

«Sieht besoffen aus»

Richtig angezogen Der Massschneider Ziad El-Achi über Krawatten, Konjunktur und Kapuzenpullis – und das Schuhproblem der Schweizer Männer.

INTERVIEW: ANDREAS GÜNTERT

Wir haben Ihnen ein Sprichwort mitgebracht: «When in doubt, overdress.» Stimmen Sie Coco Chanel zu?

Ziad El-Achi: Ein schöner Ausspruch. Aber es kommt auf die Situation an. Ein IT-Supporter, der im dreiteiligen Nadelstreifenanzug daherkommt – das wäre wohl stark übertrieben. Und an einer Hochzeit sollten männliche wie weibliche Gäste darauf achten, nicht besser gekleidet zu sein als das Brautpaar. Aber in aller Regel ist es bestimmt keine schlechte Idee, einen Tick besser gekleidet zu sein als sein Gegenüber. Auch, um seiner Wertschätzung Ausdruck zu verleihen.

Gilt das auch für Berufe ausserhalb der Banken-, Anwalts- und Versicherungswelt?

Im Grunde ja. Wobei es auch auf die professionelle Situation ankommt. Von einem Fotografen erwarte ich, dass er die neueste Technik dabei und im Griff hat. Im Zweireiher-Veston muss er dazu

«Passende Schuhe kosten rund 20 Prozent des Anzugpreises.»

aber nicht antanzen. Mein Motto lautet: «Stylen ja, verkleiden nein.» Mit der Kleidung sorgt man für den ersten Eindruck. Und der ist sehr kurz. Er dauert so lange, wie das Gegenüber «Wow!» denken kann. Oder «Oh mein Gott!».

Was trägt der Staranwalt beim ersten Besuch des neuen Topmandanten, damit dieser «Wow!» denkt?

Hier spielt das Thema Wertschätzung eine absolut wichtige Rolle. Der Anzug des Staranwalts soll mindestens das Fünffache seines Stundenhonorars kosten.

Was kostet es, sich von Ihnen einen Anzug nach Mass anfertigen zu lassen?

Wir beginnen in aller Regel mit einem zweiteiligen Anzug ab 1800 Franken. Ich nenne das den Sechszylinder, also etwa den 5er-BMW. Der Vollmassanzug, der Achtzylinder, beginnt bei 2500 Franken; bei diesem Verfahren werden zusätzliche Zwischenproben am halbfertigen Anzug vorgenommen. Natürlich sind die Preise von der Stoffqualität abhängig.

Kleidet sich die Generation Y auch so edel?

Wenn junge Leute die Möglichkeit haben, kleiden sie sich gerne klassisch. Wobei das auch Erziehungssache ist. Wenn im Elternhaus Schuhe gepflegt, geputzt und poliert werden, wenn Begriffe wie Massanzug oder Schneider im Umlauf sind, dann kann etwas nachwachsen.

Die Männer, die die Welt vorwärtsbringen, tragen heute Kapuzenpullover – nicht Masshemden. Das mag für gewisse Technologiefirmen stimmen. Aber ein Banker oder ein Anwalt darf im Berufsleben nie wie ein Facebook-Entwickler aussehen. Nie. Was übrigens trug Mister Zuckerberg, als er kürzlich an der Harvard-Universität eine Rede hielt?

Einen Nadelstreifen-Hoodie?

Falsch: Anzug und Krawatte. Das zeigt doch: Im beruflichen Umfeld ist der Binder immer noch unumgänglich. Viele Männer glauben, sie machen durch das Nichttragen der Krawatte ein Statement. Aber das ist es nicht. Es ist reine Faulheit.

Was kostete der teuerste Anzug, den Sie je in Rechnung stellten?

13 000 Euro – der Maybach.

Vermuten wir richtig, dass bei diesen Preisen die Schuhe inbegriffen sind?

Da vermuten Sie falsch. Für passende Schuhe, meine Faustregel, sind noch einmal rund 20 Prozent des Anzugpreises einzusetzen.

Wenn ein Mann nur in ein hochwertiges Teil investieren kann: Welches soll er wählen?

Ganz klar: Schuhe. Mit Schuhen kann man jedes Outfit auf-, aber auch abwerten. Das bringt uns zum Problemfall Schweiz.

Wir hören.

Die Schweiz hat ein Schuhproblem. Zu viele Männer tragen ungepflegte Treter. Vielleicht wissen sie nicht, dass es Schuhcreme gibt. Mit 12 Franken je Tube ist man dabei. Es lohnt sich.

Wie zeigt sich der modische Sonderfall Schweiz?

Oftmals sind Schweizer Männer in zu langen Hosen und Ärmeln unterwegs. Ich führe das darauf zurück, dass Schweizer zu gutgläubig sind: Sagt man ihnen im Herrengeschäft, dass alles perfekt sei, dann glauben die das lieber, als selber noch einmal nachzuprüfen. Auf der anderen Seite macht diese Eigenschaft die Schweizer für mich auch zu angenehmen Kunden. Die Libanesen wissen immer alles besser, die Schweizer lassen sich gerne beraten.

Wo sind die Männer am besten gekleidet?

Keine Frage: in Italien. Dort haben die Männer ein angeborenes Feeling für Mode.

Wie wirkt sich die wirtschaftliche Lage auf den männlichen Bekleidungsstil aus?

Wenn die Wirtschaft boomt, leidet der Stil. In der Zeit vor dem Platzen der Dotcom-Blase war es chic, unter teuren Anzügen verlöchernte T-Shirts zu tragen. Mir wird heute noch schlecht, wenn ich daran zurückdenke. Schauen Sie sich die Höchststände des DAX und die Männer in den Strassen an, dann steuern wir zurzeit wieder auf diesen Kurs hin. Platzt die Blase, sieht alles anders aus: In schlechten Zeiten muss sich der Mann vermehrt präsentieren, um Aufträge und eventuell um den Job kämpfen. Da putzt man sich stärker heraus.

Ein T-Shirt unterm Anzug – ein No-Go?

Am Samstagnachmittag, für einen Kaffee mit der Freundin im Starbucks: okay. In allen anderen Fällen: nicht okay. Als Grundregel gilt beim An-

«Niemand will nackte Männerbeine sehen. Wirklich niemand.»

zug: Der Veston soll nicht auf dem nackten Hals aufliegen. Es soll immer Wäsche zu sehen sein. Diese Aufgabe muss ein Hemd erfüllen.

Bei 30 Grad im Büro den obersten Hemdenknopf unter der Krawatte öffnen?

Lassen Sie das. Manche Männer meinen, das sehe cool aus. Falsch. Es sieht besoffen aus.

Der grösste modische Fauxpas, den Männer begehen können im Geschäftsleben?

Zunächst der zweitschlimmste: Aufblitzendes nacktes Männerbein zwischen Sockenrand und Hosensaum. Glauben Sie mir: Das will niemand sehen.

Also immer Kniestrümpfe tragen?

Ja – oder gar keine Socken. Man kann auch mal mit einer Chino-Hose und in Slippers erscheinen. Darin trägt man unsichtbare Füsslinge.

Der schlimmste Fauxpas?

Kurze Hosen im Büro. Shorts, Bermudas und dergleichen – geht überhaupt nicht.

Es gibt das schöne Sprichwort: «Sag niemals nie.»

In diesem Fall gilt das nicht. Hier gilt: Sag zu kurzen Hosen im Büro immer nie – immer.



Ziad El-Achi

Mann mit Schneid Seit 22 Jahren nimmt Ziad El-Achi Mass. Der Massschneider (45) wurde in Beirut geboren, wuchs in Düsseldorf auf und lebt seit acht Jahren in der Schweiz, wo er in seinem Atelier in der Zürcher Altstadt Männer einkleidet. El-Achi berät auch per Whatsapp, rückt zu Firmenbesuchen aus und lässt sich von Königshäusern einfliegen. Arbeiten lässt El-Achi in Italien: «Immer noch die Modenation Nummer eins.»

SIE MÜSSEN KEIN SUPERHELD SEIN

...UM DIE ENERGIE-EFFIZIENZ ZU STEIGERN!

PEIK - die praxisnahe Energieberatung für KMU

☎ 0848 566 566
energieschweiz.ch/peik

Einfach
15%
Energiekosten sparen!

PEIK

Die KMU-Plattform für Energieeffizienz

energieschweiz
Unser Engagement: unsere Zukunft.

MANAGEMENT



Dresscode nach Corona

Nach zwei Jahren Trainerhosen im Homeoffice stellt sich die Frage: Welcher Dresscode gilt jetzt bei Präsenz in der Firma? Die neue **Büromode** ist leger und bunt.

TINA FISCHER

Königsblauer Anzug, weisses Hemd, gemusterte Krawatte und dazu ein Einstecktuch mit abgedruckter Betty Boop, das ist der Herrschneider Ziad El-Achi. «Das Einstecktuch wurde von meiner Frau gutgeheissen», schmunzelt der gebürtige Libanese, dem der Schalk aus den Augen blitzt. El-Achi weiss, was Mann trägt. Er schneidert seine Massanzüge seit 1988 im deutschsprachigen Raum. Die Welt habe sich durch Corona stark verändert. «Früher war der Anzugsträger der Geschäftsmann, der Banker oder derjenige, der zum Vorstellungsgespräch geht.» In dieser «klassischen Welt», wie El-Achi sie nennt, bestanden die Anzüge aus unelastischem Material, meist zu 100 Prozent aus Wolle, Kaschmir oder Seide.

Elastischer Anzugstoff für bequeme Kleidung

«Dann kam die neue Welt. Getrieben durch Corona, die Globalisierung, aber auch die Modernisierung. Der neue Stil war Smart Casual. Und das, Frau Fischer, das war der Moment, wo die meisten Unfälle passierten», seufzt El-Achi, den es offensichtlich mitnimmt, dass in der neuen Welt Männer Chino-Hosen mit einer nicht passenden Weste vermischen. Bei einem Anzug könne man keine Fehler machen – «Hose, Jackett und Weste, dazu ein einfaches Hemd, und der Mann ist angezogen». Dass jedoch viele Männer heute keinen Anzug mehr tragen möchten, sieht auch der Herrschneider. Die Trainerhose als extremes Gegenteil sei jedoch auch keine Option: «Es gibt heute elegante Trainerhosen, die auch ich ab und zu für den Einkauf anziehe oder mit den Kindern auf dem Spielplatz», so El-Achi. Im Büro hingegen bleibe sie ein No-Go.

Die Lösung liegt also irgendwo dazwischen. Bei El-Achi haben die Stoffproduzenten reagiert: Sie geben heute bis zu 2 Prozent Elasthan in die Stoffmischung dazu oder weben Wolle anders, damit sie elastisch wird. Auch bequeme Anzugshosen aus elegantem Stoff, dafür einen Gummiband am Rücken, erobern die Männerwelt. Doch nicht nur das Material hat sich verändert, auch die Unternehmen haben reagiert. Die Luzerner Kantonalbank (LUKB) erstellte für die Mitarbeitenden ein neues Stylebook, das aufzeigt, wie sich die Bankenwelt gelockert hat.

Was auffällt: Eine Krawatte muss nicht länger sein, auch nicht im Umgang mit Kundinnen und Kunden. «Wir haben die Krawattenpflicht beim Business-Look abgeschafft – das Tragen von Krawatten bleibt aber ausdrücklich erlaubt. Auch wenn man sie bei uns mittlerweile selten sieht», sagt Daniel von Arx, Leiter Kommunikation der LUKB.

El-Achi überrascht diese Entwicklung nicht: «Männer sind froh, wenn sie nicht nachdenken müssen. Sagt ihnen eine Bank, dass sie keine Krawatte mehr tragen müssten, dann tragen sie auch keine mehr.» Dafür fällt auf, dass die Kleidung bunter wird oder die Männer mit einem Einstecktuch einen farbigen Akzent einbringen. Die Farbe hänge jedoch von der Gesellschaft und der gewollten Message ab. Je dunkler, desto formeller. Je offizieller, desto dunkelblauer. Denn Dunkelblau ist seriös und vertrauenswürdig; Entscheidungsträger tragen dunkelblau.

Auch untenrum hat sich einiges verändert: Bisher wurden zum Anzug die Lederschuhe passend zum Gürtel kombiniert. Heute können Sneakers wie Veja oder Stan Smith den Lederschuh ersetzen. Denn der Bruch zwischen dem eleganten Anzug und dem sportlichen Sneaker lockert den Stil. Bei formellen Anlässen hingegen ist der Lederschuh noch immer vorzuziehen.

Frauen wünschen eine flexible Garderobe

Während bei den Männern neue Stoffe kreierte und die Krawattenpflicht abgeschafft wurde, pasierte bei den Frauen verhältnismässig wenig – weil sie schon immer flexibler waren: «Frauen machen das seit langem besser. Sie stehen am Morgen auf und denken, heute fühle ich mich nach einer Jeans. Oder nach einem Kleid. Oder sogar nach High Heels», erläutert El-Achi.

Style-Expertin Ana Haldimann weiss, dass sich Frauen viele Gedanken über den Dresscode machen. Die selbstständige Beraterin besucht die Frauen vor Ort, analysiert ihre Garderoben und gibt Tipps. «Ich hörte viel von Frauen, dass sie während Corona im Trainer herumschlurften und sich vornahmen, als wären sie krank», schmunzelt Haldimann. Entsprechend freuten sich die Frauen jetzt,

dass sie wieder raus ins Büro und mit ihren Looks experimentieren können.

Spannend ist, dass sie keine High Heels mehr antrifft. «Die Zeit der High Heels scheint vorbei zu sein. Ein kleiner Absatz vielleicht, aber die hohen Schuhe sind Vergangenheit», so die Expertin. «Was sich dafür wieder abzeichnet, sind Schuhe mit dicken Sohlen. Fast so wie die Buffalo-Schuhe der 1990er Jahre.» Doch da sei Vorsicht geboten, denn grobes Schuhwerk fällt auf und gilt schnell als zu robust. Diesem feinen Unterschied zwischen bürotauglich und freizeitorientiert müssten gerade Frauen Rechnung tragen. Während früher Kleidung mitunter nur für das Büro gekauft wurde, soll sie heute flexibel sein. «Eine Frau kauft ein Kleid, das sie in der Freizeit mit grobem Schuhwerk trägt, im Büro jedoch mit eleganten Schuhen kombiniert. Dieses Upgrade fürs Büro reicht und bedingt nicht zwei komplett unterschiedliche Garderoben», so die Style-Expertin.

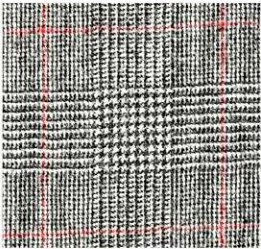
Die meisten Regeln bezüglich Dresscode haben auch nach Corona Bestand, wie die Knigge-Trainerin Susanne Abplanalp weiss: «Badi-Look oder Wander-Tenue, ungepflegt und ungeduscht oder zu viel nacktes Bein sind schlicht noch immer No-Gos!» Sie legt grossen Wert auf zwei Faustregeln: «Hauptsache gepflegt» und «Weniger ist mehr». Wer diese beiden Grundsätze berücksichtige, fahre gut. Dazu gehörten auch der Verzicht auf auffällige Herstellerlogos auf den T-Shirts oder auf zu knallige Farben, denn «gerade im Kundenkontakt sollten wir den Kunden in den Vordergrund stellen und uns selber eher in den Hintergrund – auch optisch», so die Knigge-Expertin.

«Kleider machen Leute» ist ein altes Sprichwort, das sich einmal mehr bewährt: «Man spürt, ob eine Person ihr Outfit sorgfältig ausgewählt hat, Wert auf Details legt und der Situation angemessen gekleidet ist. Dies wirkt professionell und kompetent», führt Abplanalp aus. Auch könne Kleidung zu mehr Selbstbewusstsein verhelfen: «Mit einem gepflegten Outfit inklusive frisch gewaschenem Haar fühlt man sich besser und strahlt mehr Selbstbewusstsein aus als in der alten Jogginghose.»

«Das Tragen von Krawatten bleibt aber ausdrücklich erlaubt.»

Daniel von Arx
Leiter Kommunikation
Luzerner Kantonalbank

Anzugswissen von Ziad El-Achi



Der dreiteilige Prince of Wales mit rotem Überkaro

► Ein richtiger Gentleman weiss, was gemeint ist, wenn er vom Prince of Wales oder Glencheck-Anzug hört. In der klassischen Garderobe ist das Muster seit dem 14. Jahrhundert im Gebrauch. Einst für Edward II, den damaligen Fürsten von Wales, entworfen, ist es bis in die Gegenwart ein markantes und oft genutztes Karomuster für Anzüge. Das Glencheck-Muster ist auch in der modernen Garderobe zu finden und praktisch in jeder saisonalen Kollektion vertreten. Das Überkaro erfolgt auf einen meist in grau gehaltene Prince-of-Wales- oder Glencheck-Stoff in einer auffälligen Farbe wie Rot oder Blau. Der Dreiteiler umfasst dabei das Jackett, die Hose und eine Weste.

MANAGEMENT

Das Revival der Krawatte

Geopolitische Spannungen, Massenentlassungen, Inflation, **Bankenrettung:** Die Zeiten sind turbulent. Bringt das die Krawatte zurück?

Während Corona investierten viele in gemütliche Kleidung – jetzt aber kommt die Lust auf **Eleganz** zurück. Das löst einen bisher kleinen, aber wachsenden Aufschwung bei der Nachfrage nach Krawatten aus.

TEXT: TINA FISCHER
ILLUSTRATION: BERNA

Bequemer Kaschmirpulli, elastische Trainerhosen oder unifarbene T-Shirts: Während der Pandemie erlebte gemütliche Kleidung einen Aufschwung und hielt Einzug auf die Bildschirme von Meetings. Gleichzeitig verlor der elegante Anzug an Gewicht. Noch härter traf es die Accessoires, die zum Anzug gehören.

Im Jahr 2019 importierte die Schweiz laut dem Bundesamt für Zoll und Grenzsicherheit (BAZG) noch etwas über 60 Tonnen an Krawatten, Fliegen oder Krawattenschals. Der Wert betrug rund 15 Millionen Schweizer Franken. Im darauffolgenden Pandemiejahr 2020 brach die Menge jedoch auf 36 Tonnen ein und sank seither weiter. Letztes Jahr verzeichnete das BAZG noch 33 importierte Tonnen mit einem Wert von 8,3 Millionen Schweizer Franken.

Wer sich aber auf Wirtschaftsforen umsieht, Debatten im Fernsehen beobachtet oder die Pressekonferenz zum Untergang der Credit Suisse nachschaut, stellt fest: Die Krawatte scheint noch immer dazuzugehören, gar wieder in Mode zu kommen. Erlebt sie tatsächlich ein Revival und beendet ihr Nischendasein?

Unsichere Zeiten fordern einen seriösen Auftritt

Eine Antwort auf die Frage liefert die These: Je unsicherer die Zeiten, umso formeller der Anzug. Dies bestätigt Ziad El-Achi, selbstständiger Herrensneider mitten in der Altstadt von Zürich: «Je schlechter die Wirtschaft, desto besser muss man auftreten. Man will zeigen: Wir sind erfolgreich.»

Dieser Tage ist viel von Massenentlassungen zu hören, künstliche Intelligenz wirbelt Abläufe durcheinander, und die geopolitische Lage fördert die Unsicherheit. Firmen und deren Vorstehende wollen also zeigen, dass bei ihnen alles ordentlich läuft. Im eleganten Anzug versprühen sie Zuversicht, vermitteln Stärke. «Menschen arbeiten gerne mit erfolgreichen Menschen zusammen», sagt El-Achi und macht ein Gedankenexperiment: Müsste man fünf Leute kündigen, dann sind automatisch diejenigen, die sich stets gut kleiden und sich Mühe geben, sicherer. Denn ein gutes Aussehen und ein gepflegter Auftritt signalisieren dem Unterbewusstsein, dass es diese Leute braucht. «Bereits Oscar Wilde sagte: «Nichts geht so tief wie die Oberfläche.»»

Auch Konrad von Niederhäusern, Verkaufschef von PKZ, kennt den Aspekt der Unsicherheit: «Wenn die Wirtschaft hustet, dann überlegt man sich schon, ob man weiterhin ein T-Shirt anzieht oder nun doch ein schickes Hemd.» Seit dreissig Jahren bewegt er sich im Modebusiness, dabei hat er schon einige Schwankungen bei der Krawattennachfrage miterlebt. Den jüngsten Aufschwung sieht er weniger als wirtschaftsgetrieben, sondern ausgelöst vom Nachholbedarf nach der Pandemie: «Wir haben im vergangenen Jahr 11 Prozent mehr Krawatten verkauft als 2022. Es ist ein Trend von Casual zu mehr Businesslook festzustellen.»

Während Corona explodierte die Nachfrage nach sogenannter Lounge-Wear, gemütlicher Kleidung für zu Hause. Jetzt aber haben die Leute ein Nachholbedürfnis nach eleganter Kleidung, sie wollen aus dem Gammellook raus. «Die Lust auf den Blazer, den Hosenanzug oder das schicke Kleid ist zurück.» Die Mode heute weise einen Dreh ins Klassische auf – sie sei nicht mehr ganz so ausgefallen wie zuvor, aber sie vermittele eine positive Haltung: «Dahinter steckt das Ge-



fühl: Ich will schick sein.» Die Krawatte profitiert aber nicht unmittelbar davon, denn der Anzug soll schick sein, aber auch bequem. Eine Krawatte kann, muss aber nicht sein. Oder wie El-Achi es ausdrückt: «Die Krawatte ist eine Laune geworden; von der Pflicht zum Genuss.»

Nicht auffallen und seriös wirken

Nicht so in Italien: Models mit Krawatte schreiten über die Laufstege, und der Italiener spaziert mit Schlips durch die sonnigen Gassen Mailands. Ein Indiz dafür, dass also bald der Genuss vorbei sein und die Krawatte wieder zum Alltag wird? «Der Italiener ist stärker mit der Mode- und der Textilwelt verbunden», sagt Oliver Weisbrod. Der Co-Geschäftsführer in sechster Generation der Weisbrod-Zürrer AG beobachtet den Markt seit langem: «Was in Italien passiert, ist zeitlich zu uns versetzt. Der italienische Mann geht schnell mit der Mode, der Schweizer folgt langsamer.» Entsprechend haben bei ihm die Verkäufe von Krawatten erst sehr bescheiden angezogen – «vor allem für die ganz offiziellen Anlässe wie Hochzeiten».

Gerade hier sei der Nachholeffekt nach Corona am stärksten. «Bei vielen kam erst das Kind und dann die Hochzeit»,

sagt PKZ-Verkaufschef von Niederhäusern mit einem Schmunzeln. Nicht gefeierte Feste werden also gebührend nachgeholt. Davon profitiert die Krawatte – und auch die Fliege, die im Office kaum anzutreffen ist. «Fliegen finden sich im Businessbereich sehr wenige.»

Ganz anders ist das in Frankreich: Dort tragen praktisch jeder Businessmann und jeder Politiker eine Krawatte. Ihr Motto lautet «Ton in Ton» – alles hat die gleiche Farbe, wie Präsident Macrons Auftritte zeigen. Konrad von Niederhäusern Analyse: «Das Outfit muss die Persönlichkeit unterstützen, aber nicht dominieren. Die französische Denkweise ist: Ich als Inhalt muss noch besser sein als mein Outfit.»

Der Politiker lenkt damit von seiner Persönlichkeit ab – im Gegensatz zum Schweizer, der mit seinem Anzug seine Persönlichkeit zu unterstreichen versucht. Dabei gibt es jedoch einen wichtigen Punkt, den Christian von Rechenberg, General Manager des «Baur au Lac», täglich im Alltag sieht: «Ja, Kleider machen Leute. Doch die Authentizität beim Tragen einer Krawatte zeigt sich schnell.»

Im Zweifelsfall heisst das also: Finger weg von der Krawatte – denn wer sich sichtlich unwohl fühlt, legt auch keinen überzeugenden Auftritt hin.

Die Accessoires zum Anzug

Der Klassiker: Krawatte

Der Schlips bedeutet Seriosität und Individualität. Er ist an offiziellen Anlässen wieder öfters anzutreffen.



Die Festliche: Fliege

Nicht gefeierte Feste werden nachgeholt – gerne auch mit einer Fliege. Sie findet sich im Businesskontext selten.



Die Unbekannte: VUP

Es ist keine Krawatte, aber auch kein Schal oder Twilly: Das VUP ist die junge Unbekannte für viel Variation um den Hals.



FOTOS: GETTY IMAGES (2), PD