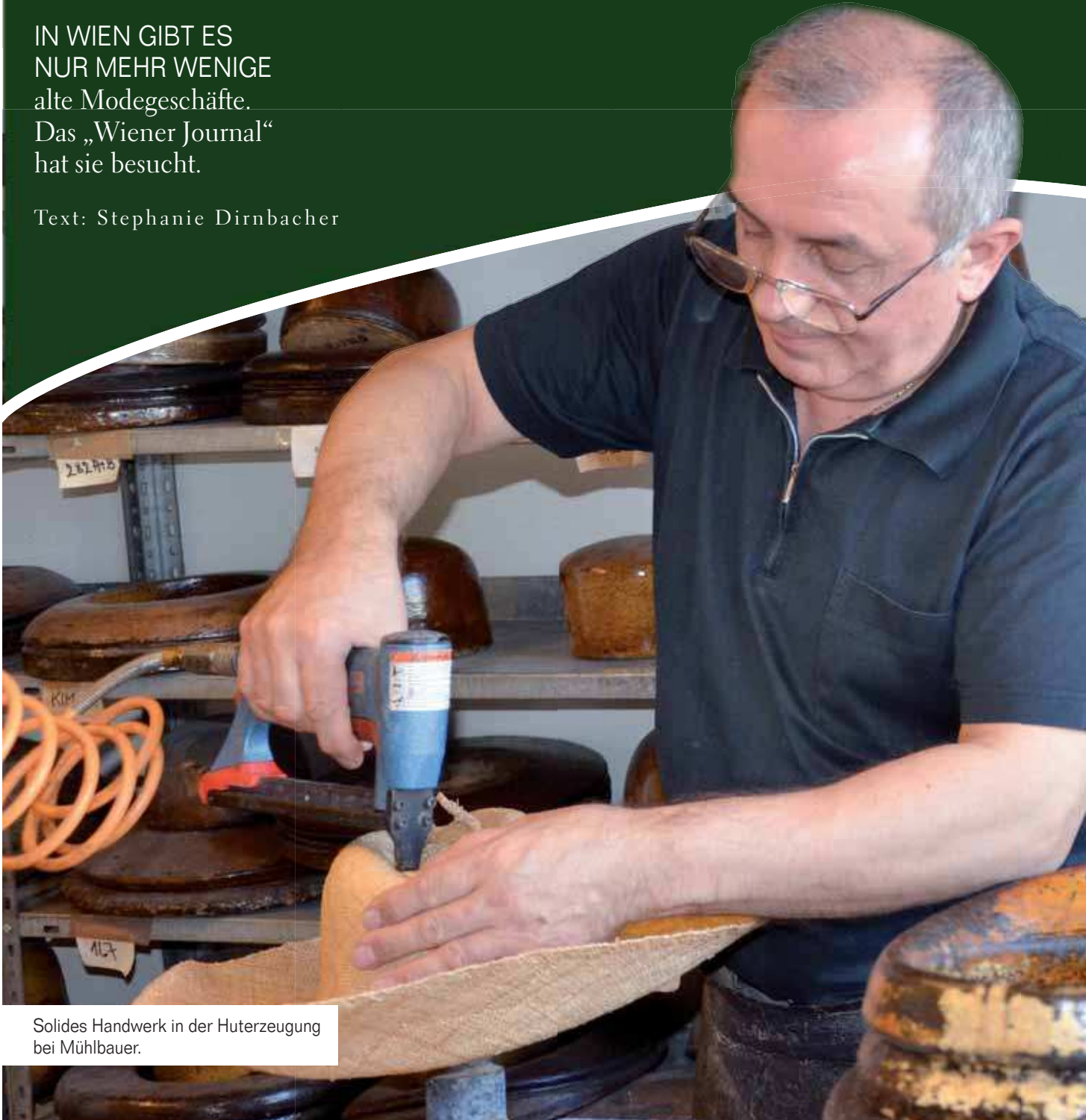


Wo die

IN WIEN GIBT ES
NUR MEHR WENIGE
alte Modegeschäfte.
Das „Wiener Journal“
hat sie besucht.

Text: Stephanie Dirnbacher



Solides Handwerk in der Huterzeugung
bei Mühlbauer.

Tradition zu Hause ist



Der mit grünem Teppich überzogene Holzboden knarrt bedrohlich, und die Deckenlampen vermögen die Räume aus dunkler Eiche nur spärlich zu erleuchten. Knize-Eigentümer Rudolf Niedersüß erscheint in grauem Anzug und Krawatte, darunter ein Gilet, und nimmt in seinem kleinen Büro im ersten Stock des Wiener Herrenausstatters vor dem Fenster mit Blick auf den Wiener Graben Platz. An den Wänden klettern die weißen Heizungsrohre hinauf. Irgendwie fühlt man sich in andere Zeiten versetzt. Als man in der Innenstadt noch gemütlich flanierte, statt sich gehetzt durch fotografierwütige Touristenhorden durchzuzwängen. Als man sich noch bei heimischen Traditionsunternehmen einkleidete, statt in der Einheitsuniform großer internationaler Ketten herumzulaufen. Als man in den Wiener Schaufenstern noch andere Mode fand als in Lissabon, Rom, Stockholm oder Prag. Ja, diese Zeiten zählen zur Vergangenheit.

PROMINENTE VERGANGENHEIT. Nur noch wenige modische Urgesteine halten sich wacker zwischen H&M, Zara und internationalen Star-Designern, deren Stores nicht nur in der österreichischen Bundeshauptstadt reihenweise aus dem Boden schießen. >

> Eines dieser Urgesteine ist die Firma Knize in dem von Adolf Loos gestalteten Geschäftslokal auf dem Wiener Graben. Seit Anfang des 19. Jahrhunderts ist das Haus eine der besten Adressen für elegante Mode. Hier kaufte einst der Maler Oskar Kokoschka ein. Und auch berühmte Damen wie die Schauspielerinnen Marlene Dietrich oder Josephine Baker zählten zur Kundschaft. Heute gibt es bei Knize fast keine Damen-, sondern nur mehr Herrenmode: klassische Kaschmir-Pullis, Anzüge, Fracks, Smokings und Regenmäntel, die in Italien und Österreich produziert und bei Bedarf in der Wiener Maßschneiderei geändert werden. Sogar mit einer eigenen Schuhlinie ist Knize laut Niedersüß sehr erfolgreich unterwegs. „Das hätte ich früher nie für möglich gehalten“, sagt er. Seit 1956 ist er – mit Pause – bei dem Traditionsunternehmen dabei, seit 1976 leitet er es und legt dabei auch selbst noch teilweise Hand an. „Ich schneide manchmal zu oder stecke ab, wenn etwas geändert gehört“, schildert er. Die individuelle Betreuung würden die Kunden schätzen. Zu diesen zählen vor allem der einstige Adel und bedeutende Persönlichkeiten aus der Wirtschaft. Kein Wunder, bei fürstlichen Preisen von 2200 Euro für einen Smoking. Etwa die Hälfte der Kundschaft kommt aus dem Ausland, darunter Stars wie der bereits verstorbene Regisseur Billy Wilder. „Bei seinem letzten Wien-Besuch wollte er unbedingt zu Knize und stand am Tag nach seiner Ankunft um Punkt zehn im Geschäft“, erzählt Niedersüß mit einem Funkeln in den Augen. Er hat viele seiner Kunden ins Herz geschlossen. Und diese auch ihn. So kommt es schon einmal vor, dass ein russischer Stammkunde auf Geschäftsreise in Wien kurz beim Herrenausstatter am Graben Halt macht, um eine Flasche Wodka vorbeizubringen.

UNLEISTBARE MIETEN. Dass er seine Kunden an die großen internationalen Designerketten verliert, die in den vergangenen Jahren ins Zentrum eingezogen sind, fürchtet Niedersüß nicht. „Sorgen mache ich mir nur, dass wir uns irgendwann die Miete nicht mehr leisten können“, meint er. Die Mietkosten in den guten Lagen sind laut Franz Pitnik vom Fachverband der Textil-, Bekleidungs-, Schuh- und Le-



Gediegenes Interieur beim Herrenausstatter Knize.

derindustrie der WKO einer der Gründe, weshalb immer mehr kleine Boutiquen aus der Innenstadt verschwinden und sich zunehmend die Big Player ansiedeln. „Sobald das Unternehmen auf die nächste Generation übergeht, werden die Mieten angehoben. Das können die kleinen Betriebe dann oft nicht mehr erwirtschaften. Aber ein H&M kann sich diese Lagen schon leisten“, sagt er. „Ich finde es schade, weil jede Individualität dadurch verloren geht“, bedauert Niedersüß, der selbst miterlebte, wie ein Schneider nach dem anderen sein Geschäft am Graben zusperrten musste.

INDIVIDUELLER LUXUS. In das Nebenhaus von Knize ist allerdings ein Familienunternehmen mit tschechischen Wurzeln eingezogen: Der Pelzverarbeiter und -händler Liska ist 2002 von der Kärntnerstraße auf den Graben übersiedelt. Der Betrieb ist zwar nicht ganz so alt wie Knize, mit seinen mehr als 60 Jahren zählt er unter den Modehäusern im Zentrum aber doch zum älteren Schlag.

Manfred Markowski verkauft bei Malowan klassische Herrenmode.



„Es gibt sehr wenige Betriebe wie unseren, die sich über diesen Zeitraum am Markt halten können“, meint Eigentümer Robert Liska. Er hat das Unternehmen von seinem Vater übernommen, der vor Jahrzehnten von Prag nach Wien ge-

Das Traditionsunternehmen Liska ist auf den Wiener Graben übersiedelt.



flüchtet war und hier mit einer vorerst kleinen Fellhandlung Fuß gefasst hat. Heute pendelt Liska – meist mit dem Rad – zwischen dem mehrstöckigen Geschäft am Graben und der Werkstätte am Hohen Markt. Der promovierte Jurist und Kürschnermeister kennt jeden Pelzmantel, der hier in Handarbeit von rund zwanzig Mitarbeitern hergestellt wird. Seitdem er 1975 in die Firma eingetreten ist, hat sich viel verändert. „Als ich in den Betrieb gekommen bin, haben wir sicher 70 Prozent unserer Produkte nach Maß gemacht“, erzählt Liska. „Das war damals ein anderes Leben. Die Frauen sind acht Mal zum Probieren gekommen, weil ja der Kalender gefüllt werden musste“, fügt er hinzu. Heute bleibt dafür weitaus weniger Zeit. Doch sei Individualität wieder gefragt. „Gerade im Luxus-Segment ist der Höhepunkt für Produkte von der Stange erreicht“, behauptet Liska fest. Mit seinen Mänteln und Jacken möchte er sich „der Gleichmacherei entgegenstellen“.

TWEED, MANSCHETTEN UND STECKTUCH. Auch auf der Ringstraße behaupten sich zwei Traditionsunternehmen. Die beiden Herrengeschäfte Stepanek und Malowan, die beide in der zweiten

Hälfte des 19. Jahrhunderts gegründet wurden, liegen nur einige Häuserblocks voneinander entfernt. Bei Stepanek erinnern noch das bezaubernde Portal sowie die Einrichtung von Adolf Loos an damalige Zeiten. In den Geschäftsräumen von Malowan, der einst den kaiserlich-königlichen Hof belieferte, ist davon hingegen nichts mehr zu bemerken. Bei einer Modernisierung in den 70er Jahren musste das Interieur aus den 20ern dem damaligen Stil weichen. Der Kleidungsstil der beiden Geschäfte ist jedoch ähnlich: eine Mischung aus klassischer englischer und italienischer Mode für die gutbürgerliche Geldbörse. Wer ein schönes Hemd, ein Tweedsakko, Manschet-

tenknöpfe oder Stecktücher braucht, wird hier garantiert fündig. „Hier werden keine Fetzen verkauft“, stellt Manfred Markowski klar. Seit fast 40 Jahren steht er von Montag bis Samstag im Geschäft schräg gegenüber dem Burggarten. „Ich lebe hier“, scherzt er. In den Urlaub fährt er nur selten. Doch das stört ihn nicht. „Ich brauche keinen Urlaub, es macht mir Spaß“, sagt er. Stressig geht es in dem Geschäft nicht wirklich zu. Wenn einmal gar nichts zu tun ist, holt Markowski seine Gitarre hervor und spielt. Von Armani & Co fühlt er sich nicht bedroht. „Das Problem liegt vielmehr bei der Beschaffung“, erklärt er. „Werde ich etwa noch Tweed bekommen, auch wenn das gar nicht mehr in Mode ist?“

Die Beschaffung macht auch Christl Binder-Kriegelstein Sorgen. In vierter Generation führt sie den kleinen Familienbetrieb Turczynski in der Wollzeile. Ursprünglich auf Jagd- und Safaribekleidung spezialisiert, bekommen Männer wie Frauen bei Turczynski heute neben exklusiver Jagdmode vor allem elegante, klassische Mode im englischen Stil – „so, wie ich selbst auch angezogen bin“, bemerkt Binder-Kriegelstein und richtet sich ihren dunkelblauen Blazer über >



> der weißen Bluse. Entgegen allen modischen Voraussagen würden besonders Krawatten und Stecktücher sehr gut laufen. Beim Einkauf ihrer Ware legt sie Wert auf Qualität und Herkunft. „Ich bin ein Verfechter von Naturfaser und schaue, dass die Ware aus Europa kommt.“ Ihre Kundschaft setzt sich zu 90 Prozent aus Stammkunden zusammen. Immer wieder verschlägt es auch Ausländer in das kleine Geschäft, die etwa ein passendes Outfit für ein Geschäftsessen suchen und sich von Binder-Kriegelstein zum österreichischen Kleidungsstil beraten lassen. Nichtsdestotrotz: Einfach sei es nicht. „Es ist für die kleinen Modegeschäfte heutzutage so schwer, weil man überall Massen einkaufen muss. Da spüren wir natürlich die Großen, die sich das leisten können“, sagt die Turczynski-Chefin.

UMDENKEN UND ANPASSEN. „Um heutzutage in der Branche zu bestehen, muss man sich radikal ändern“, lautet der Kommentar von Georg Gaugusch. Der Geschäftsführer von Wilhelm Jungmann & Neffe lehnt am dunklen Eichentisch des Geschäfts am Albertinaplatz. Hinter ihm türmen sich die Stoffballen hinauf zur Stuck-Decke. Wappen und Dekrete an den Wänden erinnern an vergangene Zeiten, als Wilhelm Jungmann & Neffe den Kaiserhof und die gesamte Aristokratie von Wien bis Lemberg und von Prag bis Czernowitz mit feinsten Stoffen ausstattete. Vor acht Jahren hat Gaugusch das Geschäft übernommen. „Früher hatten wir nur Stoffe, dann hat meine Mutter mit Accessoires wie Krawatten, Tücher und Schals begonnen. Man muss flexibel sein“, erzählt er. Gaugusch kennt sie alle, die alten Traditionsunternehmen in Wien. „Wir haben hier ein riesiges Firmenarchiv“, verrät er. Dieses hat der Historiker mit großem Interesse und Akribie durchgeackert und in mehreren Publikationen verarbeitet. Er weiß über die Geschichte manches Geschäfts besser als dessen Eigentümer Bescheid und schießt die exakten Jahreszahlen von Übernahmen und Konkursen wie aus der Pistole heraus. Warum es in Wien nur mehr so wenige traditionelle Bekleidungsgeschäfte gibt? „Zum Teil wegen innerbetrieblicher Schwierig-



keiten, zum Teil aufgrund der schlechten Rahmenbedingungen. „Kleine Wirtschaftsbetriebe haben in Österreich kaum eine Chance“, findet Gaugusch. In Wien würde großen Ketten statt kleinen Individual-Läden der Vorzug gegeben.

„Es gibt zwar die große Masse, die bei H&M und Zara kauft, aber es gibt auch die, die Individualität suchen und dafür zahlen.“

Das ist ein Fehler, ist sich der Stoffhändler sicher. „Es gibt zwar die große Masse, die bei H&M und Zara kauft, aber es gibt auch die, die Individualität suchen und dafür zahlen“, sagt er. Zu Letzteren

würden auch seine Kunden zählen. „Die Leute fragen schon, woher die Stoffe kommen. Bei uns nur aus Europa, kein Billigdreck aus Asien“, so Gaugusch. „Wenn man sich beweisen möchte, muss man Nischen besetzen.“

NISCHEN NÜTZEN. So wie etwa die Firma Mühlbauer. Seit 1903 stellt sie Hüte in allen Formen, Farben und Facetten her. Von Julianna Mühlbauer als kleine Hutmanufaktur mit angeschlossenem Laden in Floridsdorf gegründet, hat sich das Familienunternehmen innerhalb weniger Jahre zu einem renommierten Filialbetrieb mit zehn Hutgeschäften in Wien gemauert. In den 70er Jahren begann Mühlbauer, neben Mode für den Kopf auch Damenbekleidung anzubieten. Klaus Mühlbauer, der den Betrieb nun in vierter Generation führt, will jedoch wieder zurück zum Ursprung und sich nur mehr auf Kopfbedeckungen konzentrieren. „Die Hüte machen uns einzigartig. Für uns sind sie ein Weg,

Die Stoffhandlung Jungmann hat ihr Angebot um Accessoires erweitert.

um auf dem Markt zu bestehen. Die Bekleidungsgeschäfte werden hingegen weggefegt“, meint der Hutmacher und Betriebswirt. 80 Prozent seines Umsatzes macht er mit Hüten, darunter auch viele Maßanfertigungen. In diesem Bereich können ihm die großen Ketten nicht das Wasser reichen. „Wir haben uns einen Markt auf der ganzen Welt geschaffen“, so Mühlbauer. Billig sind die handgemachten Kopfbedeckungen freilich nicht. Im Durchschnitt legt man für einen Hut des Spezialisten um die 200 Euro ab – das dafür schon seit Jahren. „Die Preise haben sich seit fünf Jahren kaum verändert. Wenn, dann nur, wenn das Rohmaterial deutlich teurer geworden ist, wie zum Beispiel bei Silberfuchs“, sagt Mühlbauer.

Eine Nische hat auch Peter Peter besetzt: Von Glacéleder- über Ballhandschuhe bis zur Maßanfertigung in exaktem Ferrari-Rot passend zum Auto gibt es beim Handschuhpeter Modisches für die Hand. 175 Jahre wird das Fachgeschäft in Währing heuer alt. Peter weiß, dass er seinen Erfolg der Nische und seinen hohen Qualitätsansprüchen zu verdanken hat. Doch die Zeiten haben sich auch für ihn geändert und ihm Flexibilität abverlangt. „Früher haben sich Männer und Frauen nur mit Hut und Handschuhen auf die Straße getraut. Da haben wir nur elegante Handschuhe gemacht. Jetzt haben wir umdenken müssen“, berichtet er. Heute macht er sein Hauptgeschäft mit Spezialhandschuhen für Bundesheer, Drogenfahnder oder Apotheken. Danach kommt erst die Ballsaison.

SCHUH-TRADITION. Es sind also vorwiegend Nischenbereiche, in denen man noch die guten, alten Kleidungs-geschäfte findet. Darunter gibt es auch einige, die von anderen Bundesländern nach Wien gekommen sind, wie etwa die Trachtenexperten Tostmann, Gössl oder Sportalm. Auch bei Schuhen sind noch echte Traditionsunternehmen in der Bundeshauptstadt am Werken. In den nussholzvertäfelten Geschäftsräumen von Scheer in der Bräunerstraße etwa ist der Geist der k.u.k.-Zeit noch deutlich zu spüren. Seit ganzen sieben Generationen fertigt das Familienunternehmen hochwertige Schuhe in Handarbeit zu

dementsprechenden Preisen ausnahmslos nach Maß. Die Wartezeit beträgt in etwa vier bis sechs Monate. In der Empfangshalle traut man sich fast gar nicht auf den Original-Stühlen des Wiener Werkstätte-Designers Josef Hoffmann Platz zu nehmen – solche Stücke stehen normalerweise in Museen. Im oberen Stock, in dem die Familie Scheer auch einst wohnte, begibt man sich ebenfalls auf eine Reise in die Vergangenheit. Hier ist noch fast alles so wie vor 140 Jahren. Die Schuhmacher werken konzentriert auf kleinen Hockern, die einzige Maschine, die zum Einsatz kommt, ist die Nähmaschine. Ein anderer heimischer Schuh-Magnat ist Ludwig Reiter mit seinen typisch rahmengenähten Exemplaren im klassischen Wiener Stil und drei Standorten in Wien. „Das älteste Geschäft in der Wiedner Hauptstraße ist noch von meinem Urgroßvater“, erzählt Till Reiter. Er führt den Familienbetrieb

in vierter Generation. Mit seiner Tochter rückt auch schon die nächste Riege nach. Sein Erfolgsrezept? „Es gibt keinen Zaubertrank. Zum einen ist es Glück, zum anderen Durchhaltevermögen.“ Letzteres würde man brauchen, „weil Wien ein eher wirtschaftsfeindlicher Standort ist, die Bürokratie macht besonders Kleinen zu schaffen“. Ein Vorwurf, der auch bei der Wirtschaftskammer Wien auf Verständnis stößt. „Eine deutlich positivere Stimmung der Politik gegenüber den Wiener Betrieben würde dem Wirtschaftsstandort neuen Schwung verleihen“, heißt es dort. Konkret vermisst man Maßnahmen zur Unterstützung und Ankurbelung der Wirtschaft. ┘

„Die Hüte machen uns einzigartig“, ist Klaus Mühlbauer überzeugt. Er führt den Traditionsbetrieb in vierter Generation.

