

perspektiven



Einkleiden, bitte!

Wie es eine deutsche Designerin geschafft hat, dem Personal des französisch-belgischen Schnellzugs Thalys neue Uniformen zu verpassen.



Eva Gronbach in ihrem Atelierladen im Belgischen Viertel in Köln. Mit ihrer Kollektion „Glück auf“, für die sie die Arbeitskleidung von Bergleuten nutzte, sorgte sie für Furore.

Mit Bundesadler und Trikolore. Designerin Eva Gronbach hat dem Personal des französischen Schnellzugs Thalys eine neue Uniform verpasst – und das, obwohl ihre Kollektionen eigentlich immer eine Liebeserklärung an Deutschland sind. **Text: Daniela Singhal // Fotos: Emanuel Bloedt**

Der Adler ist Eva Gronbachs Markenzeichen. In Form eines Stempels findet sich das deutsche Wappentier auf all ihren T-Shirts, auf ihren Röcken und Hosen – sogar auf den Unterhosen ihrer Kollektion. Er ziert auch die Wand neben ihrem kleinen Laden in der Maastrichter Straße mitten in Kölns Belgischem Viertel. Es ist ein kleiner unscheinbarer Laden. Wer Schnickschnack sucht, der findet ihn hier nicht. Die Wände sind weiß. Schlicht soll es sein. Einfach, klar und schön. So wie ihre Kollektionen. Ihr einziges Statement ist der Bundesadler – und der hat die 36-Jährige weit getragen, westwärts.

Seit gestern tragen die Zugbegleiter des europäischen Schnellzugs Thalys von Gronbach designte Uniformen. Dass das Unternehmen sie dafür engagierte, wundert die Designerin immer noch. Sie hätte damit gerechnet, dass die Wahl auf einen etablierten belgischen oder französischen Designer fällt. Stattdessen erhielt sie, die junge Deutsche, den Vorzug. Den Ausschlag gaben neben ihrem schlichten Stil ihre frankophile Vita: Gronbach, im Rheinland aufgewachsen, hat an Kunstakademien in Belgien und Frankreich studiert. Während dieser Zeit pendelte sie mit dem Thalys zwischen Paris, Brüssel, Amsterdam und Köln. Sie selbst bezeichnet sich als Europäerin.

Als beim Rhein Design Festival 2007 eine Delegation von Thalys bei ihr im Laden auftauchte, funkte es sofort. „Eva Gronbach ist einfach eine echte Thalys-Person“, sagt Andreas Leisdon von Thalys Deutschland. Bevor Gronbach engagiert wurde, hatte das Unternehmen schon mit einigen jungen Designern aus Belgien gesprochen: „Wir haben bewusst nach einem Nachwuchsdesigner gesucht“, sagt

Eva Gronbach

Die junge Designerin bezeichnet sich selbst als Europäerin, doch eigentlich ist sie Rheinländerin: Im Jahr 1971 wurde sie in Köln geboren, später zog sie mit ihrer Familie nach Bonn. Dort machte sie 1992 ihr Abitur. Direkt danach begann sie eine Schneiderlehre an der Elly-Heuss-Knapp-Schule in Düsseldorf. Schon während dieser Ausbildung reiste Gronbach immer wieder zu Freunden, die an einer Modeschule in Antwerpen studierten, und half dort auch bei Modenschauen. Mit 23 Jahren und dem Abschluss ihrer Schneiderlehre entschied sie sich für das Design-Studium an der renommierten Brüsseler Kunstakademie La Cambre. Außerdem studierte Eva Gronbach ein Semester an der Pariser Kaderschmiede Institut Français de la Mode (IFM). Insgesamt sechs Jahre studierte und arbeitete sie abwechselnd in Brüssel, Paris und London. Während dieser Zeit nutzte sie auch häufig den Schnellzug Thalys. Als Diplom-Designerin machte sie diverse Praktika bei bekannten Größen der Modewelt wie bei dem Hutmacher Stephen Jones und dem japanischen Designer Yohji Yamamoto. Ihre erste eigene Kollektion brachte sie im Jahr 2001 heraus. Der Name ist bis heute Programm: „Déclaration d'amour à l'Allemagne“. Ein Jahr später folgte die „Liebeserklärung an Deutschland“. 2004 trug ihre Kollektion den Namen „My new police dress uniform“. Im Juni 2008 eröffnete die junge Designerin ihren ersten eigenen Laden im Belgischen Viertel in Köln.

Leisdon. Die junge Designerin präsentierte der Geschäftsführung ihre Ideen – und überzeugte. Sie bekam den Job.

Ein Jahr lang arbeitete Gronbach an der neuen Kollektion. 50 Teile kreierte sie mit ihrem Team. Es war ein demokratischer Prozess: Immer wieder reiste sie in die Thalys-Länder und sprach mit den künftigen Uniformträgern, den Zugchefs und -begleitern. „Da hat sie echte Managementqualitäten gezeigt“, sagt Leisdon. Es sei nicht einfach die unterschiedlichen modischen Auffassungen von Franzosen, Deutschen und Belgiern unter einen Hut zu bekommen. Die Uniformen sind einfach, aber elegant geraten und farblich auf die Farben der neuen Inneneinrichtung des Thalys, Pflaume-Aubergine und Grau, abgestimmt. Ein Uniformset beinhaltet acht Hemden, drei Hosen, drei Krawatten, zwei Westen, zwei Sakkos, einen Trenchcoat, einen Parker und einen Schal. Die insgesamt 1000 Sets fertigt eine französische Firma in Frankreich, Marokko und China. „Sie hat ein sehr gutes Ergebnis abgeliefert“, sagt Leisdon. Die Arbeit für den Thalys sei wundervoll für sie gewesen, berichtet Gronbach. „Und es war das erste Mal, dass ich richtig Geld verdient habe.“

Die 36-Jährige sitzt auf einem Stuhl vor dem Schaufenster ihres Ladens im Belgischen Viertel. Zu ihren Füßen liegt ihr schwarzer Pudel Zorro. Sie trinkt Kamillentee und lächelt entspannt. Das Schicksal meint es gut mit ihr. Ja, es gab auch Krisen in der Laufbahn der jungen Designerin. Doch letztendlich hat sich alles immer irgendwie gefügt. Gronbach ist eine Ausnahmeerscheinung. Mit ihrem Großauftrag hat sie sich von der Masse abgesetzt. Die Designbranche wird immer noch von vielen kleinen Unternehmen mit wenig Umsatz dominiert. „70 Prozent der Designunternehmen sind Einzelkämpfer mit geringem ▶

Gewinn“, weiß Boris Buchholz von der Allianz deutscher Designer. Dennoch gilt die Designwirtschaft – dazu zählen neben Modedesignern auch Kommunikations-, Grafik- und Produktdesigner sowie Innenarchitekten – insgesamt betrachtet als Wachstumsbranche. Die Konkurrenz ist groß. Buchholz rät: „Junge Designer sollten sich schon früh eine Nische suchen, ein Spezialgebiet.“

Gronbach hat ihre Liebe zu Deutschland zu ihrem Spezialgebiet gemacht. So erregte die junge Designerin zum ersten Mal im Jahr 2000 internationales Aufsehen mit ihrer Kollektion „déclaration d'amour à l'Allemagne“. Gronbach ließ Models an der Deutschen Botschaft in Paris fotografieren, vor der deutschen Fahne oder vor dem Porträt des damaligen Bundespräsidenten Johannes Rau. „Ich bin ein Deutschland-Fan und will mit meiner Mode ein positives Deutschland-Gefühl vermitteln.“ Wahrlich keine einfache Aufgabe in einem Land, in dem über Patriotismus vehement debattiert wird. Gronbach stellt sich dieser Debatte immer wieder. 2006 kreierte sie das offizielle Shirt zur Fußball-WM für die Initiative der Bundesregierung „Deutschland-Land der Ideen“. Das T-Shirt hatte die schwarz-rot-goldene Aufschrift „Ich Bin Ein Fan Von Dir“.

Eine ausgesprochene Deutschland-Sympathisantin war Gronbach jedoch nicht immer. Zeitweilig kehrte sie ihrer Heimat den Rücken. Das Leben in Deutschland kam ihr langweilig und langsam vor. Schon während ihrer dreijährigen Schneiderlehre an der Elly-Heuss-Knapp-Schule in Düsseldorf fuhr sie immer wieder nach Belgien; Freunde studierten an der Royal Academy of Fine Arts in Antwerpen. Sie half bei der Vorbereitung von Modeschauen, war mittendrin in der großen Modewelt. „Dort herrschte so viel Kreativität. Dem wollte ich einfach nahe sein, diesem Fieber, diesem Wahnsinn“, erinnert sie sich.

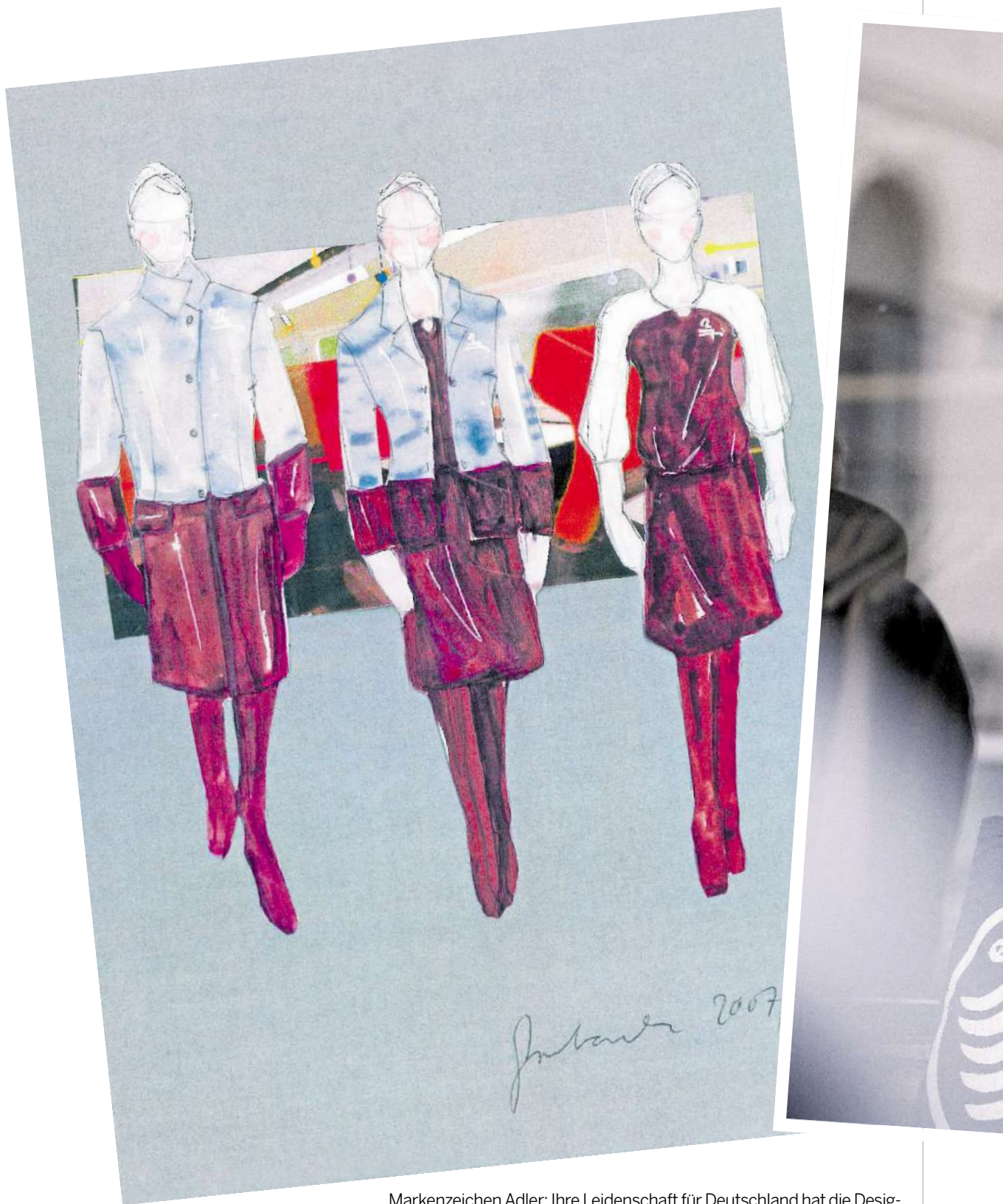
Nach ihrer Lehre entschied sie sich für ein Studium an der renommierten Kunstakademie La Cambre in Brüssel. Es folgte ein Semester am Institut Français de la Mode (IFM) in Paris, laut Gronbach „ein teures elitäres Nest der Pariser Haut-Couture-Häuser“. Doch das Studium an dieser Universität half ihr, sich einen Namen in der französischen Designwelt zu machen. Insgesamt sieben Jahre widmete sie sich voller Ehrgeiz ihrem Ziel, Modedesignerin zu werden. „In all den Jahren bin ich vielleicht zweimal abends ausgegangen. Nachts habe ich genäht, gezeichnet

„Die Eva hat wieder ihr Nähfieber,“ kommentierten die Eltern ihren Schaffensdrang.

net und produziert.“ So emsig habe sie genäht, dass ihre Wangen glühten. Ihre Eltern sagten dann oft: „Die Eva hat wieder das Nähfieber.“ Gronbach sagt über diese Zeit: „Es war viel Arbeit, aber ich war glücklich.“ Heute nähe sie selbst fast gar nicht mehr. Neben all der Organisation, die mit einem eigenen Laden einhergehe, habe sie nun dennoch mehr freie Zeit als im Studium. Mehr Zeit für sich, für Spaziergänge mit ihrem Hund, für Yoga, für Freund und Familie – für Dinge fernab der Modewelt. Eine Welt, mit der sie gar nicht so viel anzufangen weiß. „Ich liebe die Mode, ja. Aber nicht dieses Geschäft der Eitelkeiten.“

Mode „made in Germany“ ist ein Exportschlag. Die wichtigsten Exportländer sind Österreich, die Niederlande und Frankreich. „Mode aus Deutschland liegt weltweit auf dem zweiten Platz hinter Italien“, erklärt der Geschäftsführer des Branchenverbands Germanfashion, Thomas Lange. Einer Umfrage bei den Mitgliedern zufolge hat die Branche 2008 insgesamt ein Umsatzplus von rund 5,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr erreicht. 2007 lag der Umsatz bei elf Milliarden Euro. Dabei profitierten die Unternehmen vor allem vom Export. Ob sich der positive Trend trotz Wirtschaftskrise fortsetzen wird, ist jedoch fraglich. Die Branche erwartet Rückgänge sowohl im In- als auch im Ausland. Derzeit beschäftigt die Branche weltweit 700 000 Menschen, davon 34 000 in Deutschland. Produziert wird fast nur noch in Osteuropa und Asien.

Gronbach kennt den Modediskurs gut. Ihr Studium finanzierte sie sich mit Modeljobs in Düsseldorf, Paris und London. Eine Chance, die nicht selbstverständlich ist und die sie zu schätzen weiß: „So konnte ich nicht nur Geld verdienen, sondern war selbst ein Teil der Modeszene und konnte Kontakte knüpfen.“ Das sei das Wichtigste für junge Designer: Kontakte knüpfen, Netzwerke aufbauen und sich so Schritt für Schritt einen Namen in der Branche machen. „Am Anfang kennt einen niemand. Man muss immer wieder ins kalte Wasser springen und die Leute selbst ansprechen.“ Wichtig sei ein gesundes Selbstbewusstsein, Berührungängste müsse man schnell ablegen, ebenso wie die Ehrfurcht vor großen Namen. Gronbach: „Auch Designer sind nur Menschen, die sich begeistern lassen, wenn ihnen eine Idee gefällt.“ So sprach sie auf einer Modenschau den Hutmacher Stephen Jones an, sagte zu ihm: „Eigent-



Markenzeichen Adler: Ihre Leidenschaft für Deutschland hat die Designerin Eva Gronbach nicht daran gehindert, internationalen Erfolg zu haben. Für Perspektiven hat sie ihren Lebenslauf gezeichnet.

Der europäische Schnellzug Thalys

Welcome-Bienvenue-Welkom-Willkommen heißt es an Bord des Schnellzugs Thalys. Nicht ohne Grund. Das Pendant zum deutschen ICE verbindet Deutschland, Frankreich, Belgien und die Niederlande. Die wichtigsten Bahnhöfe sind Köln, Brüssel, Amsterdam und Paris. 1996 raste der Zug zum ersten Mal von Köln nach Paris. Die Fahrt dauert bei 300 Kilometern pro Stunde nur knapp vier Stunden. Seither waren über 65 Millionen Menschen im Thalys unterwegs. Der Schnellzug wird von der Bahngesellschaft Thalys International in Brüssel betrieben – ein Gemeinschaftsunternehmen der französischen SNCF, der belgischen SNCB und der niederländischen Staatsbahnen. Seit Juni 2007 ist auch die Deutsche Bahn mit zehn Prozent beteiligt. In der Zentrale in Brüssel managen 115 Mitarbeiter den Thalys-Betrieb. Das Zugpersonal, dem Eva Gronbach jetzt eine neue Uniform geschneidert hat, ist bei den nationalen Bahngesellschaften angestellt: insgesamt rund 1500 Mitarbeiter. Im Jahr 2007 nutzten mehr als 6,2 Millionen Reisende den Hochgeschwindigkeitszug, der Umsatz lag bei 364 Millionen Euro. Dabei wird mehr als die Hälfte der Thalys-Umsätze auf der Strecke Brüssel-Paris gemacht. Auf ihr fährt der Thalys jede halbe Stunde.

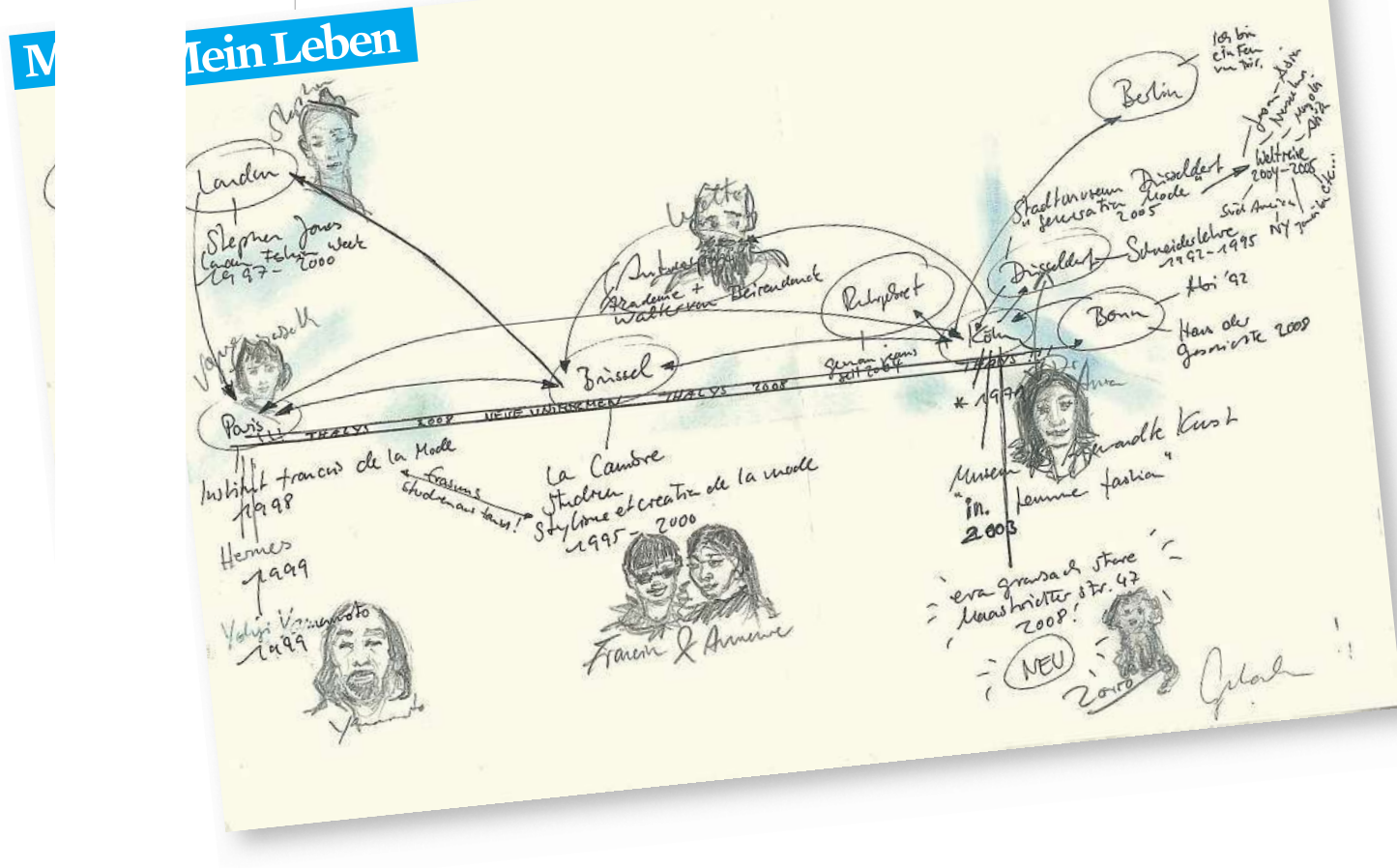
lich bin ich gar kein Model, ich bin Designstudentin. Kann ich bei Ihnen ein Praktikum machen?“ Jones war beeindruckt, sie bekam den Platz.

Im Anschluss arbeitete sie für andere große Namen der Modewelt wie Yohji Yamamoto, John Galiano und bei Hermès. Von solchen Erfahrungen erzählt die ehrgeizige Designerin ganz unprätentiös. Am Ende ihres achtjährigen Studiums lag ein Jobangebot vom japanischen Topdesigner Yamamoto, den sie selbst für den „größten und tollsten“ hält, auf dem Tisch. Ein berauschendes Angebot. Aber sie lehnte ab und entschied sich für den riskanten Weg in die Selbstständigkeit. „Ich wollte meine eigene Kreativität ausleben.“ So wie bei ihren Kollektionen „Glück auf“ 2005 und 2006. Das Rohmaterial: die Arbeitskleidung der Kumpel einer stillgelegten Steinkohlezeche. Rund 6 000 dieser Kleidungsstücke – übersät mit Kohlestaub, Ölfecken und Löchern – holte Eva Gronbach selbst aus der Grube bei Aachen ab. „Die Bergleute haben mich am Anfang für bekloppt gehalten. Nach dem Motto: Was will die denn mit unseren alten Klamotten?“ Sie ließ die Sachen in Holland auswaschen, Löcher und Personalnummern der Bergmänner bleiben – das neu gewonnene Material nannte sie „German Jeans“. „Ich wollte ein Stück deutscher Industriegeschichte zu Mode werden lassen.“ Sie sagt, dass die Leute solche Kleidung umso mehr mögen, je weniger sie sich im wahren Leben schmutzig machen. Viele Musiker kaufen bei ihr ein, viele Künstler und Schauspieler. Ein Blazer mit Gruben-Charme kostet 399 Euro.

„Eva ist unglaublich aktiv, begeistert sich immer wieder für neue Ideen“, erzählt Gronbachs rechte Hand, Aline Rosenmeier. Sie schätze an ihr, dass sie den Leuten immer auf Augenhöhe begegne, egal ob es Näherinnen, Models



Von der Skizze auf den Laufsteg: Die neuen Thalys-Uniformen sind einfach, aber elegant, und spiegeln die Corporate Identity wider.



oder Designkollegen seien. Sie mache da keinen Unterschied. Man könne gut mit ihr zusammenarbeiten, weil sie sich nur in Extremsituationen aus der Ruhe bringen lasse. „Zum Beispiel kurz vor dem Start einer neuen Kollektion. Dann merkt man auch Eva ab und an mal die Anspannung an. Eigentlich ist sie aber sehr entspannt.“

Gronbach geht es nicht nur um den Verkauf von Mode. Sie möchte ihr Verständnis von Mode vermitteln und ihre Begeisterung. „Mode setzt einfach eine unglaubliche Energie frei“, sagt sie. „Und das nicht nur in Paris, London oder New York, sondern überall auf der Welt.“ Eine Überzeugung, zu der sie während des Projekts „Generation Mode – Expedition zu den Modeschulen der Welt“ kam. Gronbach konzipierte das Projekt mit dem Düsseldorfer Stadtmuseum und besuchte Modeschulen auf allen Kontinenten. Sie reiste nach Australien und Neuseeland, Bangkok und Kairo, in den Senegal und in die Mongolei. Überall traf sie junge Designstudenten, die vor allem eines verband: die Liebe zur Mode. „Wir waren so etwas wie Hoffnungsträger, weil wir uns für sie und ihre Arbeiten interessierten.“

Das Projekt dauerte zwei Jahre. Am Ende stand 2005 eine Ausstellung mit den Kollektionen der Absolventen aus der ganzen Welt. „In vielen Ländern ist Mode immer noch ein Kulturgut“, sagt Gronbach. Projekte wie „Generation Mode“ liegen ihr besonders am Herzen. Aber sie hat auch noch andere Ziele: Sie träumt von weiteren Läden in Berlin, Hamburg, vielleicht sogar in New York und Paris. Und was die Mode für Unternehmen betrifft, so hat Gronbach nach dem Thalys auch schon ein neues Ziel: „Ich würde gerne eine neue Kollektion für die deutsche Polizei entwerfen.“ Erfahrung mit Uniformen hat sie jetzt – und Berührungängste hatte sie noch nie.