

Im Trend: Modische Liebeserklärungen an die Pfalz

Jahrzehntelang prägten Dubbegläser und Saumagen das Image der Pfalz. Doch spätestens seitdem sich junge Winzer in die Weltelite katapultiert haben, kommt auch die Vermarktung der Region vermehrt in Mode. Mit hochwertigen Textilien wollen gleich mehrere Unternehmen Einheimische und Touristen für die Pfalz und ihre Lebensart begeistern.

Im Zentrum von Rhodt, in einer ehemaligen Metzgerei, befindet sich das eher unscheinbare Ladengeschäft. Mittwochs und samstags öffnet Dominic Keller das „Palatina Outfitters“ als Ergänzung zum Online-Shop, über den nach wie vor rund 80 Prozent des Umsatzes erwirtschaftet werden. Immer wieder tauchen Begriffe wie „Spitzbu“ und „Dorfliebe“ auf, aber auch das pfälzisch-rustikale „Jo alla“ und „Ajo“ finden sich auf den fair gehandelten Shirts aus Bio-Baumwolle. Das Design ist dabei nicht plump und schrill, sondern stilvoll und elegant. Selbst die Socken im Dubbeglas-Design und der Spruch „It's always time for a Gläsel Wein“ umschiffen elegant den Pfalz-Kitsch vergangener Zeiten.

Geboren in Ludwigshafen und aufgewachsen in Hauenstein, verbrachte Keller seine Schulzeit in Annweiler, bevor er an der Fachhochschule Koblenz-Remagen sein Studium mit den Schwerpunkten Logistik und E-Business begann. Anfang 2011 zog es ihn zu einem

Automobilhersteller nach Ingolstadt, erst seit wenigen Wochen ist er wieder zurück in der Heimat, wo es „so viele unfassbar schöne Flecken“ gibt. Aus dieser Liebe zur Heimat kam ihm im Dezember 2017 die Idee, hochwertige Mode mit typisch pfälzischen Motiven herzustellen, „mit der ich meine Heimatverbundenheit zeigen kann“. Im April 2019 ging Keller online. Ein „Herzensprojekt“, wie er es nennt, in dem sich die pfälzische Mundart und Lebensart als fester Bestandteil in den Kollektionen wiederfindet. Das Angebot ist zwischenzeitlich um Accessoires wie Schmuck oder Rucksäcke erweitert worden.

Berge und Weintrauben im Logo

Und noch etwas war ihm von Beginn an wichtig: Die gesamte Pfalz und nicht nur der touristisch entwickelte Süden sollte mit der Mode abgedeckt werden. Anders ausgedrückt: „Ich möchte gerne alle Pfälzer zusammenbringen.“ Das nimmt der 33-Jährige wörtlich. Er bringe Spaß und Überzeugung ein und will mit den Gewinnen wieder etwas an die Region zurückgeben. Übrigens: Auch im Logo von „Palatina Outfitters“ findet sich die Pfalz wieder: die Dreiecke rechts und links symbolisieren die Berge des Pfälzerwaldes, das mittlere, nach unten gerichtete Dreieck steht für die Weintrauben der Vorderpfalz.

Einen ganz ähnlichen Ansatz verfolgt Daniel Bentz mit seinem Label „sechssiwwe“. Gemeinsam mit Mitgründerin Uta Angeli betont der 30-Jährige ganz bewusst den urbanen Stil seiner Heimatstadt Ludwigshafen. Im März 2020 startete der Online-Shop mit Kleidung, Caps, Taschen und Krim-



krams, die Produkte sind zwischenzeitlich auch in der Touristinfo in Ludwigshafen und in der Bäckerei Görtz in Rheingönheim erhältlich. „Ich fahre seit fast 20 Jahren mit dem Skateboard durch Ludwigshafen, und noch heute erfreue ich mich an dem Industriecharme der Stadt, am Berliner Platz oder der Hochstraße.“ Die Pfalz sei eben deutlich bunter und vielfältiger als von vielen beschrieben. Genau das möchten Angeli und Bentz mit stylischer Streetwear dokumentieren.

Heimat im Alltag

Als Streetwear-Label versteht sich auch das eingetragene Warenzeichen „WNSTR“ aus Bad Dürkheim. Der Schriftzug „Pfalzkind“ lässt keine Zweifel daran aufkommen, für wen die Mode gedacht ist. Inhaber Philipp May verspricht „für alle Geschmäcker die passende Auswahl an lässigen Styles“. Die Kollektion, zu der inzwischen auch Baby- und Kinderkleidung gehört, soll „ein Stück Heimat in

den Alltag“ transportieren. Bei den verwendeten Stoffen setzt „WNSTR“ vor allem auf hochwertige Bio-Baumwolle sowie recyceltes Polyester. Im September 2020 wurde der erste eigene Flagship-Store in Bad Dürkheim eröffnet. Auch das Modehaus Jost führt einen Teil des Sortiments in seinen vier Häusern in Grünstadt, Frankenthal, Worms und Landau.

Hinter dem Label „Pfalzbrüder“ verbergen sich die Brüder Patrick und Markus Birke aus Hochdorf-Assenheim. Sie greifen das auf, was die Pfalz ausmacht: Wälder, Burgen und natürlich Wein. Ihr Credo: „Mit unserer Kleidung wollen wir bezwecken, dass man an jedem Ort der Welt ein Stück Pfalz bei sich tragen kann.“ Sie versprechen, dass jedes Shirt persönlich bedruckt und veredelt wird. Gedruckt wird nach Bedarf, sodass jedes T-Shirt speziell angefertigt wird. Echte Pfälzer Handarbeit also. Mit jedem verkauften Shirt oder Pulli werden zwei Euro an gemeinnützige Projekte in der Pfalz gespendet. ■ (Dirk Leibfried)

www.palatina-outfitters.de

www.sechssiwwe.de

www.wnstr.de

www.pfalzbrueder.de



«Ich möchte gerne alle Pfälzer zusammenbringen», sagt Inhaber Dominic Keller.

Start-ups der Circular Economy gesucht

Zum achten Mal können sich Start-ups und Jungunternehmer mit nachhaltigen Lösungen für den Green Alley Award, Europas ersten Start-up-Preis der Circular Economy, bewerben. Mit dem Preis möchte der Ausrichter und Umwelt-Dienstleister Landbell Geschäftsmodelle in den Bereichen Digital Circular Economy, Recycling und Abfallvermeidung fördern.

Die sechs besten Start-ups werden im April 2022 nach Berlin eingeladen, wo sie in individuellen Gesprächsrunden mit Experten aus der Circular Economy und der Start-up-Branche an ihrem Geschäftsmodell arbeiten. Danach präsentieren die Finalisten ihre Projekte vor einer Expertenjury und einem internationalen Publikum live auf der Bühne. Der Gewinner kann sich über ein Preisgeld von 25.000 Euro freuen. Bewerbungen können bis 23. November eingereicht werden. ■

www.green-alley-award.com

