MODE

MIEDER

Drunter billiger

Dr. Karl Hausner, 58, Chef des größten europäischen Miederherstellers Triumph International Holding GmbH, trat vor den Computer, um zu erfahren, was deutsche Frauen wünschen. Der Computer sagte ihm für 1970 einen um einige Prozent höheren Miederabsatz voraus. Doch der Umsatz sank der Hochrechnung zum Trotz um zwei Prozent. Hausner: „Der Markt widerspricht jeder Wahrscheinlichkeitsrechnung."

Realistisch rechnet er nun „mit einigen harten Monaten" und verordnete 4500 Beschäftigten, fast der Hälfte der inländischen Belegschaft, in den Monaten Dezember und Januar die Vier-Tage-Woche. Vorsorglich kündigte er auch für Februar Kurzarbeit an.

Wie die Münchner Körperformer (Konzernumsatz: 620 Millionen Mark, 22 600 Beschäftigte) mußten auch andere Unternehmen der Mieder- und Wäschebranche Rückschläge hinnehmen, vor allem aus zwei Gründen:

- Der Export ist wegen der vor Jahresfrist vollzogenen Mark-Aufwertung um 15 auf etwa 45 Millionen Mark gesunken und erstmals um rund zwei Millionen niedriger als die Einfuhr. Noch 1969 waren 40 Prozent mehr Mieder und BH ins Ausland geliefert als von dort importiert worden. Miederverbands-Geschäftsführer Dr. Walter Priebe: „Die Aufwertung hat uns mit voller Wucht getroffen";
- die Hoffnung, der Längenwechsel von Mini auf Maxi (Branchensprecher Giselher Menge: „Er ist wie ein Naturereignis über uns gekommen") würde auch den Kauf von Unterwäsche verstärken, erfüllte sich nicht.

Anfang Oktober mußten die Büstentechniker erkennen, daß die neue Mode an ihnen vorbeigegangen ist. Zwar brachten Deutschlands Frauen

Maxi-Look 1970
„Weniger Aufwand für das . . .

nach der Entscheidung für den Langlook ihren Kleiderbestand auf neues Format, verausgabten sich dabei aber derart, daß sie nichts mehr übrig hatten „für das, was man nicht sieht" (Verbandsmanager Priebe).

Horten-Sprecher Rudolf Tessmann beispielsweise stellte „ein bemerkenswertes Stagnieren des Miederumsatzes" fest. „Das liegt", so glaubt Felina-Direktor Herbert Gilles zu wissen, „am Geldbeutel." Der Produktionswert der Miederindustrie, in den ersten sechs Monaten noch um zehn Millionen höher als im gleichen Zeitraum 1969, sank bis Dezember und war am Ende um etwa neun Millionen Mark geringer als vor Jahresfrist.

Die neue Unterwäschemode, „sich mit dem Notwendigsten zu begnügen" (Kaufhof-Einkaufschef Hans Deisler), ist der zweite Schlag, den die Frauen den großen Wäschefabrikanten — neben Triumph vor allem die Naturana Miederfabriken Carl Dölker KG — versetzt haben. Zuvor schon hatte die Strumpfhose den Hüfthalter fast verdrängt.

Den erheblichen Rückgang des Wäschebedarfs vermag auch der rasche Modewechsel (Naturana-Geschäftsführer Rau: „Einen Büstenhalter müssen sie schneller verändern als eine Erbswurst") kaum auszugleichen. Zwar kaufen die jungen Frauen öfter Büstenhalter und Slips als die älteren, um mit der Mode zu gehen, aber sie bevorzugen die billigeren Garnituren. Bei Büstenhaltern, so hat Einkäufer Deisler beobachtet, werden die Preisgruppen unter zehn Mark bevorzugt. Für Mieder geben die Damen neuerdings höchstens 20 Mark aus.

Zudem argwöhnen die Branchenspezialisten, daß unter den langen Kleidern auch schadhafte Strümpfe und verschlissene Wäschestücke getragen werden. Auf den BH legen viele Teenager ohnehin derzeit keinen Wert.

Die Umsatzverluste suchten die Firmen auf Kosten der Konkurrenten wettzumachen. Die Mannheimer Felina, die bisher vor allem die Mittelklasse der Miederskala bevorzugte, entdeckte die Sorgenecke des Marktes (Werbeslogan: „Felina löst Figurprobleme") und griff den Branchenführer Triumph in seiner Domäne, dem gehobenen Genre, an, und zwar mit Erfolg. Felina-Direktor Gilles: „Wir liegen im Umsatzplus und arbeiten vorerst bis März voll durch."

So bedrängt, versuchten die Münchner Edelmieder-Lieferanten nach unten wegzutauchen und mit der Billig-Marke Vesta in den Markt des Branchenzweiten Naturana einzubrechen. Doch der Schlag traf die eigene Brust. Triumphs Vesta-Modelle machten nicht Naturana, sondern den Modellen des eigenen Hauses Konkurrenz.

„Mit harten Bandagen" hat Triumph-Vorstand Hausner unterdes ein Sparprogramm durchgeboxt. So wurde das Werk Ingolstadt an die Audi NSU AG verkauft, mehrere kleinere bayrische Betriebe geschlossen und die Produktion konzentriert: Wäsche in Ulm, Mieder im Stammwerk Heubach, Strumpfhosen im Saargebiet. Zudem löste das Unternehmen 14 Niederlassungen auf und reduzierte die Inlandsbelegschaft von 13 500 auf 11 000 Beschäftigte. Dennoch rechnet Hausner für 1970 nicht mit einem positiven Betriebsergebnis, das er noch im letzten Sommer vorausgesagt hatte.

Erst 1972 wird sich Triumph von den Absatzschlappen erholt haben, die Westdeutschlands modebewußte und daher knausernde Damen dem Unternehmen beigebracht haben. Im gleichen Jahr will Hausner an den Kapitalmarkt und die Triumph-Aktie an der Börse einführen. Das Familienunternehmen soll schrittweise in eine Publikums-Aktiengesellschaft umgerüstet werden. Die Inhaber des Mieder-Konzerns, die Familien Braun und Spiesshofer, wollen ihren Kapitalanteil auf 51 Prozent verringern.

. . . was man nicht sieht": **Wäschemode 1969/70**