



Vorlagen für die Prints stammen aus Malerei und Fotografie. Trends interessieren die Designerin nicht, sie arbeitet lieber intuitiv. Foto: Katsey

# Wachsen abseits der Modemetropolen

Die Wiener Jungdesignerin Christina Steiner startete eine Crowdfunding-Kampagne, um das Budget für ihre nächste Kollektion zu sichern. Ihr Label „Gon“ hat sie 2011 gegründet – die Finanzierung gestaltet sich immer noch schwierig.

Text: Hildegard Suntinger

Ich treffe Christina Steiner in einem kleinen Café am Karmelitermarkt. Sie lebt und arbeitet in der Leopoldstadt und mag den Bezirk, weil er relativ ruhig ist. Wie sie generell Ruhe sucht. Sie sei keine Person, die ständig in der Öffentlichkeit stehen wolle, erklärt sie. Sie postet deshalb auch nicht ständig Fotos von sich auf Instagram, selbst wenn die permanente virtuelle Präsenz heute erforderlich sein mag. Lieber verwendet sie ihre Zeit und Energie für die Arbeit am eigenen Label. Um einen Eindruck von ihr zu gewinnen, muss man sie also im physischen Leben treffen. An diesem Tag trägt sie einen dunkelblauen Nadelstreifblazer von Sacai zu einem kurzen schwarzen Drapéekleid von Bernhard Willhelm und blickdichten Strumpfhosen. Am auffallendsten sind die Lammfellstiefeletten mit hohem grünem Absatz, die sie selbst entworfen hat. Christina Steiner hat nach dem Modestudium mit wenig Startkapital begonnen und konnte sich mit einer Reihe von Förderpreisen rasch einen Namen machen. Die ersten Kollektionen bestreift sie mithilfe öffentlicher Förderungen. Nach drei Jahren sagt sie: „Ja, ich bin dabei, mein Label aufzubauen, aber es ist sehr, sehr schwierig, und ich weiß nicht, ob ich es schaffen werde. Es steht immer auf der Kippe, ob ich es bis zur nächsten Kollektion schaffe.“ Nach wie vor arbeitet sie parallel zum Label 25 Stunden pro Woche in einem Mode Concept Store. Trotzdem glaubt sie, dass es möglich ist, ein kleines Label in Wien aufzubauen, auch wenn es länger dauert als in einer Modestadt wie London oder Antwerpen, wo Designer sehr schnell groß werden können, weil sie ausreichend finanzielle Unterstützung

bekommen. Wien ist keine Modestadt und die Modeaffinität der Österreicher ist im Vergleich zu jener in den Modemetropolen eher gering. Konsumenten mit Modebezug orientieren sich am gekonnten Design, Konsumenten ohne Modebezug am Bekanntheitsgrad der Marke. Das macht es aufstrebenden Labels nicht einfach. Ein Blick in die Zahlen zeigt, dass erfolgreiche Modelabels vorwiegend über den Heimatmarkt wachsen. Christina Steiner hat in Österreich bis dato nur einen Verkaufspunkt – wenn auch mit dem Concept Store „Park“ im 7. Bezirk den interessantesten, den sie sich wünschen könnte, wie sie betont.

## Schwierige Finanzierung

Um die relevanten Designermode-Geschäfte weltweit zu erreichen, ist die Präsentation in Paris unumgänglich. Paris ist der Marktplatz für junge, ambitionierte Labels. Aber die Konkurrenz ist groß, und wer aus der Masse hervorstechen will, muss investieren. Die Designerin erklärt: „Es reicht nicht mehr, eine nette kleine Kollektion zu machen. Man braucht Geld, Kontakte, einen tollen Showroom und mediale Präsenz. Shows funktionieren immer, aber unter 50.000 Euro ist in Paris keine Show zu machen.“ Ohne all das und nur mit dem eigenen Showroom hat sie es bisher immerhin geschafft, sechs Geschäfte für ihre Kollektion zu begeistern, jeweils eines in den USA, in Spanien und in Wien sowie drei in Japan. Jetzt ist ihr vorrangiges Ziel, einen geeigneten Showroom und eine Presseagentur zu finden, um mittelfristig 30 bis 40 Geschäfte beliefern zu können und eine solide Basis aufzubauen. >



## Hätte uns auch gut gefallen

ALTERNATIVE TITELSEITE  
Foto: Benoit Tessier/Reuters

## ZITIERT

„Der Körper ist für mich ein Werkzeug, das mir hilft, Dinge zu tun, die mir Spaß machen.“

Viktoria Modesta

## Den Freiraum für ihre intuitive Annäherung an das Modedesign entdeckte Christina Steiner im Kuriositätenkabinett der Renaissance.

> Christina Steiner hat vor dem Modestudium die Handelsakademie besucht und die Matura mit dem Schwerpunkt Controlling absolviert. Das mag erklären, warum sie unlängst als eine der ersten österreichischen Modedesignerinnen auf die alternative Finanzierungsform Crowdfunding setzte. Zitat: „Die Finanzierung ist in Österreich schwierig, es gibt hier keine modeinteressierten Business-Angels und Investoren. Ich mach das Label im Alleingang und ohne viel Kapital, deshalb brauche ich eine Finanzierung.“

Crowdfunding funktioniert wie eine Art Vorverkauf, Unterstützungen werden mit einem Gegenwert belohnt. Die Modedesignerin hat sich für die 2012 in der Schweiz gegründete Plattform [www.wemakeit.com](http://www.wemakeit.com) entschieden, die auf die Finanzierung von innovativen und kreativen Projekten spezialisiert ist und bereits über relativ große Bekanntheit verfügt. Dort beschrieb sie ihre Arbeit in Text und Video. Unterstützer konnten aus acht Produkten wählen, die für Geldbeträge von 55 bis 1115 Euro standen. Die Belohnung für 245 Euro war zum Beispiel ein Seidenkleid mit einem Print nach Wahl. Steiners Budgetziel lag bei 6000 Euro. Wäre es erreicht worden, hätte sie den Betrag ausbezahlt bekommen. Da er nicht erreicht wurde, erhielten die Unterstützer ihre geleisteten Beträge zurück. Dazu Steiner: „Es sind feine Nuancen, die entscheiden, ob eine Crowdfunding-Kampagne funktioniert. Außerdem ist das System in Österreich noch nicht so bekannt. Viele Leute, denen ich davon erzähle, fragen: ‚Was ist das?‘“ Dass es im ersten Anlauf nicht funktioniert hat, ist für die Designerin aber kein Grund aufzugeben.

### Ästhetische Praktiken indigener Völker

Mit ihrer Linie, die sie zwischen High Fashion und Streetwear positioniert, spricht sie eine moderne, unabhängige Frau an, die sich gern individuell kleidet. Trends spielen dabei kaum eine Rolle. Sie sei keine Designerin, die sich Trendbücher durchsehe, sondern arbeite sehr intuitiv, erklärt sie. Mit gesellschaftlichen und modischen Codes zu arbeiten, findet sie span-

Rechts:  
Tunika, Kaftan  
oder Kimono – die  
Schnitte, Farben  
und Dessins der  
traditionellen  
Kleidung indigener  
Völker inspirieren  
die Wiener  
Designerin.

Foto: Katsy

ned, genauso spannend findet sie es aber auch, diese aufzulösen. Es ist das Spannungsfeld zwischen Form und Formlosigkeit, das sie fasziniert und das gewissermaßen auch die divergierende Konzeption ethnischer und westlicher Bekleidungskultur repräsentiere, so Steiner: „Frauen indigener Volksstämme können mit einer einzigen Stoffbahn ein perfektes Kleid drapieren. Der Blazer der westlichen Kultur hat dagegen eine höchst detaillierte Schnittkonstruktion und somit eine klar definierte Form.“ Den Freiraum für ihre intuitive Annäherung an das Modedesign hat sie im Kuriositätenkabinett der Renaissance entdeckt. Als Vorläufer des Museums im 14. Jahrhundert entstanden, waren dies Sammlungen von Aristokraten und vermögenden Bürgern. Zweck war es, den universalen Zusammenhang aller Dinge darzustellen, um eine Weltanschauung zu vermitteln, in der Geschichte, Kunst, Natur und Wissenschaft zu einer Einheit verschmolzen. „Das ist ein organisches Konzept, ein Raum, in dem interessante Dinge stattfinden, und so sehe ich auch meine Kollektionen als ein Sammelsurium an Themen und Dingen, die man vielleicht so noch nicht findet“, erklärt Steiner.

An der Ästhetik indigener Völker faszinieren sie die alternativen Herangehensweisen, wie etwa beim äthiopischen Stamm der Mursi, wo die Körper mit Naturfarben bemalt werden und Kopfschmuck aus Pflanzen gemacht wird. Neben Farben und Dessins ist es die Konstruktion von Kleidungsstücken wie etwa Tunika, Kaftan und Kimono, mit denen sich die Modedesignerin auseinandersetzt.

### Eigene Formensprache durch exklusive Stoffdessins

Christina Steiner ist in Steyr geboren und wollte nach der Matura Sprachen studieren. Sie hat sich immer schon für Mode interessiert, aber erst auf Anregung ihrer Schwester beschlossen, Mode zu studieren. In einem zweijährigen College an der Kunst- und Modeschule Herbststraße in Wien lernte sie die Grundlagen des Schnittzeichnens und Nähens, vermisste aber das Künstlerische, dem sie eigentlich nachgehen wollte. „Ihr“ Thema >



„Design zu machen ist ein kleines Feld, in dem man ausgebildet wird, aber es bleibt so viel offen, zum Beispiel wie und wo man überhaupt verkauft. Das ist mein Resümee nach den ersten Jahren.“ Christina Steiner

> war dann schnell gefunden. Schon in ihrer Mappe, mit der sie sich für die Modeklasse an der Universität für Angewandte Kunst in Wien bewarb, beschäftigte sie sich mit den ästhetischen Praktiken afrikanischer Volksstämme, und auch in ihrer Diplommkollektion 2009 fanden sich diese wieder. Während des Studiums begann sie mit Stoffen zu experimentieren und eigene Drucke zu fertigen.

Nach dem Studium musste sie erfahren, dass es für ein Modelabel, das noch ganz am Anfang steht, nicht einfach ist, die gewünschten Stoffe zu bekommen. Zur gleichen Zeit machte die Innovation des Digitaldrucks hohe Qualität zu leistbaren Preisen möglich. Zitat: „Die exklusive Entwicklung von Stoffdessins hat zusätzlich den Vorteil, dass man damit eine Formensprache und eine Art Wiedererkennungswert schaffen kann.“

Sie gestaltet die Dessins selber, arbeitet aber auch viel mit Künstlern zusammen, speziell mit Maria Stimm, die an der Akademie für Bildende Künste studiert hat und im Bereich Skulptur tätig ist. Meist entstehen die Dessins aus Malerei, aber auch aus Fotos. Die Vorlagen werden am Computer bearbeitet und im Digitaldruck realisiert. Der Druck erfolgt meist auf fließenden Seidenstoffen.

### Ein Label im Alleingang

Die Designerin absolvierte die Modeklasse an der Angewandten unter den belgischen Designern Raf Simons und Veronique Branquinho. Simons verlangte gleich im ersten Jahr eine Kollektion von seinen Studenten. Auch wenn nur zwei Outfits realisiert werden mussten, galt es, ein Thema auszuarbeiten, eine Kollektion zu zeichnen und Stoffe auszusuchen, um so den kompletten Prozess zu vollziehen, erklärt Steiner. Nach dem Diplom 2009 fühlte sie sich bereit für die berufliche Herausforderung, und nach ersten Versuchsprojekten gründete sie 2011 das Label Gon gemeinsam mit ihrer Studienkollegin Weiwei Xu, die aber schon nach wenigen Monaten wieder ausstieg. „Ich wollte das Label auf alle Fälle und habe allein weitergemacht“, sagt sie. Heute arbeitet sie mit einer Reihe von Selbständigen, die sie vor allem in

### ÜBER GON/ Christina Steiner

**2002:** Matura in Steyr  
**2002 – 2004:** Kleidermacherdiplom am Modecollege Herbststraße, Wien.  
**2009:** Diplom an der Modeklasse der Universität für Angewandte Kunst in Wien, wo sie ihr Studium unter Raf Simons und Veronique Branquinho absolvierte.  
**2008:** Gewinnerin des Adlmüller Award  
**2009:** Gewinnerin des BMUKK Startstipendium für Mode  
**2011:** Gründung ihres Labels Gon und Präsentation der ersten Kollektion H/W 12/13 in Paris  
**2012:** Gewinnerin des Evoque NextGen Award  
**2013:** Gewinnerin des Vivie Award by Swarovski  
**2014:** Nominiert für den Modepreis der Stadt Wien 2014

Die Kollektion ist in Österreich im Concept Store Park in Wien erhältlich und weltweit in Shops in den USA (1), Japan (3) und Spanien (1).



Christina Steiner. Foto: Irina Gavrich

technischen Belangen wie Schnittzeichnungen und Prototypen-Schneiderei unterstützen. Trotzdem bleibt noch viel Arbeit an ihr hängen. Sie trifft alle Entscheidungen, macht die Entwürfe, die Digitalisierung der Stoffdessins am Computer, die Organisation der Produktion, die Pressarbeit und last but not least die Buchhaltung. Der Labelname Gon ist einer japanischen Mangaserie aus den 1990er Jahren entliehen und entstammt einer persönlichen Begebenheit. „Er wurde mir von jemandem geschenkt, der meinte: ‚Du bist wie Gon‘,“ erinnert sich Steiner. „Der Name klingt gut, ist einprägsam und als Titel einer japanischen Geschichte passend, weil ich viel mit ethnischen Einflüssen arbeite.“ Bei den ersten Präsentationen in Paris waren es dann speziell ihre Drucke, die gut ankamen. „Man sollte sich am Anfang sehr gut überlegen, welche Zielgruppe man ansprechen und in welcher Art Geschäft man verkaufen will“, sagt sie. „Wenn es einmal in eine Richtung geht, kann man das nicht einfach ändern. Die Einkäufer haben eine gewisse Erwartungshaltung und wollen genau dieses Produkt wiederbekommen. Man kann nicht jede Saison etwas anderes machen.“



Die Kollektion Frühjahr/Sommer 2016 heißt „Monkey Gardener“ und bedient sich traditioneller japanischer Kunst. Fotos: Katsey

Anzeige

**BOUTIQUE**

# Alpaka & Zirbe



- **Hochwertige antiallergische Textilien aus ALPKAWOLLE:** Mode, Accessoires, Wolle, Handschuhe, Hauben, Schals, Socken ...
- **ALPAKA & ZIRBE:** Bettdecken, Polster, Zirbenbetten, Zirbengeschenksartikel ...  
Der Duft hält sich über Jahrzehnte und wehrt auch Insekten & Bakterien ab
- **GESUND & NATÜRLICH:** Honigfrüchte, Zirbensalben, Arnikatinkturen, Met, Zirbenschnaps, Zirbenlikör, Honigzirberl ...



**BOUTIQUE**  
**ALPAKA & ZIRBE**  
2700 Wr. Neustadt  
Rosengasse 1



Montag bis Freitag von 9:30 bis 13:00 Uhr & 13:30 bis 18:00 Uhr  
Samstag von 9:30 bis 13:00 Uhr • [www.alpaka-erlebnis.at](http://www.alpaka-erlebnis.at)