

# ANZÜGE MACHEN MÄNNER

**Der Anzug ist der treue Begleiter des Mannes. Ob Financier, Türsteher oder Bestatter – ein Herrenanzug lässt sie Kompetenz und Zuverlässigkeit ausstrahlen. Was die Engländer früh kultivierten, hat modisch nicht an Relevanz verloren. Der Trend nach Massanzügen bestätigt dies.**

Schon Gottfried Keller wusste: Kleider machen Leute. Träger von gepflegten Herrenanzügen wirken kompetent, seriös und vertrauenswürdig. Aus der Geschäftswelt ist die Kombination von Sakko und Hose nicht mehr wegzudenken. Und selbst an so manchem Freizeitanlass wird das Tragen des stillvollen Klassikers vorausgesetzt. Je nach modischer Gesinnung und Budget zieren Markennamen wie Hugo Boss, Armani oder Zara die Etikette auf dem Innenfutter. Es sei denn, der Anzug ist massgeschneidert.

**Vom Rüschenrock zur Uniform** Im Vorbürgertum hüllte sich der Adel in prunkvolle, farbenkräftige und voluminöse Stoffkreationen. Damit stellte er seinen hohen Gesellschaftsrank zur Schau. Mit Ende der Französischen Revolution forcierten vor allem die Engländer ein neues Modebewusstsein. Man hatte genug von der französischen Hofkultur. Neu waren Schlichtheit, Dezenz und Körperbetontheit angesagt. Immer tragbar und elegant sollte die Kleidung sein. Aus diesem Bedürfnis heraus entstand der Herrenanzug. Bestehend aus Jackett, Hose und allenfalls Weste, galt er fortan als gesellschaftsfähig. Inspiriert wurde die neue Mode unter anderem vom Sportgewand des englischen Adels, der Dandy wirkte denn auch als Botschafter. Seine Lebensphilosophie prägte die Grundidee des Anzugs massgeblich. Der «englische Stutzer» lebte nach dem Grundsatz, stets adäquat und schick gekleidet zu sein. Diesen Anspruch haben auch heutige Anzugträger. Überhaupt hat das mehrteilige Dress in den letzten 150 Jahren keine monumentalen Veränderungen erfahren.

Monumental waren dafür die Fortschritte, die in der Produktion erzielt wurden. Mit der Verbesserung der Nähmaschine und dem Auftreten der ersten leistungsfähigen mechanischen Webstühle um das Jahr 1850 herum begann das Zeitalter der Konfektion, der serienmässigen Produktion von Kleidungsstücken. In den Fabriken ratterten die Nähma-

schinen über die ersten Serienanzüge. Bis zu diesem Zeitpunkt trugen Männer und Frauen ausschliesslich handgefertigte Kleidung. Auch der Begriff Anzug hatte damals noch eine andere, eine praktische, Bedeutung. Gemeint war eine als Einheit getragene Kleidung wie beispielsweise der Arbeitsoverall oder die Militäruniform.

**Individualität vor Masse** Ein Verständnisswandel fand in den letzten Jahren auch hinsichtlich Massanzügen statt. Was bis Mitte der 90-er Jahre noch als elitär und extravagant galt, umschmeigt heute vermehrt auch

des Normalverdieners Körper. Seit einiger Zeit, so scheint es, schießen in der Schweiz und anderen europäischen Ländern Massbekleidungsfirmen wie Pilze aus dem Boden. Haben Männer ein neues Modebewusstsein entdeckt, oder ist Kleidung nach Mass preiswerter geworden? «Beides ist der Fall», meint Markus Soltermann, Geschäftsführer von Thatsuits, einem Zürcher MassbekleidungsHersteller. «Heute sucht der Konsument wieder vermehrt das Individuelle. Wer sich in einer Leistungsgesellschaft wie der unseren behaupten will, muss sich von seinen Konkurrenten abheben.» Und da der erste Eindruck bekanntlich zählt – erst recht in Zeiten des harten Wettbewerbs – seien sowohl Hülle als auch Kern entscheidend.

Dem vermehrten Wunsch nach Individualität kam in den 90-er Jahren die Entwicklung einer Software für dreidimensionale

Konstruktionen entgegen. Dank der neuen automatischen Vermessungstechnik können Massanfertigungen heute zu Preisen angeboten werden, die nicht viel höher sind als die der Konfektionsware. Die Nachfrage nach Massarbeit jedenfalls wächst stetig – und mit ihr der Markt.

Doch büssen Massanzüge nicht an Prestige ein, wenn die Preise sinken? Soltermann dazu: «Das mag sein, doch bei unseren Kunden stelle ich selten Prestigegeanken als Kaufmotivation fest. Zu uns kommen zum Beispiel auch Studenten, die für ihre ersten Bewerbungsgespräche die richtige Kleidung suchen.» Seine

Kundschaft sei breit gefächert, und es gehe ihr primär darum, optisch das Beste aus ihrem Anzug rauszuholen. Dadurch, dass er und seine Mitarbeiter sowohl in Schnitt, Stoff, Farbe und Passform auf spezifische Wünsche und die Persönlichkeit des Kunden eingehen können, erhalte dieser den auf ihn optimal zugeschnittenen Anzug.

**Neues Kundenbewusstsein** Thatsuits und viele andere Hersteller von «Mass Customization» beschäftigen dafür ausgebildete Schneider und Modefachleute. Der Kunde wird in der Schweiz beraten und vermessen. Die eigentliche Herstellung findet im Ausland statt. Zurück im Schweizer Atelier verpassen die Schneider dem Stück vor Ort den letzten Schliff. Änderungsarbeiten werden ebenfalls in der eigenen Schneiderei vor Ort vorgenommen. Die hochwertigen Stoffe bezieht Soltermann von namhaften Webereien wie Cerruti oder Vitale Barberis aus Italien, Australien und der Schweiz. Damit könne er hohe Qualität garantieren und wisse genau, womit er

es zu tun habe. Dass unter den Konsumenten das Bewusstsein für faire Produktionsmethoden gewachsen ist, merkt auch Soltermann.

«Neue Kunden konfrontieren mich häufig mit Fragen dieser Art. Und das ist gut so.» Er kenne alle seine Zulieferer im Ausland und lege seine Hand dafür ins Feuer, dass seine Näherinnen unter guten Arbeitsbedingungen produzieren. Die Produktion der Damenkleidung findet in Hamburg statt, jene der Männerkollektion in China. Der Kunde müsse kritisch sein und hinterfragen. Dies gelte auch für massgeschneiderte Urlaubssouvenirs aus Thailand, die im Übrigen nicht zwingend von schlechter Qualität sein müssen. «Doch viele tappen in Touristenfallen und kommen mit entsprechend billiger Ware nach Hause», warnt Soltermann. Ob einen ein solcher Anzug in bestem Licht erscheinen lässt, sei dahin gestellt. ■

