

Fortsetzung von Seite 22

Die große Herausforderung in ihrem Handwerk bestehe darin, so Beata Sievi, dass sie die verschiedensten Korsett-Stile aus allen Jahrhunderten beherrschen muss. Anders als die Schneider, die zu ihrer jeweiligen Zeit Korsetts schufen, die dem damals gängigen Ideal entsprachen, werden in ihrem Atelier alle Arten von Corsagen nachgefragt.

Die modernste Form des Korsetts, so Beata Sievi, sei die von Lingerie und Unterwäsche inspirierte Variante als Bustier mit gepolsterten Körbchen, die auch eine nicht so markante Oberweite sehr respektabel zur Geltung bringt und auch recht bequem zu tragen ist.

Korsett-Enthusiasten von heute – sind sie Trendsetter oder eher in einer Subkultur zuhause? „Wir haben heute alle Arten von Kunden – ganz normale Leute, die sich für ein Fest einkleiden, Frauen, die den erotischen Kick suchen, oder Freaks aus der Gothic-Kultur“, lacht Beata Sievi. Getragen würden die Korsetts jedoch meist privat. „Das Mieder kommt wieder“, stehe zwar immer wieder in der Zeitung, doch sehe sie diese tatsächlich eher selten auf der Straße – zumindest in der Schweiz.

Ein absolutes Spezialthema sei das in den Medien gerne dargestellte „Tight Lacing“, also das extreme Einschnüren der Taille. „Ich halte nichts davon, diese Spielart finde ich eher irritierend“, meint Beata Sievi dazu. Die Wespentaille sei immer schon eine extreme und seltene Form gewesen, Körperideale zu überzeichnen. Und das Korsett für den Mann? Das sei wieder eine andere Geschichte ...

## Ivan Naef – das Verkaufsgespräch

„Verkaufen ist vor allem Beziehungspflege“, sagt Ivan Naef, Vertriebsleiter und Verkaufsprofi. Ein Schneider hat es mit Kunden zu tun, die in aller Regel etwas Besonderes suchen. Wer ist dieser Kunde, worauf reagiert er? Wie kann man ihn abholen? „Je höher das Produkt in der Wertigkeit ist, umso mehr emotionale Werte hängen am Verkaufserlebnis. Mit einem Maßanzug kauft man Präzision, Status, einen Schlüssel zum Erfolg und ein Stück Attraktivität“, beschreibt Ivan Naef sein Herangehen an ein erfolgreiches Verkaufsgespräch. Ein Schneider verkauft nicht nur ein Kleidungs-



Ivan Naef

stück, sondern auch eine Emotion, die dem unausgesprochenen Bedürfnis des Kunden entspricht. Dies müsse er beim Ausstatten seines Ateliers oder Geschäfts berücksichtigen. „Wer zu einem Schneider geht, will eine Schneiderei sehen, nicht einen Showroom, in dem auch irgendwelche Konfektion hängen könnte. Man will sich in seiner Erwartung bestätigt fühlen“ argumentierte Ivan Naef. „Warum soll ich dem Anbieter glauben, dass ein Anzug mehrere Tausend Franken kostet, wenn ich nicht einmal sehe, dass diese Arbeit auch dort geleistet wird? Wer sich Kleidung nach Maß gönnt, der will das auch erleben.“

„Für den Kunden sind wir gut, wenn wir seine Erwartungen erfüllen. Für den Kunden sind wir sehr gut, wenn wir seine Erwartungen übertreffen“, meint Ivan Naef. So sei man bei C&A ziemlich schnell zufrieden mit dem Verkaufserlebnis, weil man nicht viel erwarte. Beim Maßschneider seien die Erwartungen aber deutlich höher.

Ein gelungener Verkaufsprozess umfasst laut Ivan Naef folgende fünf Phasen:

**1. Begrüßung, Beziehung herstellen:** Positive Atmosphäre schaffen, Sympathie aufbauen, Bereitschaft anzeigen, auf den Besuch eingehen. Wichtig sind Gestik, Mimik und Körperarbeit, der erste Eindruck entsteht in den ersten 20 Sekunden.

**2. Wunsch- und Bedürfnisabklärung:** Was will der Kunde sein? Wie will er wirken? Fragen stellen, die den Kunden dazu bringen, sich zu öffnen.

**3. Beratung, Präsentation und Argumentation:** Produkte erlebbar machen, Varianten und Alternativen aufzeigen, Leistungen beschreiben, auf den Nutzen des Kunden hinweisen, aus Sicht des

Kunden argumentieren, Komplimente machen und auch begründen.

**4. Kaufentscheidung herbeiführen:** Gespräch zusammenfassen, Varianten ausschließen, konkret werden, das „Ego streicheln“, allenfalls Zusatzleistungen anbieten – wer auf eine Zusatzleistung oder ein Detail eingeht, hat zum Hauptthema innerlich auch schon Ja gesagt.

**5. Verabschiedung und Kaufaufwertung/Bestätigung:** Kaufen löst Glücksgefühle aus, lassen Sie den Kunden den Moment genießen, bestätigen Sie ihn in seinen Entscheidungen.



Karen Feelizitas Petermann – die Kreation

Karen Feelizitas Petermann ist ausgebildete Herrenschneiderin und hat sich später zur Modedesignerin weiterbilden lassen. Im Zuge dieser Weiterbildung be-

1

merkte sie, wie sehr sie die Klassik und die sich immer wiederholende Arbeit mit den bekannten Schnittsystemen einschränkte. Als „Befreiungsschlag“ beschloss sie, eine Diplomarbeit anzugehen, bei dem sie auf jede Art konventioneller Schnitte verzichtete und eine eigene, unkonventionelle Bekleidung des männlichen Körpervolumens zu entwickeln.

Die zentrale Idee ihres Experiments, das auf viel Interesse stieß, war eine von Kopf bis Fuß Abwicklung an einem Stück. Über verschiedene Versuche am lebenden Modell erprobte sie neue Formen aus und näherte sich schließlich einer acht Meter langen Stoffabwicklung an einem Stück, mit dem der ganze Körper eingekleidet werden kann. Daraus wiederum entwickelte sie ihre Kollektion „Graustufen“.

Das Resultat dieser kreativen Forschungsarbeit sind ungewöhnliche Volumen und Proportionen, die wenig mit konventionellen Schnitten gemein haben und das Outfit des Mannes aus spannenden neuen Perspektiven beleuchten. Interessant auch, dass diese Art von Befreiung vom Diktat der Technik und der Konvention vor allem bei weiblichen Kolleginnen viel Bewunderung und Interesse auslöste, jedoch kaum männliche Zuhörer im Saal waren.

**Silvia Wieland –**  
**Kundenerwartungen und**  
**Überzeugungskraft**

Kundenerwartungen einzulösen ist nur die Pflichtübung. Die Kür besteht darin, Erwartungen zu übertreffen. Nur wer es versteht, aus zufriedenen Käufern begeisterte Kunden zu machen wird sie auf lange Sicht an sich binden können – dies ist das Business-Credo der Dozentin und Trainerin für Personal Management und Mitarbeiterführung Silvia Wieland. Au-

1

2

2

3

4

1 Herrenschneiderin Karen Feelitzas Petermann – die Kreation  
 2 Kongressteilnehmer  
 3 Silvia Wieland – Dozentin Personal Management  
 4 Sabine Frammersberger – CAD und GRAFIS

thentizität, sicheres Auftreten, Kompetenz und Dialogbereitschaft sind die Schlüssel für ein erfolgreiches Beziehungsmanagement. Insbesondere bei schwierigen Kunden zahle es sich aus, so Silvia Wieland, im Kundengespräch auf deren Befindlichkeiten und Eigenheiten vorbereitet zu sein. Dies wurde denn auch mit den Teilnehmern des Workshops an typischen Beispielen erarbeitet: Wie stoppt man einen Daueredner? Wie begegnet man einem misstrauischen Kunden? Was überzeugt einen Besserwisser? Wie helfe ich einem Unentschlossenen bei der Entscheidungsfindung? Jeder Kunde ist anders und nur, wenn jeder auch in seiner individuellen Befindlichkeit wahrgenommen wird, kann sich ein erfolgreiches Verkaufsgespräch entwickeln. Kunden wollen nicht überredet, sondern überzeugt werden und sie schätzen es, wenn man Ihnen auch mit kleinen Gesten Beachtung schenkt – was Silvia Wieland bei der Verabschiedung ihrer Zuhörer sogleich mit einem freundlichen Händedruck für jeden demonstrierte.

### ***Sabine Frammersberger – CAD und GRAFIS***

Individualisierte Bekleidung ist ein Megatrend in der Bekleidungs- und Modebranche. Doch wie können individuelle Maßaufträge einfach, schnell und sicher im CAD-System zu einem Schnitt oder sogar Schnittbild umgesetzt werden? Mit „pod – Pattern on Demand®“ zeigte Sabine Frammersberger von der Firma Gertsch Consulting & Mode Vision aus der Schweiz eine durchgängige Lösung vom Shop bis zum Schnittbild.

Speziell bei der Anfertigung von Maßschnitten bzw. Maßkonfektion zeigen sich die besonderen Stärken von GRAFIS. Das von Sabine Frammersberger vorgestellte Programm „pod – Pattern on Demand®“ macht es nun möglich, Webshop und GRAFIS in einem integrierten Prozess zusammenzubringen. Wenn die Eingaben zu Maßen, Material und Stil des gewünschten Kleidungsstücks im Webshop gemacht sind, startet auf Mausklick im Hintergrund ein Prozess, bei dem der Schnitt mit GRAFIS in der gewünschten Größe und den geforderten Maßen erstellt wird.

(Eine ausführliche Darstellung dieses Themas finden Sie demnächst im RUND-SCHAU CAD-Special.)



### ***Patrick Schudel – die optimale Passform***

Passform! Ein großes Thema, das kaum in einen Vortrag von 50 Minuten passt. Patrick Schudel, seit dreißig Jahren im Fach, in den letzten zehn Jahren in der technischen Leitung in namhaften Firmen, versuchte es trotzdem und stieß mit seinem Vortrag auf großes Interesse. Vor allem Schudels Kritik an den Passformen, die man heute allenthalben auf der Straße sieht, wurde von den Maßschneidern mit zustimmendem Lächeln angenommen. Männer würden Bequemlichkeit irrtümlicherweise immer mit Weite verwechseln und die Verkäufer im Handel seien unzureichend geschult – mit dieser Feststellung war Schudel ganz auf der Linie seines Publikums.

Patrick Schudel unterscheidet im Wesentlichen drei Verarbeitungsarten, die alle auf ihre Art und Weise auf die Passform einwirken:

#### **■ Klassische Konfektionsverarbeitung**

– das ist das, was die großen Firmen heute in den Vordergrund stellen. Man arbeitet mit Standardgrößen. Vorteil: Es kann in Masse produziert werden. Nachteil: Der Kunde muss unter Umständen lange suchen, um die für ihn optimale Passform zu finden. Aber auch in der Konfektion wird diskutiert und immer wieder um das richtige Maß gerungen. Der Kunde sei heute viel anspruchsvoller als vor zwanzig Jahren. Früher war der Anzug sehr maskulin und kantig, heute wird er zunehmend körperbetont. „Made-to-Measure oder Maßkonfektion,

die mit Schlupfgrößen arbeitet. Die Arbeit ist anspruchsvoll, bietet dem Kunden aber große Vorteile, was die Passform betrifft. Die Maßkonfektion verlangt vom Schneider allerdings eine recht große Investition in Schlupfteile. Anpassungen, die ein wenig stärker von der Norm abweichen, können auch recht knifflig sein. Soll Maßkonfektion auch bequem sein, ist viel Fachkenntnis nötig. An die Grenzen stößt die Maßkonfektion auch bei starken asymmetrischen Abweichungen des Kunden.

#### **■ Maßanfertigung ist die Königsklasse.**

Hier wird für jeden Kunden einzeln ein Schnitt erzeugt und über die Anproben weiter individuelle für den Kunden optimiert.

Patrick Schudel wies in seinem Vortrag darauf hin, dass es regionalspezifische Unterschiede bezüglich der Passform gibt. Englische Passform etwa zeichne sich durch Seitenschlitze und eine markantere Schulter aus. In Italien werde tendenziell etwas körpernäher geschnitten, die Schulter sei schmäler und weicher. Die Proportionen in Asien seien insgesamt kürzer. Geschockt sei er in den USA gewesen, sagte Schudel – die Amerikaner seien dem Qualitäts- und Passformverständnis der Europäer weit hinterher. Hier würde vor allem auf Masse produziert, um möglichst viele Menschen zu befriedigen. Deswegen sind die Schnitte in den USA in der Regel sehr großzügig bemessen.

Der entscheidende Faktor bei der Passform sei in jedem Fall die Zeit, die ein Hersteller sich nehme, so Patrick Schudel. Sich mehr Zeit zu nehmen, sei immer die bessere Option, denn Fehler zu korrigieren, die entstehen, weil man Zeit sparen wolle, seien im Nachhinein viel kostspieliger, als sich von Anfang an etwas mehr Zeit zu nehmen.

### ***Bernadette Gürber – die Modezeichnung***

Ziel von Bernadette Gürbers Vortrag war es, das Thema der Modezeichnung geschichtlich einzubetten und so ein Verständnis für die Funktion der Darstellung von Bekleidung zu schärfen. Wie wurden in früheren Zeiten Kleider dargestellt? Und wozu braucht man heute noch eine Modezeichnung, wenn man so einfach wie nie ein Foto machen kann? Anhand historischer Beispiele zeigte Bernadette Gürber, dass die Darstellung

## Und dann war da noch ...



Bernadette Gürber

des Kleides immer schon eine zentrale Funktion hatte, um Geschichten über Menschen zu erzählen bzw. um Macht und Hierarchien abzubilden.

Bernadette Gürber schilderte, dass man einst anhand der Darstellung des Stoffs und des Faltenwurfs bewertete, wie gut ein Maler sein Handwerk beherrschte. Als typische Beispiele hierfür zeigte sie ein frühes Selbstbildnis Albrecht Dürers, das den Maler in einem losen Hemd zeigt und ein Doppelbildnis von Lucas Cranach, in dem die Kleidung sehr viel über den Stand der dargestellten Personen aussagt. Auffallend: Früher waren es meistens die Herren, die den ganz großen Putz mit Spitze, Brokat und Stickereien trugen, wogegen die Damen vergleichsweise schlicht gekleidet waren.

Bis weit ins Zwanzigste Jahrhundert hinein war die zeichnerische Darstellung des Kleides für die Mode- und Medienbranche von größter Bedeutung – erst ab etwa 1930 übernahm die Modefotografie das Zepter und zwang die Illustratoren dazu, sich neu zu erfinden.

Der Meister der Modezeichnung war nach Ansicht Bernadette Gürbers der Franzose René Gruau, der mehrere Jahrzehnte des 20. Jahrhunderts illustrativ begleitete. Doch natürlich durfte auch Antonio Lopez nicht fehlen, der Modeillustrator der siebziger und achtziger Jahre, oder sein Zeitgenosse Tony Viramontes. Mit François Berthoud, Mats Gustafson, oder Lorenzo Mattotti wurden weitere Größen des Fachs gestreift. „Heute sind Zeichnungen kaum noch Entwurfsskizzen, sondern oft karikaturistische, verzerrte und witzige Darstellungen des Zeitgeistes“, schloss Bernadette Gürber ihre Ausführungen und zeigte dazu Illustrationen von David Downton, Julie Verhoeven oder Jean-Philippe Delhomme.

### Der „Palast der Frau“

Was soll das mit dem EMTC zu tun haben? Eine Menge, denn in ihm fanden alle Workshops und der Modellvergleich statt. Gemeint ist das Gebäude der Berufsfachschule Basel (BFS), das in diesem Jahr seinen hundertsten Geburtstag feiert. 1914 wurde das Gebäude vom Schweizer Architekt Hans Benno Bernoulli errichtet. Dessen Schwester war eine prominente Frauenrechtlerin. Der Bau wurde ein wahres Schmuckstück, das mit seinen Gestaltungselementen an französische Renaissance-Paläste erinnert und in Anlehnung daran von den Zeitgenossen „Palast der Frau“ genannt wurde. Ein wichtiges Standbein sind auch hundert Jahre nach der Eröffnung der Schule die traditionsreichen BFS-Couture-Ateliers der Lehrwerkstatt – hier werden bis zu 30 BekleidungsgestalterInnen im Fach Damenmode in einer 3-jährigen Lehre ausgebildet.

### Der abgesagte Weltkongress

Der für das nächste Jahr angesetzte Weltkongress in Finnland wird nicht stattfinden – das gab Hans Luginbühl bei der Abschiedsgala des EMTC offiziell bekannt. Der finnische Verband hatte kurzfristig seine Zusage zurückgezogen, wohl, weil man sich organisatorisch nicht in der Lage sah, solch ein Event durchzuführen. Weltverbandspräsident Kim Yong-Earn hatte daraufhin die teilnehmenden Länder am EMTC gebeten zu prüfen, ob sie in die Bresche springen könnten. Dazu sahen sich aber weder die Schweiz, noch die anderen Länder, insbesondere angesichts der noch verbleibenden kurzen Vorbereitungszeit, in der Lage. 2015 wird es also keinen Weltkongress geben – schade.

### EMTC mit Zuwachs?

Der Weltkongress ist abgesagt, aber der EMTC denkt an Zuwachs: Annemarie Mölzer, die Präsidentin der österreichischen Kleidermacher und Gastgeberin des nächsten EMTC in Innsbruck, brachte den Gedanken ins Spiel, ob man den EMTC nicht um weitere Teilnahmeländer erweitern könne. Zum Beispiel Slowenien, einer der Nachbarn in Österreichs Osten. Innsbruck wird spannend!

## Vergleichsmodelle

CH: Katharina Stettler, Jean-Baptiste François

A: Ingeborg Köberl, Herbert Reitschmidt

NL: Nelleke Rimmelzwaan,

Maria Manders

D: Waltrand Wistuba,

Alena Bauer

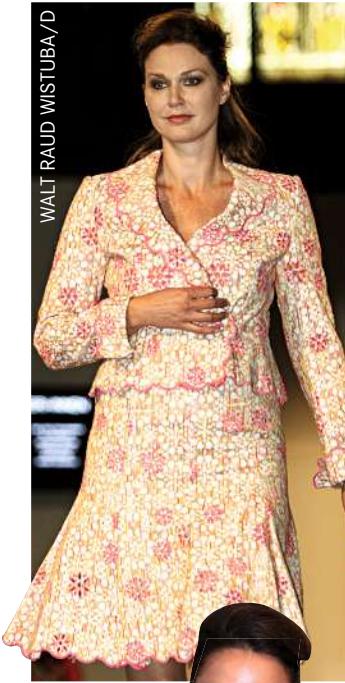


WEITERE FOTOS:

[www.bw-foto.biz/emtc2014\\_basel/  
start.html](http://www.bw-foto.biz/emtc2014_basel/start.html)

EMTC

# Modenschau





WALTRAUD WISTUBA/D



LISA ISELL/CH



RENATE NÄGELE / D



IRINA SCHMUCKLI/CH



RENATE  
NÄGELE/D



SIGLINDE SCHMIDT / D



KATHARINA STETTLER/CH



IRINA SCHMUCKLI/CH



KATHARINA STETTLER/CH



MARKUS SPATZIER/A



MICHAELA ECKHARDT / A







