

MODE MIT TIEFGANG

Nicht London, nicht Paris, nicht Mailand, sondern Innsbruck. Das ist der Ort, wo die aufstrebende Modedesignerin Rebekka Ruétz wohnt und werkt. „Ich brauche die Ruhe und die Natur für meine Inspiration“, erklärt die sympathische Tirolerin. Das war mitunter auch ein Grund, weshalb sie einst ihre Karriere bei Stardesigner Peter Pilotto in London zugunsten eines eigenen Labels in der Heimat Österreich sausen hat lassen. „London ist eine tolle Stadt, aber es ist zu viel los, um kreativ zu sein“, erklärt Ruétz. Der zweite Grund für die richtungsweisende Entscheidung, sich selbstständig zu machen, war folgende Überlegung: „Bis man sich bei einem etablierten Label hochgearbeitet hat, dauert es. Wenn ich diese Zeit nur für mich arbeite, komme ich viel weiter.“

VERHEXTE KOLLEKTION. Damit lag die Designerin richtig. Im Juli präsentiert sie bereits zum dritten Mal im Hauptzelt der Fashion Week in Berlin ihre neue Kollektion für den Sommer 2013. Bis auf den Namen der Kollektion, „Metamorphosis ... und was am Ende übrig bleibt“, will Ruétz nichts verraten. Erst im Jänner führte sie in Berlin unter dem Motto „The Witch“ ihre aktuelle Kollektion für den Winter vor, die im Juli ausgeliefert wird. „The Witch“ ist das Finale einer Schaffensphase, die insgesamt vier Kollektionen umfasste, die für Ruétz die vier bedeutendsten Facetten einer Frau widerspiegeln: die Heilige, die Märtyrerin, die Jungfrau und die Hexe. Mit dem letzten Kapitel wollte Ruétz Selbstbewusstsein und Leidenschaft in ihren Stücken ausdrücken. Daher auch der Fokus auf die Taille, die manchmal durch mehrfach gewickelte Gürtel unterstrichen wird. Andere Teile stechen durch ihre großzügigen, voluminösen Schnitte hervor und lassen die Trägerinnen prägnanter und stärker wirken.

CHAKREN-DRUCKE, DIE DIE ENERGIEZENTREN IM MENSCHLICHEN KÖRPER STIMULIEREN, sind das Markenzeichen der Jungdesignerin Rebekka Ruétz. Auch sonst mag es die Tirolerin eigenwillig.

Text: Stephanie Dirnbacher

Dabei helfen auch die generösen Faltenapplikationen, die sich als Lamellen über Blusen, Kleider und Röcke ausbreiten. Wie bei all ihren Kollektionen legt Ruétz auch bei „The Witch“ Wert auf Details wie Rüschen und Taschen. Bei den Materialien bleibt sie ihrer eigenwilligen Stoffkombination aus Strick, Loden, Seide und Spitze treu – wenn möglich, aus österreichischer Produktion. Farblich wird Ruétz' Wintermode von hellen Tönen wie Beige, Kamel und Cremeweiß einerseits sowie andererseits von dunklen Tönen wie Nachtblau, Rauchgrau und Diamantschwarz dominiert.

Überhaupt hat die Designerin bisher auf eher gedeckte Farben gesetzt und damit den eleganten Stil ihrer Prêt-à-Porter-Mode betont, die es derzeit nur für Frauen gibt. Knallige Farben sind aber beim Label Ruétz nicht tabu, „sie waren bisher einfach noch nicht Thema“, sagt die Tirolerin, die selbst alle Farben gerne trägt, solange sich diese nicht mit ihren roten Haaren schlagen. Sie versucht, flexibel zu bleiben, Trends zu beachten, dabei aber „einen gewissen Prozentsatz offen zu halten, in den mein Eigenes einfließt“.

KLEIDUNG, DIE STIMULIERT. Eigen ist auch Ruétz' Verbindung von Mode und Energiearbeit: Auf die Innenseite der meisten ihrer Kleidungsstücke sind Flockdrucke genäht, die die Chakren – das sind die Energiezentren im menschlichen Körper – aktivieren sollen. „Auf diese Idee bin ich durch meine Diplomarbeit gekommen“, erzählt die Designerin, die durch die Chakren-Drucke „der oberflächlichen Mode etwas Tiefergehendes zu verleihen“ versucht. „Die Kleidung soll auch Gutes tun“, so Ruétz. Ob es funktioniert oder nicht, solle jede Kundin selbst beurteilen. Es fällt leicht, das der Tirolerin als ihre ehrliche Überzeugung und nicht als bloßen Marketing-Gag abzunehmen. Ihren Indien-Aufenthalt im Rahmen eines Praktikums in einer Mode-Firma bezeichnet sie als „eine der beeindruckendsten und gleichzeitig grenzwertigsten Reisen, die ich bisher gemacht habe“. Vor kurzem hat sie in Heidelberg eine Ausbildung für Traditionelle Chinesische Medizin begonnen. Auch die Texte auf ihrer Homepage wollen deutlich machen, dass hinter der Mode von Rebekka Ruétz mehr steckt. „Mode ist meine Sprache, dadurch kann ich mich ausdrücken“, sagt die Designerin über ihre Beziehung zu der Branche, zu der sie sich bereits mit 14 Jahren hingezogen gefühlt hatte. Die Ausbildung an der Höheren Bundesanstalt für Mode- und Bekleidungstechnik in Innsbruck war daher ein logischer Schritt. Darauf folgte das Studium an der Akademie Mode & Design in München, wo die Österreicherin zur besten Absolventin 2008 gekürt wurde und für ihre Abschlusskollektion den Cognos Relevance Award erhielt.

BAUCHENTSCHEIDUNG. Selbstständig machen wollte sie sich eigentlich nie, der Entschluss fiel quasi über Nacht. „Irgendwann bin ich aufgewacht, und es hat sich richtig angefühlt“, schildert Ruétz. Ein mutiger Schritt für die damals



Rebekka Ruétz.

24-Jährige – und das zu einer Zeit, als die Wirtschaftskrise begann, ihre verheerenden Kreise zu ziehen. Ruétz aber ließ sich davon nicht beeindruckt, sondern hörte auf ihren Bauch – „das habe ich in meinem Leben immer so gemacht“. Ihre Eltern, die ebenfalls selbständig sind, haben sie in ihrem Vorhaben voll unterstützt. „Am Anfang ist es, wie ins kalte Wasser zu springen“, schildert die Designerin. Doch das Wasser sollte schon bald angenehm warm werden. Denn bereits mit ihrer ersten Kollektion wurde Ruétz vom italienischen Kräuterlikörproduzenten Ramazzotti zu einer Abendpräsentation bei der Fashion Week in Berlin eingeladen. Nun, knapp zweieinhalb Jahre später, ist die junge Tirolerin von dem alljährlich zweimal stattfindenden Mode-Großevent in der deutschen Bundeshauptstadt nicht mehr wegzudenken. „Ich bin sehr zufrieden, wie es sich entwickelt hat“, bekennt Ruétz stolz. Sie möchte, dass ihr Label „gesund wächst“, weshalb sie einen Großteil der Arbeit – von der Trendrecherche über die Schnitte bis hin zum Grafik-Design ihrer Folder – auch noch selbst macht. Doch nicht alles findet die Designerin in der Modewelt, die sie nach eigenen Worten gleichzeitig liebt und hasst, gut. „Vieles ist oberflächlich“, sagt Ruétz. Zaundürre Models etwa sind nicht nach ihrem Geschmack. Und so passen ihre Stücke nicht nur gertenschlanken Figürchen, sondern auch Frauen mit Kleidergröße 44.

Für die Zukunft hat die Tirolerin ambitionierte Pläne: Möglichst viele Menschen aller Altersgruppen, sozialer Schichten und unterschiedlichen Geschmacks möchte sie mit ihren Entwürfen erreichen. Dazu soll das Label auch um Prêt-à-Porter-Mode für den Mann erweitert werden. ┘

