

DER MANTEL

...

Was darf er kosten? Wie lange soll er halten? Und worauf kommt es sonst noch an? Überlegungen einer Konsumentin. VON ANJA JARDINE

Der Herbst lag schon in der Luft, da hing der Mantel eines Tages im Schaufenster des Eckladens am Luzerner Kauffmannsweg. Es war die Silhouette, die mir gefiel. Die Ladenbesitzerin hantierte im Hintergrund, und hätten sich unsere Blicke nicht getroffen, wäre ich wohl nicht eingetreten. In Beige habe sie ihn nicht, sagte Claudia Krebser, «aber wir können ihn anfertigen». Sie würde immer nur je ein Exemplar ihrer Kollektion vorproduzieren und den Rest auf Nachfrage. Sie selbst? fragte ich. Nein, sagte sie, drüben auf der anderen Strassenseite sei das Atelier, sieben Schneiderinnen arbeiteten dort. Einen Moment später stand die Puppe nackt im Fenster, und Claudia Krebser hockte neben mir, das Nadelkissen am Handgelenk, justierte die Länge des Mantels auf knapp über dem Knie und passte die Taille meiner an.

Ich glaube nicht, dass es etwas mit Audrey Hepburn zu tun hat, mit diesem Regenkuss in «Frühstück bei Tiffany», aber ich träumte schon immer von einem Trenchcoat. Es gab auch den einen oder anderen Versuch, doch etwas an mir schien grundsätzlich falsch. Mit Schulterklappen werde ich viereckig, und der riesige Reverskragen annulliert jede Rundung. Da half es auch nichts, den Gürtel enger zu schnüren. Den trug ich im Rücken geknotet, ein lästiges Knäuel, sobald man sich anlehnt. Im Ergebnis eher Columbo als Holly Golightly.

Und nun das, im Spiegel: feminin und lässig, wie ein Trench sein sollte. Eine Taille ohne Gürtel, nur durch einen Gurtaufsatz am Rücken, der Kragen kleiner als beim Original, so dass die Proportionen stimmten, die Ärmel exakt bis zur Handwurzel und in der Schulter Bewegungsfreiheit. Krebser holte einen Stoffballen hervor, zeigte mir ihr Beige, «Baumwolle, leicht changierend, können Sie in die Waschmaschine stecken». Wunderschön, sagte ich, und nahm Zuflucht im Konjunktiv. Wie teuer wäre er? 1750 Franken. Wie lange würde es dauern? Drei Wochen. Dürfte ich helle Knöpfe wählen anstelle der schwarzen? Klar. – «Ich denke darüber nach», sagte ich.

1750 Franken! So viel kostet ein Gebrauchtwagen, ein Sofa, eine Ferienreise. Der muss auch anderswo zu finden sein, dachte ich, billiger. Trenchcoats hat fast jeder im Sortiment. Wo immer sich die Gelegenheit bot, probierte ich in den nächsten Monaten Trenchcoats an, in Zürich, Rapperswil, Elmshorn, Nizza, Bern und ich weiss nicht wo. Das Original mit dem karierten Innenleben kostet etwa 1800 Franken, es ist noch immer Inbegriff des «very british», obwohl Burberry den Grossteil der Produktion längst nach China

verlagert hat. Aber «made in Asia» sind sie wohl alle. Bei Boss kostet der Trench 700 Franken, bei Tommy Hilfiger 400, bei Madeleine 500 und bei Esprit, Zara und H&M um die 100 Franken.

Hundert Franken! Das macht siebzehneinhalb Mäntel anstelle des einen von Claudia Krebser. Braucht der Mensch siebzehneinhalb Mäntel? Man könnte meinen: Ja. Der Kleiderkonsum ist in den letzten Jahren massiv gestiegen, bedingt durch den Preiszerfall. In England zum Beispiel, wo eine Jeans im Jahr 2000 80 Euro kostete und 2009 nur noch 51, nahm der Konsum im selben Zeitraum um 50 Prozent zu. In Deutschland, so Greenpeace, besitzt heute jeder viermal so viele Kleider wie noch 1980. In der Schweiz, Frankreich, Amerika, Japan sieht es nicht anders aus.

Im Durchschnitt kaufen wir 5 bis 6 Teile pro Monat, etwa 70 im Jahr. Die kurze Nutzungsdauer werde von Herstellern wie H&M, Zara oder Topshop durchaus einkalkuliert, sagt Grete Birtwistle, Professorin für Fashion Marketing an der Caledonian University in Glasgow, etwa zehn Mal sollen die Kleider getragen werden, dann muss Neues her. Die Anbieter stimulieren ihre Kunden alle zwei bis drei Wochen mit Subkollektionen. Nachmittags sieht man schon 14jährige rudelweise die Jagdreviere durchstreifen, hungrig auf Frischware; Shopping ist heute Pflicht wie früher Blockflötespielen. Im Zweifel wird der Bikini für 7 Franken 95 nicht einmal anprobiert; ist ja kaum teurer als der Kaffee bei Starbucks. Je weniger ein Kleidungsstück kostet, desto grösser ist die fröhliche Bereitschaft zum Fehlkauf: 20 dieser 70 Kleidungsstücke werden nie getragen. Sie landen direkt im Altkleidersack, macht ja nichts, kostet ja nichts. Zumindest nicht uns.

Man muss kein Ökonom sein, um sich zu fragen, wie das gehen kann: Ein Trenchcoat für 100 Franken? Baumwolle anbauen und ernten, Garn spinnen, Stoff weben und färben. Dann die Konfektionierung: zuschneiden, nähen und verpacken. Und zwischen jedem dieser Arbeitsschritte der Transport – meist in ein anderes Land, dazu Marktforschung und Werbung und zu guter Letzt der Verkauf inklusive Miete, Personal, Mehrwertsteuer. All das für 100 Franken?

Im April 2015 jährte sich zum zweiten Mal der Einsturz des Rana Plaza in Bangladesch, die Bilder waren wieder überall präsent: schreiende Menschen, Handy-Klingeln unter Trümmern, Graben nach Verschütteten, Notamputationen und am Rande aufgereiht die Toten unter Tüchern. 1300 Näherinnen und Näher verloren ihr Leben, noch einmal so viele verloren Arme oder Beine oder verletzten sich



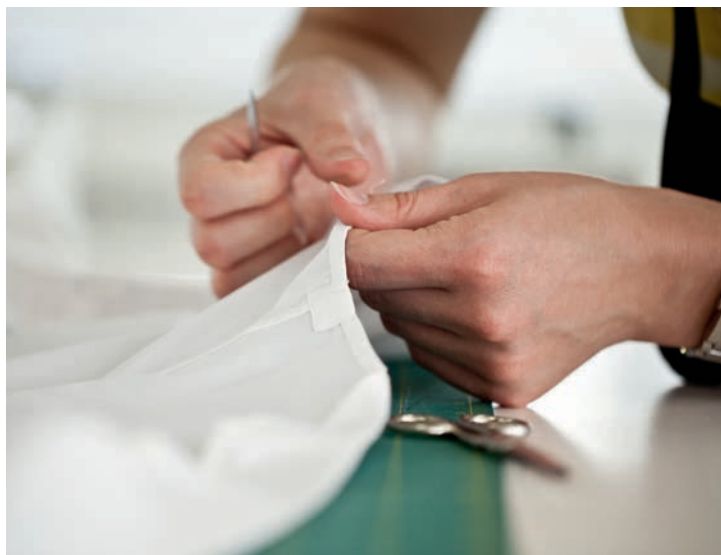
CLAUDIA KREBSER

ist Modedesignerin mit einem eigenen Laden in Luzern. Die Kleider ihrer Kollektionen werden in ihrem Atelier angefertigt, sieben Schneiderinnen arbeiten für sie.

RÜSTUNG UND NÉGLIGÉ

«Meine Kleider sind der äussere Eindruck meiner Befindlichkeit. Das Kleidungsstück muss wie eine zweite Haut sein, Material und Form in Harmonie, die Farbe je nach Stimmung. Mein Lieblingskleidungsstück ist mein kupferfarbenes, geflochtenes Oberteil aus Leder und Seide. Es ist Rüstung und Négligé gleichzeitig. Ich habe darin letzten Sommer mit Freunden meinen fünfzigsten Geburtstag in der Provence gefeiert. Meine Mitarbeiterinnen haben mir die Umsetzung meines Entwurfs zum Geburtstag geschenkt.»

MEIN LIEBLINGSKLEIDUNGSSTÜCK
IST MEIN KUPFERFARBENES,
GEFLOCHTENES OBERTEIL
AUS LEDER UND SEIDE
ES IST RÜSTUNG UND NÉGLIGÉ
GLEICH ZEITIG.
ICH HABE DARIN LETZTEN SOMMER
MIT FREUNDEN MEINEN 50. EN
GEBURTSTAG IN DER PROVENCE
GEFEIERT.
MEINE MITARBEITERINNEN
HABEN MIR DIE UMSETZUNG
MEINES ENTWURFS ZUM
GEBURTSTAG GESCHENKT.



ihr Rückgrat. Sechs Stockwerke hätte das Gebäude hoch sein dürfen, neun waren es. Die Risse im Mauerwerk waren unübersehbar; nur den Kontrolleuren, die regelmässig kamen, um die von westlichen Einkäufern geforderten Standards zu überprüfen, fiel nichts auf. Nach dem Unglück waren nur wenige der 28 Einkäufer, die im Rana Plaza produzieren liessen, freiwillig bereit, Schadenersatz zu bezahlen. Nur dank einem Treuhandfonds, den die International Labour Organization einrichtete, unterstützt von der Clean Clothes Campaign (CCC), kamen 30 Millionen Dollar Spendengelder zusammen. CCC setzt sich seit mehr als zwanzig Jahren für die Rechte der Arbeiter in der Textilindustrie ein.

Es ist ja nicht so, dass ich erst seit dieser Katastrophe weiss, an welchen Stellen gespart wird. «Das Schiffchen fliegt, der Webstuhl kracht, wir weben emsig Tag und Nacht»; Heinrich Heines «Weberlied» hatten wir schon in der Schule. Seit die Weberinnen gänzlich überflüssig geworden sind, sind die Näherinnen das unterste Glied in der Nahrungskette der Textilindustrie. Kostet uns ein T-Shirt 30 Franken, sind davon maximal 90 Rappen Lohnkosten – ein bis drei Prozent des Endpreises, schreibt Gisela Burckhardt in «Todschild. Edle Labels, billige Mode – unmenschlich produziert». Kinderarbeit, Schikanen der Aufseher, sexuelle Belästigung, fehlende Personalvertreter und der Zwang zu Überstunden bestimmen die Arbeitswelt dieser Menschen. In Bangladesh und Kambodscha

...

Die Managerin steht etwas krumm,
deswegen muss die Vorderlänge ihres
Jacketts leicht gekürzt werden.

...

arbeiten die Näher bis zu 100 Stunden pro Woche, jeden Tag – nur damit wir unsere Fast Fashion «just in time» im Regal haben. Just in time for what? H&M machte 2014 einen Gewinn von 20 Prozent. Warum sind die Konzerne nicht imstande, Löhne zu zahlen, von denen die Leute leben können?

Würden sie ja gern, sagen sie. Wer durch die Websites der Modelabel surft, den schwindelt es fast vor lauter «sustainability», Nachhaltigkeit, das war vor fünf Jahren noch nicht so. Es grassiert branchenweites «greenwashing». H&M zum Beispiel hat «sieben Selbstverpflichtungen» formuliert, seit 2013 macht das Unternehmen die Liste seiner 2000 Zuliefererfabriken in mehr als zwanzig Ländern öffentlich. Ausserdem hat der schwedische Konzern eine «Conscious Collection» lanciert, für deren Herstellung allerdings auch keine existenzsichernden Löhne gezahlt werden, wie CCC kritisiert. In einer Persiflage fragte CCC, wie bewusst ein Unternehmen sein könne, dessen Näherinnen reihenweise vor Erschöpfung und Hunger bewusstlos würden, wie 2010 in Kambodscha.

Ich steuere also ein höheres Preissegment an. Boss, 579 Franken, der Mantel schafft es in die zweite Runde, obwohl er nicht optimal sitzt: Am Nacken bildet sich diese Querfalte wie immer, das liegt an meinen geraden Schultern. Doch was mein Interesse wirklich dämpft, ist etwas anderes: Boss-Kleider entstehen zum Teil in densel-

ben Sweatshops wie die Billigmarken, das hat die Nichtregierungsorganisation Rise 2013 in Bangladesh herausgefunden. In zwei von zwölf Fabriken liessen sowohl H&M, C&A und Esprit als auch Hugo Boss, Tommy Hilfiger und Calvin Klein produzieren. Warum sind die Kleider so viel teurer, wenn der Lohnanteil hier auch nicht höher ist? Vermutlich, weil diese Unternehmen lieber Millionen zur Markenpflege in das Sponsoring von Formel 1 oder des Davis-Cups investieren.

Überhaupt vergeht mir bald die Lust am Bummeln. Europas Innenstädte scheinen genormt. Im El Corte Inglés in Valencia grüsst mich exakt derselbe Mantel, den ich schon in Rapperswil in Händen hielt und dort noch mit einem gewissen Wohlwollen betrachtet hatte. In Spanien denke ich nur: Du schon wieder. Das zwölfsprachige Preisschild verrät mir, dass ich hier besser davonkäme, aber ich will ihn nicht. Als sich mir dasselbe Modell zwei Monate später in einem gänzlich anderen Sprach- und Kulturraum hoch im Norden wieder in den Weg stellt, reagiere ich gereizt. Marken-Stalking. Da kann mich auch das Sale-Schild nicht umstimmen, ohnehin jagt der Mid-Season Sale den Presale, dem der Summer Sale folgt, rette sich, wer kann. Selbst ein Mittelfeldspieler wie Marc O' Polo lanciert acht Kollektionen im Jahr. In mir wächst die Sehnsucht nach dem einen in Luzern. Je länger ich mich umschaue, desto heroischer erscheint er mir: ein Einzelgänger, schwer zu haben, einer mit Charakter.

Ab und zu schaue ich bei Claudia Krebsler vorbei und besuche ihn. Dann sitze ich auf einem der Sessel und beobachte andere Frauen bei der Anprobe. Die Atmosphäre ist speziell, weder Edelboutique noch Nähstübchen, sondern etwas angenehm Unpräzises dazwischen. Gemeinsam mit ihrer Schnitttechnikerin passt Krebsler ihre Prototypen an Körperform und Haltung der Frauen an. Die Managerin zum Beispiel steht etwas krumm. Ihre Schultern fallen leicht nach vorn, was bei Menschen, die am Computer arbeiten, oft vorkommt; Krebsler vermisst den Abstand zwischen Achsel und Brustpunkt und steckt die Vorderlänge des Jacketts einen Tick kürzer. Bei der Dame mit dem grossen Busen müssen die Ärmel weiter hinten angesetzt werden. Überhaupt sei das Armloch das Kniffligste, sagt Krebsler. «Jeder kennt das Problem von der Konfektionsware: Man hebt die Arme, und das ganze Teil kommt mit.»

Im Frühling und im Herbst gibt es eine neue Kollektion, «eher spät». Was hier verkauft wird, ist keine reine Massschneiderei, sondern Massanfertigung der Kollektion. «Viele Kundinnen kommen seit Jahren», sagt Krebsler. Manche kaufen grundsätzlich in dieser Preiskategorie ein – eine Jupe für 650 Franken, ein Kleid für 1300, einen Anzug für 2200. Andere sparen sich alle paar Jahre ein Teil zusammen. Meist seien es beruflich erfolgreiche Frauen, die viel unterwegs seien. Die wollen eine Garderobe, die pflegeleicht ist, waschbar, gut kombinierbar. «Und in der sie sie selbst sind.»

Schon als Kind habe sie die Kleiderschränke aller Leute gekannt, jede Stoffkiste durchwühlt, sagt Krebsler. «Für mich fängt es immer mit dem Griff an, mit dem Stoff.» Einer ihrer ersten Entwürfe sei ein Hemd gewesen, das sie aus einem Satz Bettlaken gefertigt habe, «die ganze Front diagonal und vertikal durchplissiert. Es sah aus wie ein Panzer.» Die Freundinnen wollten auch so einen Panzer; schon früh also die Erfahrung, dass anderen gefiel, was sie bastelte. Damit war die Berufswahl klar. Eine Schneiderlehre hätte ihr nicht mehr viel gebracht, also machte sie eine Kürschnerlehre, körperlich anstrengend, ein Männerberuf. «Das war eine gute Schule», sagt Krebsler,

«man lernt sich durchzusetzen. Und man muss auch mal unten-durch.» Sie schloss als Jahrgangsbeste ab und ging sofort mit zwei Kollegen in die erste Selbständigkeit, «ohne Startkapital, total naïv».

In einer kleinen Parterrewohnung nähten und verkauften sie das Label «Absolut». «Das war eine Nummer hier in Luzern», sagt Krebsler, «zu den Modeschauen kamen bis zu 500 Leute, aber wir haben von der Hand in den Mund gelebt.» Nach zwei Jahren waren sie erschöpft und pleite. Um ihre Schulden abzuführen, arbeitete sie als Verkäuferin in Zürich. Sechs Jahre dauerte es, bis sie sich wieder in ein Atelier einmieten und ihre eigene Kollektion anfertigen konnte. Mit einem Kofferchen reiste sie durch die Schweiz

...

«Einen Reissverschluss einzunähen
dauert 15 Minuten, damit verteuert sich
das Stück um 10 Franken. Zu viel!»

...

und putzte Klinken. «Horror!» sagt Krebsler. Doch bald führte eine Handvoll Geschäfte das Label «Claudia Krebsler». Nach drei Jahren stellte sie die erste Schneiderin an, 1995 zog sie in ihren Laden am Kauffmannsweg, 2000 mietete sie das Atelier gegenüber.

Es ist ein Besuch im letzten gallischen Dorf. Am grossen Stehtisch schneidet eine Schneiderin geblümte Seide für einen Overall zu – so, dass die Blumen später harmonisch aneinanderstossen; «die Industrie schneidet nach Koordinaten», erklärt sie, «um Stoffverlust zu vermeiden». Die Kollegin an der Nähmaschine steckt ein Vlies um ein Armloch, «damit die Armkugel schön rund fällt». Knöpfe werden von Hand angenäht, Säume nicht geklebt, sondern von Hand gesäumt. Die Stiche sind dicht, an Faden wird nicht gespart. Jede Naht erhält so viel Nahtzugabe, dass Stoff ausgelassen werden kann, wenn die Kundin ein paar Pfund zulegt. Auch der Trenchcoat hat ein geheimes «Garagentor»: ein winziges Stück Naht im Futter, das Zugang zum Innenleben gewährt. Überhaupt der Trench: Sein Rückengurt nennt sich Martingal, und der Grund, warum der Rock unterhalb des Martingals so anmutig aufspringt, ist die Kellerfalte. Etwa 40 Stunden Arbeit stecken in dem Mantel, knapp die Hälfte des Preises sind Lohnkosten. Jede Schneiderin bei Claudia Krebsler fertigt ein Kleidungsstück von A bis Z. Es ist ihr Baby, ihre Verantwortung, im Zweifel ihr Problem, «wenn mal eine Kundin schwierig tut», und am Ende ihr Stolz. «Das ist der Grund, warum wir hier arbeiten», sagt die Frau am Zuschneidetisch. Denn die echte Welt sieht anders aus, auch in der Schweiz.

Eigentlich ist Isaak Singer schuld, der Mechaniker. 1851 bekam er das Patent für seine hochpotente Nähmaschine; seitdem werden Kleider in Konfektion gefertigt, also extrem arbeitsteilig oder aus Sicht der Näherin: extrem stumpfsinnig. Genäht wird in der Regel an Spezialmaschinen die immerselbe Naht, sssst, sssst, sssst, stundenlang – eine macht Kragen, eine Taschen, eine Ärmel, eine das Futter. Noch um 1900 war die Textilindustrie die wichtigste Exportindustrie der Schweiz. Heute gibt es landesweit weniger als 30 Unternehmen, die Bekleidung herstellen; allesamt KMU mit weniger als 50 Mitarbeitern.

Eines davon ist Traxler in Bichelsee im Thurgau, gegründet 1909. Hier werden die Strickwaren für Naturaline von Coop sowie das komplette Sortiment des Schweizer Labels Erfolg, inzwischen eine Traxler-Tochter, hergestellt. Ausserdem die Grosshändlermarke Complete, von der Traxler einen Fünftel exportiert. Im September beginnt die Produktion für den Sommer 2016. Etwa 25 Flachstrickmaschinen arbeiten autonom vor sich hin, wenn es sein muss, 24 Stunden am Tag. Ihr Kunststück: nahtloses Stricken. Sie sind gross wie Orgeln, obendrauf steht die Spule mit dem Wollfaden, der verschwindet im Innern, und nach einer Stunde kommt unten ein ganzer Pullover raus. Übrig bleiben nur vier kurze Fäden, die verriegelt werden müssen, das tun zwei Dutzend Damen an Spezialmaschinen in der Halle nebenan. Technisch möglich ist das erst seit der Jahrtausendwende. Da hat Traxler noch einmal drei Millionen Franken investiert – in Technik und Umweltschutz.

«Ich bin Industrieller», sagt Rolf Traxler, der das Familienunternehmen in vierter Generation führt. «Mich interessieren Abläufe.» Sobald ein Design aufwendiger sei, gehe die Produktion an einen Partnerbetrieb in Litauen. Aufwendig sind Reissverschlüsse oder Knopfleisten. «Die Rechnung ist einfach», sagt Traxler, «eine Konfektionsminute kostet hier 75 Rappen, das sind 45 Franken in der Stunde. Einen Reissverschluss einzunähen – mit Deckblende und Kragen – dauert 12 bis 15 Minuten. Damit verteuert sich das Stück in der Herstellung hier um 10 Franken. Viel zu viel!»

In Litauen liegt der Mindestlohn bei 325 Euro im Monat, in Bichelsee verdienen die angelernten Arbeiterinnen knapp 4000 Franken. Deswegen gilt: Pullover in der Schweiz, Strickjacken in Litauen. «Wir haben keine Wahl», sagt Traxler. Der Preiserfall sei der schlichte Wahnsinn. Vor zwanzig Jahren habe ein Händler für ein Kleidungsstück, das er im Laden für 100 Franken verkaufte, 50 an den Fabrikanten gezahlt. Heute verkaufe der Händler den Pullover für 80 Franken, doch da er mit 50 Franken die Kosten nicht mehr decken könne, drücke er den Einkaufspreis auf 20 Franken. Für den Fabrikanten bedeute das einen Preisverfall von 60 Prozent. «Das Problem ist die Konzentration im Handel, dort liegt die Macht», sagt Traxler. Die Kleinen überlebten nur in der Nische. «Und kein Mensch weiss mehr, wie viel Arbeit in einem Pullover steckt.»

Es ist Spätsommer, als Krebsler den Mantel für sich selbst nähen lässt, aus beiger Seide, für ihre Hochzeit. Ich darf ihn anprobieren, da ist meine Entscheidung ohnehin schon längst gefallen. Ein Mantel fürs Leben. Ich habe gerechnet: Wie lange trägt man einen Mantel, einen Klassiker? Zumal ich selbst im besten Klassikeralter bin. Doch sicher zehn Jahre, auch wenn das heutzutage anmutet wie die Lebensspanne einer Riesenschildkröte. Macht also 175 Franken im Jahr, das hört sich doch schon anders an. Dennoch wird es wohl ein Einzelstück bleiben in meiner Garderobe, eine Art Leitwolf vielleicht. Claudia Krebsler nimmt Mass, ich wähle ein bordeauxfarbenes Futter, Knöpfe aus Horn. In drei Wochen ist Anprobe. Ich kann es kaum erwarten.

ANJA JARDINE ist NZZ-Folio-Redaktorin.
Fotos: FROSAN VON GUNTEN, Arbon.

VERWANDTER ARTIKEL IM ARCHIV

· *Die Massnahme. Ein junger Mann kauft einen Anzug fürs Leben,*
Anja Jardine, Shopping 11/2006.
Für Abonnenten gratis unter nzzfolio.ch