

Bernhard Roetzel

Mode Guide für Männer

*h.f.*ullmann

Vorwort

Seit dem Erscheinen meines ersten Buchs über Herrenmode sind mehr als zehn Jahre vergangen. Je nach persönlicher Erfahrung und Anschauung hat sich die Welt in diesem Zeitraum wenig, stark oder gar nicht verändert. In der Mode hat sich auf den ersten Blick viel getan.

Männer sind mutiger geworden, was Farben angeht. Die Kleidung ist insgesamt lässiger geworden und Shorts, T-Shirts und Flipflops sind zum Standardoutfit für warme Tage geworden. Die Krawatte ist zwar nicht verschwunden, sie wird aber noch seltener getragen. Der Anzug hat seine Stellung behauptet, das Sakko erlebt eine Renaissance.

Die Mehrheit der Männer ist nach wie vor nicht sonderlich an ihrem Äußeren interessiert. Bequemlichkeit geht über alles, Kleidung muss praktisch sein, aber nicht unbedingt gut aussehen. Allerdings gibt es eine Jugend, die mehr als früher an Stil und Mode interessiert ist. Und die großen Modelabels entdecken sie als neue Zielgruppe für Anzüge, Hemden und elegante Schuhe. Sneakers dominieren zwar weiterhin, der Lederschuh ist aber zurück.

In der zurückliegenden Dekade habe ich viel über Kleidung, Stil, Mode und Dress-codes gelernt. Meine Begeisterung für das Thema hat nicht nachgelassen, dafür ist aber die Überzeugung gewachsen, dass man niemanden zu einem bestimmten Stil drängen kann. Zu verschieden sind die Geschmäcker und zu unterschiedlich die Menschen. Was ich schreibe, ist allenfalls ein Angebot. Oder ich beantworte Fragen, die immer wieder gestellt werden.

Ich weiß, daß sehr viele sich nur wenig für Kleidung interessieren, einige dafür aber umso mehr. Das größte Interesse finde ich oft bei ganz jungen Männern. Viele gehen noch zur Schule oder haben gerade ihre Ausbildung begonnen. Sie achten oftmals mehr auf Eleganz und korrektes Auftreten als so mancher in einer Führungsposition. Und auch in ihrer Freizeit legen die jungen Kenner Wert auf Stil. Eleganz beginnt nicht mit dem Anzug und hört auch nicht auf, wenn er abgelegt wird.

Die Freude an guter Kleidung ist Freude am Leben, denn Mode und Accessoires sind unsere täglichen Begleiter. Natürlich gibt es sehr viel wichtigere Themen, mit denen man sich befassen kann. Sehr viel wichtigere Dinge kann ich jedoch nicht finden. Und vor allem kaum etwas, dem wir so eng verbunden sind. Autos können faszinieren genauso wie Fernseher, DVD-Spieler, Uhren oder Häuser. Nichts von alledem kommt uns aber so nah wie die Kleidung. Überlegen Sie deshalb gut, was Sie an sich heranlassen.

Bernhard Roetzel

Der Businessmann im Sommer

Der Sommeranzug hat was von Potemkinschem Dorf. Nach außen hin wird der Schein gewahrt, innen soll Mann sich trotz Hitzegraden einigemaßen wohl fühlen. Das geht primär über den Stoff und sein Gewicht, das pro laufenden Meter Tuch gemessen wird. Den Briten gelten 280 bis 320 g als »summer weight«, in Italien würde man ein



Stöffchen erst als »leggero« (leicht) bezeichnen, wenn es 230 g oder weniger auf die Waage bringt. Auf den Musterbündeln beim Schneider oder Maßkonfektionär ist die Grammzahl vermerkt, wer von der Stange kauft, kann sie nur schätzen. Die Angaben Super 100 S oder Super 180 S haben wohlgemerkt nichts mit dem Stoffgewicht zu tun, sie klassifizieren lediglich die Stärke bzw. Feinheit des Fasermaterials, aus dem die Fäden des Gewebes gesponnen wurden. Je höher die Zahl, desto feiner. Als alltagstauglich gelten derzeit maximal Super 150 S.

Kenner schauen beim Stoff auch auf die Webstruktur. Je lockerer die Fäden miteinander verkreuzt sind, desto besser die Ventilation. Extrem leichte Stoffe aus stark gezwirnten Fäden sind oft sehr dicht ver-

webt, das macht sie knitterresistent aber weniger luftdurchlässig. So gesehen, kann sich ein objektiv schwererer Stoff bei Wärme weniger warm anfühlen, analog zum Poloshirt, dessen Baumwollpique viel dicker ist als ein Hemdenstoff, sich bei Hitze aber trotzdem angenehmer trägt.

Wenn die Chance besteht, den Stoff des Anzugs vor der Bestellung in Augenschein zu nehmen, sollte man ihn gegen das Licht halten und prüfen, wie offen er gewebt ist.

Die Gewichtsangaben gelten wohlgemerkt für Gewebe aus tierischen Fasern wie Wolle oder Kaschmir, Baumwolle und Leinen wiegen oft wesentlich mehr. Dennoch fühlen sie sich auf der Haut kühler an, da sie aber schnell knittern, sind sie wenig alltagstauglich. Der Dresscode lässt Baumwolle trotzdem für den Businessalltag zu, bei den Farben wird eine Ausnahme vom Motto »no brown in town« gemacht, klassisch sind Töne wie Tabak, Milchkaffee, Khaki, Oliv oder Kitt. Für wichtige Meetings wäre Wolle allerdings angebrachter, am besten in Blau oder Grau. Weiße Anzüge sind im Business tabu, es sei denn,

Kragenformen

Der Kragen ist beinahe der wichtigste Teil des Hemds, denn seine Form entscheidet über die Wirkung unseres Auftritts. Leider wird dies von den meisten Männern völlig vernachlässigt. Das liegt auch an weitverbreiteten Fehlauffassungen über die Passform von Hemden. Viele Verkäufer sagen, dass der Kragen richtig sitzt, wenn man noch einen oder zwei Finger zwischen ihn und den Hals bekommt. Meistens wird der Kragen aber viel zu weit ausfallen, wenn dieses Kriterium erfüllt ist. Besser wäre es zu sagen, dass der Kragen so dicht am Hals sitzen soll, dass er eben noch nicht einengt. Ein zu weiter Hemdkragen lässt uns

erstens abgemagert oder gar elend aussehen, als wären wir nicht gesund und hätten deshalb Gewicht verloren. Zweitens lässt ein zu weiter Kragen zu viel Hals sehen, was der Förmlichkeit abträglich ist. Drittens wird die Krawatte den Kragen in Wellen legen, wenn er zu weit ist.

Die Mode variiert die Form der Kragen laufend, dabei ändern sich vor allem Höhe des Kragens und Dimension der Kragenschenkel. Die Basisformen bleiben dabei gleich. Je weiter zurückgeschnitten die Kragenschenkel sind, desto eleganter wirkt ein Kragen. Und je höher er am Hals sitzt, desto förmlicher sieht er aus. Demzufolge



Der Haifischkragen: Elegant zum Anzug. Sieht aber auch ohne Binder gut aus.



Der Kentkragen: Vielseitig und immer noch die beliebteste Form.

Die Grundlooks



Der dunkelgraue Anzug mit Weste (Cove & Co.) ist die förmlichste Variante im Büro. Je nach Branche und Position ist sie im Alltag oder nur bei wichtigen Besprechungen oder bei repräsentativen Aufgaben angebracht.



Der dunkelblaue Einreihler (hier ein maßkonfektioniertes Modell von Cove & Co.) gehört in jeden Kleiderschrank. Er ist im Geschäftsleben, aber auch im privaten Bereich unverzichtbar. Klassisch geschnittene Modelle haben die längste Lebensdauer.

Der Cut

Es gibt den Cut in verschiedenen Farb- und Stoffvarianten, am weitesten verbreitet ist jedoch die Grundversion: Schwarzer Rock (so der Fachausdruck für die Frackjacke), hellgraue Weste, gestreifte Hose, schwarze Schuhe im Oxfordschnitt, weißes Hemd mit Umlegekragen und Doppelmanschetten, Langbinder und als Krönung der schwarze Zylinder.

Zu den gängigsten Abweichungen von der Grundversion zählen der komplett hellgraue Cut (also Rock, Weste und Hose), der bei Hochzeiten ausschließlich vom Bräutigam und seinem Trauzeugen getragen werden darf sowie beim Pferderennen in Ascot. Beides sind jedoch Traditionen, die im englischsprachigen Raum beheimatet sind und insofern bei uns nur bedingt Gültigkeit haben. Cuts werden auch in Anthrazit geschneidert, diese Variante gilt als besonders vielseitig. Rock, Hose und Weste haben also die gleiche Farbe, auch diese Option ist eher selten. Die Hose zum Cut gibt es alternativ zum Streifenmuster auch mit Pepita oder Glencheck.

Bei der Weste sind zahlreiche Abweichungen von der Grundversion möglich. Bei Beerdigungen ist Schwarz die übliche Farbe, bei allen anderen Cut-Anlässen, die ja alle fröhlicher

Natur sind, sind helle Töne erwünscht. Die Briten wählen häufig eine Weste in »buff«, einer Art Creme- oder Beigeton, als Stoff ist im Sommer auch Leinen üblich. Ansonsten sind Westen mit Phantasiemuster sehr beliebt. Die Geschmäcker sind dabei sehr verschieden, in der Herrenmode hat es jedoch Tradition, das Gilet (so nennen die Schweizer die Weste) aus besonders edlen oder aufwendig bestickten Geweben zu wählen.

Häufig wird der Stresemann als Pendant zum Cut geführt, dies ist jedoch nicht ganz korrekt. Der Stresemann ist eine Erfindung aus der Zeit nach dem Ersten

Weltkrieg und diente ursprünglich als Bürokleidung. Beim Stresemann wird der Schoßrock durch ein schwarzes Sakko ersetzt, der Rest wird vom Cut übernommen. Da Cut-Anlässe in der Regel bei traditionsbewussten Gastgebern stattfinden, wäre der Stresemann in aller Regel nicht angebracht. Übrigens ist der Name »Stresemann« nur im deutschsprachigen Raum geläufig (manchmal heißt er auch »Bonner Anzug«), in anderen Ländern ist er unbekannt und als Anzugform nicht Teil des Dresscodes.



Der Standardcut mit grauer Weste, weißem Hemd und gestreifter Hose. (alle: Cove & Co.)

Lederjacken

Mit Lederjacken ist es ein bisschen so wie mit dem Pfeiferauchen oder Bartwachsenlassen. Fast jeder Mann hat es schon mal ausprobiert oder wenigstens davon geträumt, es zu tun. Die, die sich trauen, bleiben dann entweder dabei oder auch nicht. Wer aber auf den Geschmack kommt, macht so was dann gern zu seinem Markenzeichen. Doch gerade der klassisch ausgerichtete Herr weiß oft nicht so recht, wie er die Lederjacke in seine Garderobe integrieren soll.

Lederjacken gehören auf den ersten Blick sicherlich nicht zu den Basics des Gentleman, der greift immer noch eher zu Sakko und Pullover, Wachsjacke, Trench oder Dufflecoat. Doch schon beim zweiten Hinsehen fällt auf, dass die Lederjacke auch in feinen Gefilden zu Hause ist. Man denke nur an den italienischen Velourslederblouson mit Strick an Kragen und Bund,

er ist ein Klassiker des smarten Casual-Looks. Genau wie die Lammfelljacke. Leder und Klassik schließen sich nicht aus.

Die tragbare Tierhaut hat immer was von Reisen, Abenteuer und Geschwindigkeit an sich, aber auch von Männlichkeit. Das hat damit zu tun, dass die Kleidung von Reitern, Kutschern und deren Nachfolgern, den Motorradfahrern und Fliegern, häufig aus Leder gefertigt wurde. Bevor Textilien wasserabweisend ausgerüstet werden konnten, war Leder das einzig annähernd regendichte Material. Der abenteuerliche Ruch, der ihm anhaftet, erschwert ihm allerdings auch den Eintritt in manche Kreise, Blazer und Tweedjacke wirken immer noch seriöser als schwarzes Rindsleder. Aber halt nicht so cool.

Die Zahl möglicher Kombinationen ist groß, die Auswahl folgt dem bevorzugten Stil. Schwarzer Nappa-Blouson zu Cargo-hosen und Arbeitstiefeln, das passt zur Clubtour genauso gut wie zum Sonntagsfrühstück im Café. Auch wer es weniger modisch mag, geht nicht leer aus. Die braune US-Fliegerjacke mit Pelzbesatz am Kragen ergibt mit Chino und Pennyloafers aus edlem Pferdeleder einen gediegenen Ivy-League-Look, der in manchen Jobs sogar bürotauglich wäre. Genauso wie die Hemdjacke aus rostrotem Velours, die über Hemd, Krawatte und Strickweste getragen eine Alternative zum Sakko darstellt.

Die hüftlange Lederjacke aus Glattleder besticht durch ihren Siebzigerjahre-Charme.





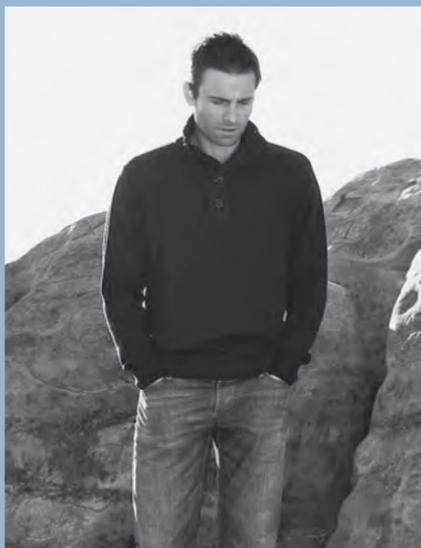
Ein langärmeliges Poloshirt aus feinsten Baumwolle ist ideal für wärmere Tage und leichter als die Variante aus Piqué.



Die gestrickte Weste kommt der Anzugweste am nächsten, sie kann deshalb auch zum Zweiteiler kombiniert werden.



Die Spitzen größerer Hemdkragen dürfen aus dem V-Ausschnitt des Pullovers heraus schauen.



Ein dicker Pulli mit hohem Kragen – entweder zum Knöpfen oder zum Rollen – ist ideal für kühle Herbsttage.

WER SICH AUSKENNT, HAT MEHR SPASS BEIM EINKAUFEN UND VERMEIDET FEHLER.

Kompetent kaufen

Wer kauft schon gerne die Katze im Sack? Genau das tun die meisten Männer, wenn sie Kleidung, Schuhe oder Accessoires erwerben – nebenbei bemerkt: zu nicht unerheblichen Geldbeträgen. Bei der Freizeitkleidung mag das noch hingenommen werden, weil der schlecht informierte Kunde dann nur seinem Portemonnaie schadet. Kauft er aber einen Anzug, den er bei der Arbeit tragen will, kann eine Fehlentscheidung weitreichende Folgen haben. Ein überteurer Zwirn in der falschen Farbe, der vielleicht obendrein nicht gut sitzt, kann das Image des Trägers nachhaltig beschädigen. Der finanzielle Schaden kommt dann noch obendrauf.



Bei vielen Neuanschaffungen gehen Männer meist sehr strukturiert vor. Sie informieren sich ausgiebig über Preise, Qualität, Hersteller und einen eventuell für das Produkt wichtigen Service. Und erst wenn sie den Markt und das Angebot genau kennen, entscheiden sie sich. Diesen Aufwand treiben sie vernünftigerweise sogar bei nicht so teuren Geräten. Ganz anders bei Kleidung. Hier wird ein Anzug für vielleicht 500 Euro oder mehr spontan, unvorbereitet und oftmals sogar unter Zeitdruck gekauft. Das gleiche gilt für Krawatten, Schuhe oder Hemden. Der Grund für diesen unterschiedlich hohen Aufwand bei der Vorbereitung und Umsetzung ist klar. Mann interessiert sich halt nicht übermäßig für sein Outfit. Es macht der Mehrheit viel mehr Spaß, Unterhaltungselektronik, Elektrogeräte, Werkzeuge, Sportausrüstungen oder Uhren zu kaufen.

Wer sich ein wenig mit Materialien, Verarbeitungsmethoden, Preisklassen und Qualitätsmerkmalen von Kleidung und Accessoires befasst, wird beim Einkaufen viel Freude haben und beim Tragen und Benutzen der Sachen sowieso. Bei manchen Männern erwächst aus den Recherchen ein weitergehendes Interesse, am Ende machen sie die Kleidung fast zu so etwas wie ihrem Hobby. Der Spaß ist dann garantiert.

Wer sich gut auskennt, kommt auf ganz besondere Ideen, wie sich beim belgischen Tuchhaus Scabal seinen Namen als Streifen in den Stoff weben zu lassen.

Glossar

A

Albert-Knoten Krawattenknoten, der im Prinzip wie der Four-in-Hand gebunden wird. Allerdings wird das lange Ende mehrmals herumgewickelt, bevor der Knoten abgeschlossen wird. Erzeugt einen etwas dickeren aber immer noch länglichen Knoten.

Abstich Die Form der vorderen Kante einer Anzujacke oder eines Schoßrocks.

Anprobe Maßschneider ziehen das halbfertige Kleidungsstück dem Kunden über, um den Zuschnitt zu überprüfen. Bei Neukunden sind drei Anproben üblich. In der Maßkonfektion sind Anproben unüblich, sind aber oftmals technisch möglich.

Anzug Jacke, Hose und Weste aus einheitlichem Stoff. Nach dem Ersten Weltkrieg setzte sich der Anzug als die gängige Kleidung des Mannes für Büro und wichtige Anlässe durch. Die Grundform des Anzugs hat sich seit dieser Zeit kaum noch verändert.

Ausrüstung Veredelungsprozess nach dem Weben. Dabei wird der Stoff z. B. gewaschen und aufgeraut. Die Ausrüstung sorgt für Glanz und schönen Griff.

B

Batist Leichtes Gewebe in Leinwandbindung aus sehr feinen und hochwertigen Garnen.

Baumwolle Noch vor der Schurwolle der bedeutendste Textilrohstoff, hat ab dem 18. Jahrhundert das damals vorherrschende Leinen abgelöst. Unterwäsche, Oberhemden, Jeans, Chinos aber auch Regentmäntel aus Gabardine sind typische Kleidungsstücke aus Baumwolle.

Baumwollwill Unempfindliche Ware, überwiegend für Freizeithemden, in Köperbindung gewebt.

Baumwollflanell Weiche Qualität in Leinwand- oder Köperbindung, wird überwiegend für Freizeithemden eingesetzt.

Beefroll Amerikanischer Loafer. Sein Name ist von der Form des Stegs inspiriert.

Bemberg-Seide Markenname, bezeichnet einen seidenartigen Futterstoff aus Baumwolle für Anzüge, Mäntel und Sakkos.

Bespoke Britischer Ausdruck für maßgeschneidert. Bedeutet ursprünglich, dass der Stoff des Kleidungsstück dem Kunden »versprochen« war. Der amerikanische Ausdruck ist »custom tailoring«.

Chesterfield Businessmantel mit verdeckter Knopfleiste, traditionell einreihig in grauem Fischgratmuster und mit schwarzem Samtkragen. Auch in Blau, Schwarz oder Beige.

Cheviot Widerstandsfähiges und raues Kammgarngewebe, das aus der Wolle des Cheviot-Schafes hergestellt wird. Ein typischer Stoff für englische Sportanzüge und Sakkos.

Chino Helle Baumwollhosen militärischen Ursprungs. Typische Farben sind Khaki, Beige oder Milchkaffeebraun.

Cordovan Anderer Ausdruck für Pferdeleder, seltenes und teures Rohmaterial für Schuhe, geeignet ist nur das Leder von der Hinterhand des Pferdes, die genau zwei runde Lederstücke für zwei bis drei Paar Schuhe ergibt. Als die besten Pferdelederschuhe gelten die des nordamerikanischen Herstellers Alden.

Covert Coat Höchstens knielanger, einreihiger Mantel aus Covert-Stoff, einem mittelschweren Twill. Typische Merkmale sind die verdeckte Knopfleiste, die vier einfachen, parallel verlaufenden Ziernähte in Höhe der Manschetten und am Saum sowie der samtbesetzte Kragen.

Cutaway, Cut Frack mit rundem Abstich, auch auch »Schwalbenschwanz« genannt. Wird zu feierlichen Anlässen am Tage getragen.

Cutawaykragen Englisch auch »spread collar«, auf Deutsch Haifischkragen oder Spreizkragen. Hemdkragen mit weit aus-

einanderstehenden Kragenspitzen. Neben dem Kentkragen (siehe auch dort) der zweite große Klassiker unter den Hemdkragen.

D

Dehnbund Elastischer Hosenbund. Die Weite des Bunds wird durch Schnallen reguliert. Auch bei Hosen, die mit Hosenträgern getragen werden.

Denim Blauer Baumwollstoff für Jeans. Von Serge de Nîmes (Serge aus Nîmes).

Derby Schuh mit offener Schnürung (siehe Blucher). Gelegentlich auch Bezeichnung für einen steifen Hut.

Dinnerjacket Englischer Ausdruck für das, was in Deutschland »Smoking« und in den USA »Tuxedo« heißt. Das Dinnerjacket bezeichnet im deutschen Sprachraum eine weiße oder elfenbeinfarbene Smokingjacke, die nur im freien und/ oder auf hoher See getragen wird.

Doppelmanschette Siehe Klappmanschette

Donegal Tweed Körnig-melierter irischer Tweed.

Dufflecoat Kurzer einreihiger Kapuzenmantel mit Hornschließen.

Dusty Madder Traditionelle Färbetechnik für Seide, auch Bezeichnung für bestimmte Krawattenmuster. Typisch ist der staubig-pudrige Gesamteindruck, der die eigentlich leuchtenden Farben abmildert. Dusty

Danksagung

Ich danke meiner Frau Bettina für Ihre Unterstützung,
Erill Fritz für seine Geduld und allen Mitarbeitern von h.f.ullmann
für ihre Freundlichkeit trotz Zeitdrucks in der Endphase.

Mein Dank geht an alle Firmen, die uns unentgeltlich Fotos
zur Verfügung gestellt haben, insbesondere Belvest, Cove & Co.,
Eduard Meier, Scabal und Timberland. Besonders bedanken
möchte ich mich bei Schuh Konzept in Berlin für die umfangreiche
Leihgabe von Schuhen.



© h.f.ullmann publishing GmbH

Projektleitung für h.f.ullmann: Lars Pietzschmann

Fotos: erill.fritz.fotografien.
Gestaltung, Satz, Koordination: e.fritz, berlin06
Lektorat: Petra Ahke
Herstellung: Sabine Vogt

Coverfoto: © mauritius images / age

Gesamtherstellung: h.f.ullmann publishing GmbH, Potsdam

Printed in China, 2013

ISBN 978-3-8480-0620-5

10 9 8 7 6 5 4 3 2 1
X IX VIII VII VI V IV III II I

www.ullmann-publishing.com
newsletter@ullmann-publishing.com



Dies ist eine unverkäufliche Leseprobe des Verlags *h.f.ullmann publishing*.

Alle Rechte vorbehalten. Die Verwendung von Text und Bildern, auch auszugsweise, ist ohne schriftliche Zustimmung des Verlags urheberrechtswidrig und strafbar. Dies gilt insbesondere für die Vervielfältigung, Übersetzung oder die Verwendung in elektronischen Systemen.

© *h.f.ullmann publishing*, Potsdam (2016)

Dieses Buch und unser gesamtes Programm finden Sie unter www.ullmann-publishing.com.