

Reibung erzeugt Wärme

Sie sind rau, sie sind braungrau und so trendy, dass sich die Käufer darum reißen: Alte Schweizer Armeedecken erobern die Styling-Welt. Von Stephan Hilpold



decken bezogenen Sessel, das junge Designlabel Fashionsteel konzipierte eine ausgesprochen schmucke Sitzbank (ihr Name lautet: „hommage an joseph b.“) – und der Kreuzlinger Modekonzern Strellson brachte soeben einen exklusiven Parka samt Innenfutter aus Armeedecken auf den Markt. „Ganz verstehe ich diese Entwicklung nicht“, kommentiert der Juniorchef oben am Berg: „Der Recyclinggedanke interessiert doch sonst kaum jemanden.“

Mit der Idee der Wiederverwertung hat der Trend unten im Tal denn auch nur zweitrangig zu tun. Hier fährt man auf andere Sachen ab, vor allem auf den Touch des Militärischen, den die Decken transportieren, auf das integrierte Schweizer Kreuz und natürlich darauf, dass es sich bei jedem Accessoire, jeder Jacke oder jedem Möbel um ein Einzelstück handelt. Mit einer jeweils ganz eigenen Geschichte: „Was mögen diese Decken schon alles erlebt haben“, fragt sich etwas pathetisch Reiner Pichler, CEO von Strellson. Wie viele Soldaten haben um Himmels Willen bereits in ihnen geschlafen?

„In meiner Militärzeit habe ich die Decken gehasst“, gibt Herr Karlen unumwunden zu. Als Rekrut musste er lernen, die Decken so zu falten, dass das Schweizer Kreuz genau in der Mitte, der Umschlag

auf 20 Zentimeter zu liegen kam: Bett für Bett ausgerichtet auf eine schnurgerade Reihe. Mittlerweile sind die Decken Karlen allerdings ans Herz gewachsen: „Selbst ein Herzchen oder den Namen der Freundin habe ich bereits auf einigen von ihnen gefunden.“ Ein solcher emotionaler Mehrwert bindet. Auch das Edel-Versandhaus Manufactum hat die rein wollenen und extrem strapazierfähigen Decken bereits im Programm – zu einem nicht ganz günstigen Preis.

Seit 1969 werden die satte 2,6 Kilogramm schweren Armeedecken schon nicht mehr hergestellt, man muss sie also zu horten wissen. Was mitunter gar nicht so einfach ist und mit dem jetzigen Boom noch um einiges schwieriger wird – auch wenn immerhin noch rund 310.000 von ihnen in Gebrauch sind: „Dadurch, dass unser Betrieb Jahrzehnte fürs Schweizer Militär produzierte, haben wir die richtigen Kontakte. Meine Quellen gebe ich aber nicht preis“, sagt Karlen, in dessen Sattlerei die älteste der verarbeiteten Armeedecken noch aus dem vorvorigen Jahrhundert, aus dem Jahre 1891, stammt.

Bei Strellson hat man der Armee 1500 Decken abgekauft, die zwischen 1919 und 1949 hergestellt wurden. Eine Decke für zwei Parkas: Nur 3000 Stück gibt es von den „Swiss Cross Jacken“, die das Mode-

Früher war es das Edelweiß. Heute ist es das Schweizer Kreuz. Im hintersten Wallis, dort, wo die Hänge so steil wie die Menschen eigenbrötlerisch sind, hat man es sich schon länger abgewöhnt, über die Trends unten im Tal nachzudenken. „Früher produzierten wir Glockenriemen, Pferdezaumzeug und Gürtel“, sagt der Juniorchef der ortsansässigen Sattlerei Karlen, „heute eben Taschen und Rucksäcke.“ So groß sei der Unterschied auch wieder nicht. Außer, dass die Dinger jetzt eben nicht mehr aus Leder, sondern aus alten Militärdecken bestehen: aus den rauen, kratzbürstigen Decken der Schweizer Armee.

Hier im 500-Seelen-Nest Törbel, auf 1500 Meter Seehöhe, wo Anfang Oktober schon der erste Schnee gefallen ist, steht man über den Städtlern und ihren Modelflaulen. Vom Military-Boom im Modebereich der letzten Zeit hat die Familie Karlen in ihrer kleinen Sattlerei oben am Berg nicht allzu viel mitbekommen. Auch nicht von der grassierenden Logo-Wut der jüngeren Generation: „Wir leben hier in einer Randregion.“

Vor etwa vier Jahren suchten Titus Karlen und seine Familie nach einer neuen Absatzidee im kleiner gewordenen Sattlereimarkt. Die bestickten Edelweißgürtel verkauften sich nicht mehr so gut. Mit dem Geruch der heimatlichen Bergwelt hatte

die Idee denn auch wieder zu tun, die dem über 70-jährigen Schumacher und Sattler (gemeinsam mit Walter Maurer, einem freischaffenden Ethnodesigner) damals kam, mit Beständigkeit und Tradition und dem Stolz auf gute Materialien. Handwerk sollte Handwerk bleiben. Die anvisierten Käufer: Touristen und patriotische Einheimische.

Daraus ist nichts geworden: Die Accessoires aus den alten, bräunlichgrauen Decken, die die Sattlerei seit Ende 1999 herstellt, die Einkaufstaschen, Bodybags, Brillenetuis oder Geldtaschen mit dem bei größeren Objekten eingewobenen und ansonsten aufgestickten weißen Kreuz auf rotem Grund, sind eher auf Raves als bei zünftigen Bergwanderern zu finden. Die „Army Recycling Collection“ der Familie Karlen: ein Modetrend, der bei den Eidgenossen gerade einen ersten Höhepunkt findet und außerhalb des kleinen Landes (inklusive bzw. vor allem in Japan) im Kommen ist.

Zum großen Erstaunen ihres Schöpfers: „Wie ich gesehen habe, dass wir Erfolg haben, bin ich nach Bern gefahren und habe meine Idee als geistiges Eigentum schützen lassen.“ Eine weise Entscheidung, die jedoch nur bis zu einem gewissen Punkt vor Nachahmern schützt: Zwei Zürcher Studenten entwarfen einen mit Armee-

unternehmen in diesem Herbst in seiner Kollektion führt. 3000 Stück mit integriertem Schweizer Offiziersmesser, von denen bei Markteinführung im heißen August in den ersten 24 Stunden bereits 500 abgesetzt wurden und von denen mittlerweile nur mehr mit viel Glück eine (etwa bei Harrods in London oder in den Galeries Lafayette in Paris) zu bekommen ist. „Die Jacke ist ein Kultobjekt“, sagt Strellson-CEO Pichler – und der Run darauf gibt ihm Recht.

Mit der „Lust auf Heimat“, wie Werbeleute sagen würden, hat der Trend allerdings wenig zu tun. Auch wenn die „Swissness“, jener Schweiz-Boom nach dem Grounding der Swiss Air, durchaus den Erfolg seiner Produkte beflügelte, wie Karlen zugibt. Es ist die Wiederentdeckung von einmal ins Schmutzdeckel abgeschobenen Materialien, von der auch die gute alte Schweizer Armeedecke profitiert. Die Freitag-Taschen etwa aus alten Lkw-Planen (auch sie kommen aus der Schweiz) sind mittlerweile nicht mehr aus unseren Städten wegzudenken.

Inmitten der Schweizer Drei- und Viertausender, im verschneiten Törbel, sind der Familie Karlen und wohl auch dem Rest des Dorfes andere Fragen wichtiger als das Ausschlagen des Trendbarometers: Gegen elf, wenn daheim der Herd (und der

Gemahl) ruft, unterbrechen viele der Frauen die Arbeit. Flexibel müsse man sein, sagt Herr Karlen. 90 Prozent der Bewohner mussten früher außerhalb des abgelegenen Dorfes Arbeit finden. Jetzt, seitdem die Sattlerei Karlen zum größten Arbeitgeber aufgestiegen ist, sind es einige Prozent weniger. „Um die zehn Frauen aus dem Dorf arbeiten für uns, früher waren wir ein reiner Familienbetrieb.“ Weiter wachsen wolle man allerdings nicht, denn dann müsse man womöglich noch jemanden kündigung: Irgendwann sei der Trend vielleicht vorbei.

Danach schaut es im Moment allerdings gar nicht aus. In der Schweiz ist der Markt zwar gesättigt, andere Märkte aber liegen brach. Die Japaner fliegen auf die Deckenprodukte, Deutsche und Österreicher kennen sie in der Regel noch nicht. Wo es sie dort zu kaufen gibt, das weiß Herr Karlen gar nicht.

„Wenn die Nachfrage sinkt, werden wir uns schon nach etwas anderem umschaun“, sagt er mit eidgenössischer Gleichmütigkeit. Wer weiß, worauf die unten im Tal als Nächstes abfahren. ■

Informationen über die Sattlerei Karlen unter www.karlenswiss.ch. In Österreich sind die Produkte nur in Innsbruck (Kunstklause, Kiebachgasse 19) und in Tschaggans (Schotulla, Kreuzgasse 3a) erhältlich. Infos zur Sitzbank von Fashionsteel unter www.fashionsteel.ch