

## Eine deutsche Modeschöpferin begeistert Paris

Für all diejenigen, die in der Modewelt etwas erreichen wollen, ist Paris eine der allerersten Adressen. Modeevents wie die Fashion Week, Designerläden mit Prêt-à-porter in den Schaufenstern, zahlreiche Modeschöpferinnen und Models – die französische Hauptstadt hat jungen Designerinnen und Designern einiges zu bieten. Marie-Christine Statz hat es geschafft, sich in der harten Modebranche mit ihrer Kleidung einen Namen zu machen. Ihr Label „GAUCHERE“ ist nicht nur in Frankreich, sondern auf der ganzen Welt bekannt. Dass hinter der Marke eine Deutsche steht, wissen jedoch in Frankreich die wenigsten.

### Manuskript

SPRECHERIN:

Die Prêt-à-porter-**Schauen** in Paris. Wer hier seine **Kollektionen präsentieren** darf, hat es geschafft. Auch der deutschen **Modedesignerin** Marie-Christine Statz ist dies gelungen. Wir zeigen euch die **Entwürfe**, mit denen sie so weit gekommen ist.

SPRECHER:

**Understatement** auf den Straßen von Paris. Modedesignerin Marie-Christine Statz **setzt** bei ihren eigenen **Outfits** und bei ihren Kollektionen **auf schlichte Eleganz**. Damit ist sie international erfolgreich. Dass sie Deutsche ist, wissen in der **Modeszene** nur die wenigsten. Kein Wunder – der Name ihres Labels ist französisch: „GAUCHERE“ – das heißt „**Linkshänder**“.

MARIE-CHRISTINE STATZ (Modedesignerin):

Ich bin Linkshänderin. Und eigentlich war das ein **Spitzname**, [den] mir damals ein Lehrer gegeben hat an der Pariser Modeschule, dadurch dass ich mit der linken Hand gearbeitet habe. Und für mich bedeutet das auch sehr viel mehr auf 'ne Art und Weise: **seinen Weg gehen**, seine Sachen machen. Was ganz, ja Persönliches. Das sind so bestimmte Sachen, die wir nicht ändern [können], so sind wir auf die Welt gekommen und so arbeiten wir und so sehen wir die Sachen. Und da hab' ich mich sozusagen entschlossen, diesen Namen für meine Marke zu nutzen.

SPRECHER:

Marie-Christine gründet ihr Label 2013 in der **Modehauptstadt** Paris. Zu diesem Zeitpunkt hat sie bereits für **Luxusmarken** wie Diane von Fürstenberg gearbeitet. Mittlerweile zeigt sie ihre Kollektionen zweimal im Jahr auf den Pariser Prêt-à-porter-Schauen.

MARIE-CHRISTINE STATZ:

Es ist, glaub' ich, mutig – ich glaub, manchmal, wenn man zurückschaut, denkt man, vielleicht war man vielleicht **naiv**. Aber man fängt ja auch nicht an mit einer Riesenkollektion. Sondern das waren halt so die Teile, die man zu Hause **genäht** hat, die erste **Ausstellung** während der Fashion Week, **Le Bon Marché**, der die ersten Teile gekauft hat, und dann sagt man natürlich irgendwie: ‚Dann mach ich weiter‘.

SPRECHER:

In ihrem **Firmensitz** im Zentrum von Paris **beschäftigt** sie zwischen zwölf und 15 Mitarbeitende. Modedesignerin und Firmenchefin – eine große Verantwortung.

MARIE-CHRISTINE STATZ:

Es ist nicht nur Mode, dann ist es irgendwann natürlich auch 'n Unternehmen, was man ... 'ne Firma, die man führt. Und dann stellt man sich auch ganz andere Fragen. Man denkt nicht nur an 'ne Kollektion, sondern halt an ... auch an ein Team und an Verkäufe, an **Digitalisierung**.

SPRECHER:

Schon mit 20 hat Marie-Christine Deutschland verlassen. **Mit** ihrer Heimat **fühlt sich** die heute 41-jährige Designerin aber immer noch **verbunden** – und sie findet sogar, dass die deutsche **Komponente** in ihren Kollektionen zu sehen ist.

MARIE-CHRISTINE STATZ:

Ich glaub', es ist 'ne bestimmte **Geradlinigkeit**, bestimmte Struktur, etwas ganz **Cleanes**. Ich arbeite ... also viele Modelle sind sehr **minimal**.

SPRECHER:

Ihre **diskrete** Luxusmode ohne auffällige **Logos** verkauft sie auf der ganzen Welt – in Europa, Nordamerika und Asien. Die „typische“ GAUCHERE-Kundin gibt es für Marie-Christine jedoch nicht.

MARIE-CHRISTINE STATZ:

Ich glaube, sie haben irgendwie was gemeinsam, dass sie, dass sie auf 'ne Art und Weise 'n bestimmtes **Tailoring** suchen, dass sie Sachen suchen, die sie, glaub' ich, tagsüber und abends tragen können. Oft arbeite ich mit **Menswear**-Stoffen, das sind bestimmte Formen, **Volumen**.

SPRECHER:

**Individuelle** Mode aus **edlen** Materialien – wie dieses **Top**:

MARIE-CHRISTINE STATZ:

Es hat **einen Rücken, der offen ist**, und das kann **praktisch sozusagen** so hängen. Oder man kann es wieder sozusagen **hochklappen** und über den Schultern tragen. Dann ist es sozusagen ein doppeltes Top. Oder wir haben's in der Show nur auf einer Schulter gehabt, dass es so 'n bisschen fällt.

SPRECHER:

Getragen sieht das minimalistisch und **raffiniert** zugleich aus. Das gefällt wohl auch vielen ihrer Kundinnen.

CINDY BRUNA (Model):

Ich mag es, dass die Marke so **zeitlos** ist. Mir gefällt eigentlich jeder **Look** aus jeder Kollektion.

PASCAL K. DOUGLAS (Modejournalist):

Für mich sind das Kleider für eine Frau, die cool und elegant gleichzeitig ist. Eine Frau, die ein bisschen was von einer Künstlerin hat – mit **dem gewissen Etwas**.

SPRECHER:

Dieses Jahr feiern die deutsche Designerin und ihr Label zehnjähriges **Jubiläum**. Mit ihrer **leisen** Luxusmode hat **sich** Marie-Christine Statz **einen festen Platz** in der internationalen Modeszene **erobert**.

## Glossar

**Fashion Week** (f., nur Singular, aus dem Englischen) – eine berühmte Modewoche, die in verschiedenen Städten auf der Welt stattfindet

**Prêt-à-porter** (n., nur Singular, aus dem Französischen) – die von Modeschöpfern entworfene, „zum Tragen fertige“ Kleidung

**Modeschöpfer, -/Modeschöpferin, -nen** – eine Person, die neue Mode entwirft und kommerziell verkauft

**Label, -s** (n., aus dem Englischen) – hier: die Firma; die Marke

**Schau, -en** (f.) – hier: die Modenschau

**Kollektion, -en** (f.) – hier: alle Kleider, die ein/e Designer/in in einer Saison entworfen hat

**etwas präsentieren** – hier: etwas anderen zeigen; etwas vor Publikum vorstellen

**Modedesigner, -/Modedesignerin, -nen** – jemand, der Ideen für neue Kleidung hat und diese entwirft

**Entwurf, Entwürfe** (m.) – der Plan; das Konzept

**Understatement** (n., nur Singular, aus dem Englischen) – die Untertreibung; die Tatsache, dass man etwas bewusst so darstellt, als sei es nichts Besonderes

**auf etwas setzen** – hier: sich auf etwas verlassen; glauben, dass etwas erfolgreich sein wird

**Outfit, -s** (n., aus dem Englischen) – die Kleidung, die eine Person kombiniert und trägt

**schlicht** – einfach

**Eleganz** (f., nur Singular) – die Gewandtheit; der modische Geschmack; die Lässigkeit

**Modeszene, -n** (f., meist Singular) – die Menschen, die mit Mode zu tun haben; die Menschen, die im Bereich Mode arbeiten

**Linkshänder, -/Linkshänderin, -nen** – jemand, der bevorzugt mit der linken Hand schreibt und arbeitet

**Spitzname, -n** (m.) – Name für eine Sache oder Person, der eine besondere Eigenschaft der Sache/Person beschreibt

**seinen Weg gehen** – hier: seine beruflichen Ziele verfolgen

**Modehauptstadt, -städte** (f.) – eine Stadt, die besonders berühmt für Mode ist

**Luxusmarke, -n** (f.) – eine Marke eines Herstellers, unter der sehr teure Produkte verkauft werden

**naiv** – hier: gutgläubig; an nichts Böses denkend

**etwas nähen** – etwas aus Stoff herstellen

**Ausstellung, -en** (f.) – hier: das Zeigen von bestimmten Kleidungsstücken

**Le Bon Marché** (nur Singular, aus dem Französischen) – ein berühmtes Kaufhaus in Paris

**Firmensitz, -e** (m.) – der Ort, an dem ein Unternehmen seine Zentrale hat

**jemanden beschäftigen** – jemanden als Mitarbeiter haben; jemandem eine Arbeit geben

**Digitalisierung** (f., nur Singular) – hier: die Veränderung des Arbeitsmarkts durch die Zunahme computergesteuerter Abläufe

**sich mit etwas verbunden fühlen** – einer Sache oder einem Ort emotional nahe sein

**Komponente, -n** (f.) – der Bestandteil; die Zutat

**Geradlinigkeit** (f., nur Singular) – hier: die Tatsache, dass ein Kleidungsstück sehr klar geschnitten ist und nichts ablenkt oder stört

**clean** (aus dem Englischen) – hier: sauber; ohne störende Details

**minimal** – hier: auf das Nötigste reduziert (auch: minimalistisch)

**diskret** – hier: so, dass man die persönlichen Bereiche von jemandem beachtet; nicht aufdringlich; rücksichtsvoll

**Logo, -s** (n.) – das Symbol, das eine Firma als ihr Markenzeichen verwendet

**Tailoring** (n., nur Singular, aus dem Englischen) – die Schneiderei; das Schneiderhandwerk

**Menswear** (f., nur Singular, aus dem Englischen) – die Männerkleidung

**Volumen, -** (n., hier nur Singular) – hier: der Raum, den ein Kleidungsstück einnimmt; die Art, wie sich etwas im Raum ausbreitet

**individuell** – hier: unterschiedlich bei jedem Einzelnen

**edel** – sehr fein und teuer

**Top, -s** (n., aus dem Englischen) – ein Kleidungsstück für den Oberkörper, ähnlich wie ein Shirt, aber meist ohne Ärmel

**ein Rücken, der offen ist** – die offene Rückseite eines Kleidungsstücks

**praktisch** – hier: sozusagen; quasi

**sozusagen** – wie man sagen könnte; in gewisser Weise

**etwas hoch | klappen** – etwas, das unten ist, anheben

**raffiniert** – hier: so, dass etwas ideenreich ist

**zeitlos** – so, dass etwas nie unmodern wird

**Look, -s** (m., aus dem Englischen) – das Aussehen

**das gewisse Etwas** – etwas Besonderes, das jemanden von anderen Personen abhebt und andere Personen dazu bringt, von ihm/ihr fasziniert zu sein

**Jubiläum, Jubiläen** (n.) – der Jahrestag von einem Ereignis, der besonders gefeiert wird

**leise** – hier: nicht Aufsehen erregend; nicht auffällig

---

**sich einen festen Platz erobern** – hier: in seinem Beruf dauerhaft erfolgreich werden

*Autorin/Autor: Katja Liersch, Philipp Reichert*