

Pop-Up-Moderne

Stil, wochenweise: Sonja Weinstabel macht den charmanten Pop-up-Store w?atf



Zeigt Trends und steht dabei mit einem Fuß in der Zukunft: Sonja Weinstabel fragt seit 2008 „What about the future?“

What about the future (w?atf)

bis 30. Juli im Kunstraum Sonnensegel, 4., Pressgasse 28, Do u. Fr 11–19, Sa 10–18 Uhr (bei Veranstaltungen bis 22 Uhr); Info: www.whatatf.com

GESCHÄFTSBERICHT:
CHRISTOPHER WURMDOBLER

Sonja Weinstabel kann ihr Glück noch gar nicht fassen. Eine Abordnung des 6th Floor – aktuell Wiens aufregendstes Schuhgeschäft in der sechsten Etage des Kaufhauses Steffl – hat vor ein paar Tagen den temporären Concept-Store besucht, den Weinstabel noch bis Ende Juli in Naschmarktnähe betreibt. Und offenbar für so super befunden, dass kurz darauf eine Auswahl exquisiter wie modischer Damen- und Herrenschuhe geliefert wurde. Marc Jacobs & Co. runden nun das ohnehin schon ausgesprochen runde Kurzzeitsortiment von „What about the future (w?atf)“ – so heißt Weinstabels Geschäftsidee – ab, Gratulation!

Glückwunsch überhaupt zum w?atf-Konzept. Seit 2008 lässt Weinstabel ihr Geschäft regelmäßig unregelmäßig an den verschiedensten Orten der Stadt aufpoppen: In einem aufgelassenen Waschsalon in Neubau startete das Unternehmen, zuletzt bespielte man drei Wiener Gemeindebauten. Aktuelle w?atf-Station ist der Kunstraum Sonnensegel, das größte Geschäftslokal bislang. Und obwohl das Prinzip des Pop-up-Stores nicht die Erfindung der zierlichen wie umtriebigen Geschäftsfrau ist, selten werden Aufpoppgeschäfte mit so viel Kenntnis, Liebe und Stil kuratiert.

Das Boutiquenprekariat

Wenn Frau Weinstabel nicht gerade im Geschäft steht, mit Designerinnen und Designern abrechnet, Kommissionsware entgegennimmt oder zurückgibt, Pakete schnürt und verschickt oder sich anderweitig verausgabte, ist sie auf der Suche nach dem

nächsten Standort, an dem sie ihr Geschäft wieder aufklappen kann. „Ich fahre auf dem Rad durch die Stadt und schaue, wo was leersteht“, sagt sie. „Mittlerweile habe ich wohl einen besonderen Blick dafür.“

Die Pop-up-Welt kennengelernt hat Weinstabel, als sie Anfang der Nullerjahre ihren Bruder in New York besuchte und sich über DJ-beschallte Geschäfte wunderte, in denen Menschen nicht nur temporär Mode kaufen, sondern auch stöberten, in Büchern und Magazinen blätterten, laut waren und Spaß hatten. „Genau das wollte ich ausprobieren.“

Lauter Laden

Deshalb gibt es auch eine Auswahl an Büchern und Magazinen. Deshalb stellt der befreundete Fotograf und Möbelsammler Stefan Schwarz Kommoden, Betstühle und Werbebuchstaben ins aktuelle Geschäft. Deshalb treffen sich DJ-Banden hinter den Plattenspieler und genau deshalb wirkt das Ganze so stimmig.

22 Modelabels, die meisten davon aus Wien, sind diesmal mit von der Partie; darunter etablierte wie Anita Steinwider, das Wiener House of



Mode, Möbel, Bücher und Buchstaben: Erstes w?atf-Aufpoppen im Waschsalon

Boing oder der tolle Hutmacher Reinhard Plank (ehemals Wien, jetzt Florenz). Dazu gibt es frisches Design wie das der aktuellen Trägerinnen des Wiener Modepreises mit ihrem Label Meshit. Das erweitert den stilistischen Horizont. Modeinteressierte schleichen übers knarzige Parkett, ab 40 Euro für ein Meshit-Teil ist man mit dabei. Aber es geht natürlich auch ungleich teurer – siehe die Designerschuhe vom sechsten Steffl-Stock.

Mittlerweile hat Weinstabel auch schon Routine beim Verhandeln und freut sich, wenn ihr zum Beispiel die Vermieter von Geschäftslokalen entgegenkommen. „Die finden gut, was ich mache, und verlangen meist wenig bis keine Miete. Manchmal muss ich auch bloß die Betriebskosten zahlen.“ Was für das offenbar prekäre Business sehr förderlich ist. Denn erstens ist Mode nie ganz billig, zweitens sollen sich aber viele die schönen Sachen leisten können, und drittens müssen ja Modeunternehmer auch von etwas leben.

Ständig in Bewegung

Dass hier alles stimmig und sehr relaxed rüberkommt, liegt wohl vor allem an der entspannten Art der w?atf-Chefin. Sie habe, erzählt Weinstabel, erst einmal einen Designer wegschicken müssen, weil ihr sein Stil wirklich nicht getaucht habe. Wie sie auf den Shop-Namen kam? „Hier ist alles ständig in Bewegung. Ich mag das Nomadisierende. Wir zeigen Trends und stehen dabei mit einem Fuß in der Zukunft.“

Könnte Weinstabel mit beiden Beinen in der Zukunft stehen, hätte sie aber dann doch gerne ein fixes Geschäft, eine Basis, von der aus man überall aufpoppen kann.

Stil Mode, Design, Architektur, Garten

Blumbergs Materialien

Eiche, Siebdruckplatte, Beton oder – ab Herbst – Linoleum, die Tische und Hocker vom Designlabel und -geschäft Blumberg haben je nach Anforderung verschiedene Oberflächen und sind für den Ess-, Arbeits- oder Außenbereich gleichermaßen geeignet. Ganz neu bei den Blumbergs in Ottakring sind Tische, die in Kooperation mit den Künstlern Kurt Rudolf und Roland Siegele entstanden sind. Mal hinschauen!

Blumberg 16., Blumberggasse 20, <http://blumberg.at>

Grüne Mode

Was sie zum Beispiel gerade im w?atf-Aufpoppgeschäft (siehe links) kaufen können: grüne Mode von Designer Gabriel Baradee und seinem Label Shakkei. Nachhaltig in Wien und Berlin produziert, vieles auch erst *on demand*. Plus: Die Klamotten haben Gags wie iPod-Taschen. Gibt's diese Jeans auch für das iPad?

Infos: <http://shakkei.de>

Dämmpreis

Das (unter anderem auch in Wien ansässige) Büro Arch+More hat den dritten Isover Energy Efficiency Award bekommen. Für die Passivhausanierung der Volksschule St. Leonhard bei Siebenbrunn. Und, hey!, der Wettbewerb war europaweit ausgeschrieben.

Urbanes Gärtnern

Alle reden über die Seestadt Aspern, dabei gibt's die doch noch gar nicht. Der neue Stadtteil entsteht eben erst, doch die Aufmerksamkeitswirtschaft ist schon sehr fleißig. Zum Beispiel mit dem Thema „Urban Gardening“. Während der Ferien können die lieben Kleinen bis 12. August unter Anleitung städtisch gärtnern – und womöglich auch ernten.

Infos: www.aspern-seestadt.at

Muss haben Neue Dinge

Sie müssen's nicht haben, keine Angst. Aber weil doch diese Woche bei der Fête Impériale in der Hofreitschule nicht nur die Rösslein das Tanzbein schwingen und es so hübsch zum Sommer passt, würden wir Ihnen sehr gerne die eigens von Silhouette für die Party entworfene Sonnenbrillenkollektion zeigen. Mit, genau!, Lipizzanern auf der Scheibe. Wie gesagt, Sie müssen's nicht haben (obwohl der Verkaufserlös für den guten Pferdezeck ist). Aber gezeigt haben wollten wir's halt.

Besser als Tomaten auf den Augen: Lipizzaner vor der Linse: Sonderedition von Silhouette



Ebenda Über diese Seite

Die Seiten bieten Ihnen Orientierung über Mode, Design, Architektur und urbanes Gärtnern. Regelmäßig schreiben hier Christopher Wurmdobler, Julia Kospach und Matthias Dusini