

# Das Auge kennt keine Gnade

„Escada“-Chef Bruno Sälzer stellt den Männern ein gutes Zeugnis aus – „Sie haben deutlich aufgeholt“

Von Sylvia Böhm-Haimerl

**Berg** – Das Business-Sakko mit Seitenschlitzen ist viel zu lang und auch etwas zu weit, zumindest wenn man anstatt einer Krawatte nur ein lässiges T-Shirt darunter trägt. Das kritische Auge von Bruno Sälzer, Ex-Vorstand der Hugo Boss AG und seit 2008 Chef der Edel-Modemarke Escada, kennt keine Gnade. „Das Problem ist nicht das Shirt und auch nicht die Figur. Das Problem ist der Anzug“, urteilte er am Freitag auf dem MTV-Unternehmerstammtisch über das Outfit von Gastgeber Christian Kalinke.

Mit der Einladung des Modeexperten hat Kalinke wieder einmal ein sicheres Gespür dafür bewiesen, was bei den Besuchern ankommt. Der Saal im Seehotel Leoni war proppenvoll, zahlreiche Zuschauer mussten sich mit Stehplätzen begnügen. Das Motto „Kleider machen Leute“ zog beileibe nicht nur das weibliche

Publikum an. „Der deutsche Mann hat deutlich aufgeholt“, erklärte auch der Modeexperte. Laut Statistik interessieren sich knapp 90 Prozent der Männer für Mode. Das rief den Starnberger Friseur Benno Hagenbucher auf den Plan: „Wenn sich so viele Männer für Mode in-

Gute Mode  
ist  
alterslos.

teressieren, warum merkt man das nicht?“ Sälzer ist lange genug im Geschäft. Er hatte offensichtlich alle Fragen schon einmal gehört, er antwortete versiert und schlagfertig. Als er auf die Frage nach dem größten Flop in seiner Berufskarriere einräumte, das seien die Verluste bei Escada gewesen, trug ihm das viele Sympathien im Saal ein.

Sälzer räumte auf mit so manchem Vorurteil, beispielsweise dass die Frauen bestimmen, was ihre Ehemänner tragen. Laut Statistik werden nämlich nur rund 30 Prozent der Herrenkleidung von Frauen gekauft. Die Markentreue hat in letzter Zeit abgenommen, zumindest bei den Frauen. Männer indes bleiben ihrer Marketreue, weiß Sälzer. „Der Mann glaubt, die machen das schon für mich.“ Und Paris ist längst nicht mehr „die“ Modehauptstadt, der Einfluss Asiens sei „extrem gestiegen“. Laut Sälzer sind heute China und Japan die großen Zentren und die kreativste Modestadt sei Tokio. Doch so wie Deutschland für exklusive Autos stehe, stehe Frankreich für Mode-Accessoires und Italien für Stoffe. Und der Modestil sei noch immer europäisch.

Wenn manche der rund 150 Besucher von diesem Abend persönliche Tipps erwartet hatten, wie das Outfit modisch aufgepeppt werden kann, wurde aller-

dings enttäuscht. Nach dem Trend befragt, sagte Sälzer, jeder sollte sich so kleiden, dass er sich wohlfühle. Gute Mode sei alterslos. Ähnlich antwortete auch der Geschäftsführer von United Fashion Services aus Seefeld, André Berger. Guter Geschmack sei, sich so zu kleiden, dass es zum Typ passt, sagte er. Beide Modemacher waren sich darin einig, dass Mode keine Frage der Wertung ist. Gute Mode werde bestimmt vom Zeitgeist, vom Design und der Qualität. Der Seefelder Modemacher fertigt übrigens hauptsächlich für die Industrie. „Wir sind deswegen so gut im Geschäft, weil wir das so leise machen“, sagte er. Dem Publikum gab er noch einen Tipp für gute Schuhe mit auf den Weg. Ein rahmengeprägter Herrenschuh kostet nach Meinung des Experten ab 400 Euro aufwärts. Gegenüber Damenschuhen sei das geradezu Peanuts, flüsterte eine Besucherin ihrer Nachbarin zu.