



Steffen Schraut (li.) zusammen mit Mattias und Susanne Mußler

Shootingstar der Modeszene

Stardesigner Steffen Schraut präsentierte in der Parfümerie Mußler sein luxuriöses Eau de Parfum – und seine neueste Modekollektion.



Sie sind minimalistisch, aber ungemein detailverliebt, die von Steffen Schraut kreierten Modeschöpfungen für Frauen. Wohlühl-Charakter gepaart mit einem Hauch von Luxus und Sexiness: Auf diesen Nenner lassen sich die Kollektionen des gebürtigen Reutlingers mit Wohnsitz in Düsseldorf bringen. Der erfolgreiche Designer war unlängst zu Gast in Stuttgart – im Beauty-Concept-Store „mußler home of beauty“ in der Hirschstraße gab er Einblicke in sein kreatives Schaffen.

Die Verbindung zu Mußler kommt dabei nicht von ungefähr: 2006 brachte Schraut sein erstes Eau de Parfum auf den Markt, im Herbst 2007 folgte eine passende Pflegeserie mit Bodylotion und Duschgel. Der heute 38-Jährige eröffnete bei Mußler die neue Veranstaltungsreihe mit namhaften Designern, die in der Branche auch mit Duftkreationen für Furore sorgen.

Die Erfolgsgeschichte von Steffen Schraut begann vor gerade mal sieben Jahren an einem alten Küchentisch mit fünf T-Shirts, drei Strickteilen und zwei Hosen. Heute ist er Inhaber eines angesagten Design-Ateliers in Düsseldorf, seine Mode hängt in allen großen Häusern der Welt – in Stuttgart übrigens bei

Breuninger und bei Fischer.

Mit der Fashion-Szene kam Schraut schon als kleiner Junge in Berührung. Seine Eltern betrieben in Reutlingen ein Blusenunternehmen, die Zeitschrift „Vogue“ wurde peu à peu zur Lieblingslektüre. Bevor er dann selbst zum Skizzenblock griff, arbeitete er fünf Jahre lang als Trendscout für verschiedene Modelabels und bereiste die Metropolen der Welt.

Seit zwölf Jahren lebt der Shootingstar nun in Düsseldorf, nach wie vor ist er aber auf der ganzen Welt unterwegs. Mindestens vier- bis sechsmal im Jahr kommt er auch zurück ins Ländle – unter anderem, um den für einen Schwaben nötigen Bedarf an Maultaschen und Spätzle zu decken. Arroganz oder Abgehobenheit sind für den sympathischen Designer Fremdworte – nicht Schraut steht im Vordergrund, sondern seine Produkte. Und dass er seinen Job mit großer Freude macht, merkt man ihm sofort an.

Pro Saison entwirft der Modeunternehmer eine Kollektion mit etwa 120 femininen Styles, die sich durch schlichte Eleganz auszeichnen und dabei immer tragbar – und bezahlbar – sind. Feine Stoffe wie Cashmere, Jersey oder Seiden-

Stretch unterstreichen die Persönlichkeit der Trägerin, klare Schnitte betonen die Silhouette – ohne Schnörkel, aber immer mit dem gewissen Extra. Ob Basics wie Hosen, Röcke und Kleider oder Accessoires wie Taschen und Gürtel: Die kommende Herbst-/Wintermode über-rascht mit Powerfarben wie Orange oder Lila, dazu viel Schwarz. Auch Lack ist weiterhin stark angesagt. Schrauts Devise: „Das Wichtigste für eine Frau in Sachen Fashion ist es, sich nicht zu verkleiden, sondern Mode zu tragen, die



zu ihr passt – das stärkt das Selbstbewusstsein.“

Mit der Lancierung seines Damen-duftes und den passenden Pflege-Accessoires ergänzt der Trendsetter die Idee seiner Mode: immer wieder neu und doch vertraut. Zu seiner Unverwechselbarkeit trägt auch das von Design-Papst Peter Schmidt entwickelte Corporate Design des Labels bei. Man darf schon auf den nächsten Duft von Steffen Schraut gespannt sein. ◆



Menschen bei Mußler

Nach dem erfolgreichen Auftakt mit Steffen Schraut präsentierte Ende Mai **Jette Joop** ihren neuen Duft „Dark Sapphire“ bei Mußler in der Hirschstraße. Die gebürtige Braunschweigerin, Tochter von Wolfgang Joop, zählt seit Jahren zu den führenden Designerinnen Deutschlands und entwirft seit 1997 mit ihrem Hamburger Unternehmen unter anderem Schmuck, Schuhe, Mode, Sonnenbrillen und Parfums.

Im Juni kommt Be-a-Star-Gewinnerin Kim, das neue Gesicht von San Soucis, zu Mußler, für den Herbst hat sich Willy Bogner angekündigt. „Es geht uns darum, die Menschen hinter den Produkten zu zeigen und gleichzeitig ein einzigartiges, glamouröses Erlebnis für unsere Kunden zu schaffen“, beschreibt Unternehmer Matthias Mußler das neue Eventkonzept. „Dabei versteht sich Menschen-bei-Mußler nicht als VIP-Veranstaltung, sondern wir wollen damit die ganze Breite unserer Kundschaft erreichen“, ergänzt Geschäftspartnerin und Ehefrau Susanne Mußler.

