



Die ehrliche Leichtigkeit eines guten Styles

Die Kunst, Stil und Lässigkeit miteinander zu verbinden

Fragt man führende Herrenausstatter oder Anbieter klassischer Business-Wear für den Mann, so ist dort die Stimmung doch viel besser, als sie reihum in den Medien vermittelt wird. Wenn in den Zeitungen mal wieder steht, wie schlecht es uns zur Zeit geht, wird das Outfit für das Business mit besonderem Bedacht ausgewählt, denn „das Besondere bleibt, wenn der Preis schon längst vergessen ist“, heißt es aus der Branche. „Wir haben einen sehr guten Start in das Jahr gehabt“, sagt auch Jörg Messerschmidt vom Maßatelier Harper & Fields in Essen. „Gerade in einer Zeit, in der Investmentgeschäfte weniger Spaß machen, investieren die Leute in ihren persönlichen Luxus“, ist Messerschmidt überzeugt.

„Ich empfehle jedem Kunden, das, was ihn am vorteilhaftesten kleidet, und nicht was gerade das Modischste ist“, sagt Jörg Messerschmidt von Harper & Fields in Essen.

In Zeiten der vermeintlichen Krise sind Helden gefragt – und wer möchte sich schon im ausgetragenen Anzug der vorletzten Saison feiern lassen? Die Herrenmode verbindet – wie die neuen Helden – Sachlichkeit und Emotionalität miteinander. Und selbst bei der Business-Bekleidung tut sich etwas. Hier entsteht das Neue, das Moderne durch Mischungen und Kombinationen von Styles, die man bisher verschiedenen Lagern zugeordnet hat. Dieser Prozess der Synthese unterschiedlicher Stile produziert auch im Business-Bereich neue, spannende Looks.

Korrektes wird jünger und lässiger, während Sportives automatisch smarter erscheint. Beliebt ist ein Look, der Stil und Lässigkeit

miteinander verbindet. Das funktioniert oft durch subtil aufeinander abgestimmte Details.

Auf den Laufstegen zeigt sich die neue Businessmode in edlen Grau-Shades. Kombiniert wird Ton-in-Ton, ein Beispiel: zum grauen Anzug, werden ein graues Hemd und eine graue Krawatte in subtil abgestuften Nuancen kombiniert. Auch schwarze Hemden zum Anzug sind trendgemäß.

Dazu vermitteln Einstecktücher in klassischen Dessins eine weltläufige Flaneur-Attitüde. Je modischer das Outfit, um so mehr und einfallsreicher wird mit Accessoires gespielt. Krawatten sind regulär 7,5 bis 8 cm breit, die schlanken Versionen mit 6 Zentimetern sind die modischen Highlights. „Bei Krawatten und Einstecktüchern sind zum Beispiel Pflaume- und Lilatöne sehr aktuell“, sagt Maßschneider Jörg Messerschmidt.

Doch nicht alles, was gerade aktuell ist, steht auch jedem. „Ich versuche dem Kunden das zu empfehlen, was ihn am besten kleidet, und nicht was am modischsten ist“, so Messerschmidt. Ein Mann, der nicht ganz so groß gewachsen ist, solle lieber beim längeren Revers bleiben, auch wenn dies vielleicht gerade nicht en vogue ist. Die Kundinnen und Kunden der englischen Traditionsmanufaktur greifen bei der Business-Maßbekleidung zwar meist auf die klassischen Schnitte und die dunkleren Töne zurück. „Doch jeder lässt seinen eigenen Stil und Geschmack in das maßgeschneiderte Kleidungsstück einfließen – zum Beispiel durch ein spezielles Futter oder ausgefallene Accessoires“, erzählt Messerschmidt, der das englische Label Harper & Fields nach Deutschland geholt und zum Franchise-System ausgebaut hat. „Genau das ist ja auch der Charme der Maßbekleidung – nämlich sich nicht der Mode unterwerfen zu müssen, sondern seinen eigenen Stil kreieren zu können.“

Bei der eigenen Stil-Findung kann der Blick auf die Modemessen und die Designer-Laufstege aber durchaus eine fruchtbare Inspiration sein. REVIER MANAGER hat sich dort umgeschaut: ▶



Jörg Messerschmidt, Geschäftsführer von Harper & Fields in seinem Atelier im Schloss Schellenberg.

Messerscharfe Schnitte

Auf den Laufstegen stehen bei Anzügen nach wie vor zwei Silhouetten für die unterschiedlichen Ansprüche der Kunden zur Wahl: Zum einen der klassische Schnitt mit großem Tragekomfort und zum anderen die moderne Silhouette mit dem Namen „Modern Cut“. Hier herrscht beim Sakko der Zweiknopf vor. Das Sakko besitzt ein schmales Fasson, ein höheres Armloch, sowie eine enge Knopfstellung und eine körpernahe, auf 75 Zentimeter verkürzte Form. Bei der schmalen Silhouette sind die Anzüge messerscharf geschnitten. Je später der Abend desto körperbetonter werden sie getragen und gerne auch mit Smoking-Details geschmückt. Auch die Hosen sind mit einer 40/42er Fußweite dazu passend schlank geschnitten und haben eine leicht hüftige Silhouette. Bei fast allen Designern verstärkt sich der Trend zu dieser körpernahen Linie.

Aber auch legere bis oversized geschnittene Elemente feiern ein Comeback: So zum Beispiel die weiten bzw. Bundfaltenhosen. Auch die Einbindung von Outerwear in den Business-Look spielt eine sehr wichtige Rolle. Die Schnitte variieren durch Details wie Rückenmittelschlitze, Seitenschlitze, Zweiknopf und verjüngte Dreiknopf-Formen bis zu verschiedensten Innenverarbeitungen mit interessanten Finessen.

In diesem Frühjahr stehen traditionelle Garne, angefangen bei Baumwolle und Leinen über Seide bis zu Mohair im Mittelpunkt. Smarte Business-Anzüge und Sakkos sind aus feiner, zum Teil hochgedrehter Wolle mit feiner Seidenbeimischung. So entsteht ein eleganter, seidiger Glanz. Die frische, sommerliche Leichtigkeit der Kollektionen wird mit Summer Cottons und Cool Wool zum angenehmen Tragekomfort. So ist zum Beispiel das „Zero Jacket“ von windsor.men aus reiner, 150 Gramm schwerer Seide DIE Innovation und zeigt auf besondere Art und Weise die Interpretation von Leichtigkeit.

Bei den Materialien sind vor allem bei der Maßbekleidung der persönlichen Vorlieben keine Grenzen gesetzt: „Es gibt zur Zeit eine Auswahl aus über 2500 Stoffen für Maßanzüge, sowie mehrere hundert Stoffe für Maßhemden“, sagt Jörg Messerschmidt. Bei dem Maßschneider können auf Wunsch Stoffe bis

zu Super 200 Qualität verarbeitet werden. Das heißt, nur ein Gramm Faden ist ganze 200 Meter lang, der Stoff daher sehr fein und federleicht. Nur mal nebenbei: Ein Maßanzug dieser Qualität kostet bis zu 10.000 Euro!

Glanz und Effekte – aber subtil

Das farbliche Spektrum im Anzugbereich basiert auf drei Richtungen: Im ersten Thema kommen hellere bis mittlere Grautöne zum Einsatz. Besonders prägnant sind bei einigen Kollektionen Silbergrau, Royalblau und san-



diges Beige. Zum Sommer hin spielen typisch maritime Blau-Weiss-Kombinationen mit Kontrasten von Rosé und Apfelgrün. Sandtöne und Marone schaffen schließlich den hochsommerlichen Look. Äußerst wichtig sind weiterhin die bicolorigen Mohair-Optiken, besonders in hellen Farben. Klare Unis sind die Basis, auf der Mikrodessinierungen, subtiler Glanz und feine Strukturen für interessante Effekte sorgen. Die Anhänger des

ganz klassischen Marine- oder Anthrazit-Anzuges sollten sich ruhig mal eine oder zwei hellere Nuancen in den Schrank hängen und an schönen Tagen damit ein positives Zeichen setzen! Das kann man auch mit frischen Streifenbildern erreichen, die in federleichten Mischgeweben mit Baumwolle das ideale Sommer-Wohlfühl-Outfit bilden. Passend zu den Sakkos finden sich im Hemd Fineliner-Businessstreifen und Vichy Karos.

Bei den Mustern dominieren Minimals, Strukturen, Jacquards, Fineliner und tonige Checks. Prints – all over oder platziert, kommen bei Accessoires punktuell zum Einsatz. Accessoires, wie Schals, Hüte, Mützen, Taschen, Brillen etc., werden im kommenden Frühjahr/Sommer eine außerordentliche Rolle spielen. Erst sie kompletieren den Look.

Einige Designer präsentieren sich im Frühjahr/Sommer 2009 schließlich inspiriert von ethnisch traditionellen Einflüssen. Ein Trend zeigt sich bei allen Kollektionen: Eleganz wird neu definiert und gekonnt mit CasualWear verknüpft. Diese NewClassic mit ihren trendigen Schnitten und Formen ist hitverdächtig, weil komfortabel und stylisch zu gleich. Sommerliches Leinen oder leichte Mischgewebe harmonieren bestens mit dem entspannten Lebensgefühl, die NewClassic ausstrahlt – auch mit ihren Farben: Von Steingrau über leuchtend Blau und Mokka bis hin zu Sand und Beige wecken viele Nuancen die Lust auf Veränderung und Ausbildung eines eigenen Stils – genau das, was die neuen Helden heute wollen. (ww/to) ■



„Der Charme der Maßbekleidung ist, sich nicht der Mode unterwerfen zu müssen, sondern seinen eigenen Stil kreieren zu können“, so Messerschmidt.