernten und Hunger das Cannstatter Volksfest ins Leben. Schon damals strömten die Menschen zum Wasen.

Stuttgart (dpa/lsw) - Ein riesiges Ereignis war das Volksfest schon vor gut 200 Jahren und ist es nach wie vor. Gestern wurde auf dem Wasen in Stuttgart wieder eines der größten Volksfeste Deutschlands eröffnet und spülte Geld in die Kassen. Mit dreieinhalb bis vier Millionen Besuchern rechnen die Veranstalter beim 174. Cannstatter Volksfest in diesem Jahr.

Zum ersten Fest 1818 waren 30 000 Menschen in das seinerzeit noch eigenständige Cannstatt mit seinen 3000 Einwohnern gekommen, wie Volksfestexperte Wulf Wager erzählt. «Insofern war das schon damals ein Mega-Event.» 1818, nach Missernten und Hungersnöten, hatte König Wilhelm I. von Württemberg das Landwirtschaftliche Hauptfest ins Leben gerufen - der Wasen war geboren.

Internationale Gäste

Heute kommen die Besucher auch von weiter weg: «Wir haben eine stetige Zunahme von auswärtigen Gästen - aus den angrenzenden Bundesländern, aber auch aus der Frankreich, Schweiz, Italien, den Benelux-Staaten und aus Übersee», sagt ein Sprecher der Veranstalter. Geschätzt spült Volksfest rund eine halbe Milliarde Euro in die Kassen von Hoteliers, Wirteln oder Handwerkern, rechnet ein Sprecher der Landeshauptstadt vor - beim Münchner Oktoberfest liegt der Wirtschaftsfaktor laut Stadt bei 1,2 Milliarden Euro. Auf dem Wasen-Gelände allein gibt es mehr als 2500 Arbeitsplätze, von Schaustellerbetrieben über Festzelte bis zu Markthändlern sowie Dienstleistern. Die Hotelbetten-Auslastung im Oktober 2018 lag laut dem Hotel- und Gaststättenverband Dehoga bei



Die Wasen-Hasen liefen gestern zu Beginn des 174. Cannstatter Volksfests durch die Festzelte. Der «Wasen» ist nach dem Münchner Oktoberfest das zweitgrößte Volksfest in Deutschland und dauert bis zum 13. Oktober.

Foto dpa/Christoph SCHMIDT

56,9 Prozent und damit signifikant höher als im Jahresschnitt (51,2 Prozent). Auch der Einzelhandel profitierte, sagt in Stuttgart-Geschäftsführer Andreas Kroll, etwa mit dem Verkauf von Dirndl und Lederhose: «Als wir angefangen haben 2005, gab es kein einziges Geschäft in Stuttgart, in dem es Trachten gab. Mittlerweile gibt es einige.»

Brauchtumsexperte Wager aber mahnt in Hinblick auf die Karo-Hemden: «Das ist keine Tracht, sondern Trachtenmode», «Das ist noch nicht mal typisch bayerisch, was wir da sehen», ergänzt die Leiterin des Württembergischen Trachtenmuseum Pfullingen, Anke Niklas. «In Bayern entspricht die Tracht in vielen Regionen dem, was auch wir als eine traditionelle Tracht sehen: Zum Beispiel lange Röcke.» Die heutige Trachtenmode greift laut Niklas nur einige frühere Stilelemente auf - «was ja völlig ok ist, das ist ja das, was Mode macht. Womit ich mich schwer tue, ist aber, das Ganze als Tracht und traditionell zu bezeichnen.» Eine handgefertigte Tracht im Wert von mehreren Tausend Euro sei vielleicht auch nicht unbedingt das richtige Out-

fit fürs XXL-Volksfest, so Niklas: «Bei der Art und Weise, wie heute gefeiert wird.» Für diese Art des Feierns sind Taxis in Stuttgart gerüstet: Die Taxi-Auto-Zentrale stelle seit Jahren Tüten für Fahrgäste bereit, denen auf der Fahrt übel wird, erzählt die Assistenz der Geschäftsführung, Nathalie Junker. Stark betrunkenen Fahrgäste sollen die Fahrer trotz der Tüten nicht mitnehmen. «Wenn das Taxi verschmutzt ist, kann der Fahrer nicht mehr weiterfahren. Das ist ein Komplett-Ausfall und das geht dann wirklich ins Geld.»

Rekord-Preise

Für den Rausch auf dem Wasen müssen die Gäste tiefer denn je in die Tasche greifen. Im Dinklacker Festzelt wird die Maß Bier 11,20 Euro kosten - Rekord. Das kündigte dessen Festwirt Werner Klauss wenige Tage vor der heutigen Eröffnung an. In den übrigen sechs großen Festzelten müssen für die Maß nach Angaben des Veranstalters zwischen 10,80 Euro und 10,90 Euro gezahlt werden. Klauss, der auch Sprecher der Festwirte ist, rechtfertigt die Preiserhöhung unter anderem mit stetig steigenden Kosten.