

Jeder Kunde ist sein eigener Designer

Autor(en): **Bonilla-Gurzeler, Veronica**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Zenit**

Band (Jahr): - **(2006)**

Heft 4

PDF erstellt am: **23.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-820834>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

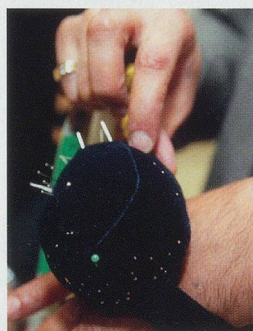
Jeder Kunde ist sein eigener Designer

Im Mass-Corner werden Anzüge, Hemden oder Kombinationen nach Mass gefertigt. Das Ungewöhnliche daran: Wer hier einkauft, unterstützt eine wohlthätige Institution eigener Wahl. Club-sixtysix-Mitglieder erhalten zudem zehn Prozent Ermässigung.

Die Vielfalt ist berauschend: Aus 50 Modellen kann der Kunde im Luzerner Mass-Corner den Schnitt seines Anzugs wählen. 2000 Stoffe von erstklassigen Herstellern wie Zegna, Cerruti, Scabal oder Barberis stehen zur Verfügung. Vieles ist variabel. Soll der Schlitz hinten in der Mitte oder beidseitig sein? Welche Art von Innentaschen genügt den Anforderungen? Soll für einen Vortrag etwa ein ungefaltetes A4-Manuskript Platz haben? Vielleicht wünscht sich der Träger, nach einem opulenten Dinner die Hosenbundweite mit einem Handgriff bequem vergrössern zu können?

Und dann die Details, die jedem Anzug eine persönliche Note verleihen: Es können Name, Monogramm oder bei einem Hochzeitsanzug das Heiratsdatum auf der Innentasche eingestickt werden. Oder das Innenfutter: Solls eine Kontrastfarbe sein, um diskret einen Akzent zu setzen, oder eher klassisch Ton in Ton? «Für Neukunden ist es verblüffend, wie individuell sie ihren Anzug gestalten können», sagt Dragan Ilic, Besitzer des Mass-Corners. Zudem steht ein Sortiment an passenden Accessoires wie Gürtel, Krawatten oder Manschettenknöpfe zur Auswahl.

Seit bald zehn Jahren führt der 35-Jährige das kleine, aber feine Lokal im Luzerner Löwencentrum. Ilic ist gelernter Textilfachmann. Nachdem er bereits mehrere Jahre lang Abteilungsleiter in einem Orientteppichgeschäft war, suchte er nach einer neuen Herausforderung und eröffnete im April 1997 den Mass-Corner. Damals wurden die Anzüge, Hemden und Kombinationen noch vom Bündner Textilhersteller Truns geschneidert. Doch die Firma ging bald in Konkurs, und mitt-



Eine Vielfalt, die Männerherzen höher schlagen lässt. Im Mass-Corner hat Mann die Qual der Wahl.

lerweile lässt Ilic in Tschechien nähen: «In der Schweiz wurde es stets schwieriger, einen Produzenten zu finden, der unseren Ansprüchen genüge», erklärt er. «Hier fehlt es zunehmend an Spitzen-Berufsleuten, weil die Löhne für Schneider tief sind und es kaum mehr Ausbildungsplätze gibt. In Tschechien ist das noch ganz anders.» Vom gleichen tschechischen Betrieb kommen auch Anzüge von Joop und Boss.

«Es muss passen wie angegossen.» Das ist die Anforderung an ein massgeschneidertes Kleidungsstück. Das braucht Zeit. «Ein Neukunde muss zwei bis drei Stunden reservieren für Beratung, Ausmessen und Wahl der Materialien», sagt Ilic. Zehn bis fünfzehn Tage dauert es danach, bis der Anzug, das Hemd oder die Kombination fertig ist. Kostenpunkt für ein Masshemd: 179 Franken. Ein Anzug kann je nach Ausstattung zwischen 800 und 4000 Franken kosten. «Nach Wunsch beraten wir die Kundschaft auch am Arbeitsplatz oder bei sich zu Hause, selbstverständlich auch ausserhalb der Geschäftszeiten.»

Besonders beliebt ist die Heimberatung. Zu den Vorteilen zählen Zeitersparnis, das persönliche Ambiente und die hundertprozentige Diskretion, die bei der Käuferschaft von Massbekleidung eine Grundvoraussetzung ist. «Zu unseren Stammkunden pflege ich eine Vertrauensbeziehung», so Dragan Ilic. «Die persönliche Ebene ist das A und O. Während einer Beratung philosophieren wir auch über Gott und das Leben.» Der Jungunternehmer sagt, es sei ihm immer einfach gefallen, mit Leuten in Kontakt zu treten, und im Gespräch spürt man, wie viel Freude es ihm bereitet, seine Kundschaft zufriedenzustellen.



«Will man Erfolg haben in diesem Beruf, darf man sich nicht zu schade sein zu dienen. Die Leute sollen sich bei uns wohl fühlen wie gern gesehene Gäste», verrät er sein Erfolgsrezept. Daneben braucht ein Massanzug-Berater sicher auch noch eine Portion Menschenkenntnis. Denn er muss abschätzen können, wer offen für welche Trends ist. Und er braucht Fingerspitzengefühl, um einem Kunden etwa vorzuschlagen, die Hemdkragengrösse zu verkürzen, damit sein Nacken optisch etwas länger erscheint. «Unser Ziel ist, die Träger unserer Kleidungsstücke im besten Licht erscheinen zu lassen», sagt Ilic.

Neben der geschäftstüchtigen Seite nimmt Dragan Ilic auch seine soziale Verantwortung wahr. «Vergessen wir nicht, dass wir zu einer Minderheit auf diesem Planeten gehören, die das Privileg hat, genug Mittel zu besitzen, um ein normales Leben zu führen», ist auf www.masscorner.ch nachzulesen. Der gebürtige Serbe, der zehn Jahre alt war, als er mit seiner Familie in die Schweiz kam, hat beschlossen, von allen Verkäufen einen bestimmten Betrag einer Non-Profit-Organisation zukommen zu lassen. Der Käu-

«Es muss passen wie angegossen», lautet die Devise von Dragan Ilic, Besitzer des Mass-Corners.

fer bestimmt, ob er Bergbauern, Caritas, das Rote Kreuz, seinen persönlichen Verein oder einfach Menschen in Not unterstützen will. «Er entscheidet selbst, wir überweisen in seinem Namen», so Ilic. Den Kunden entstehen dadurch keine Mehrausgaben. «Der Betrag geht zulasten unserer Marge. Im Moment beträgt die gespendete Summe fünf Prozent des jeweiligen Verkaufspreises.»

Ein guter Grund, seine Einkäufe im Mass-Corner zu tätigen. Einen weiteren Vorteil haben club-sixtysix-Mitglieder: Sie erhalten im Mass-Corner zehn Prozent Rabatt. Veronica Bonilla-Gurzeler

Werden Sie club-sixtysix-Mitglied!

Der club sixtysix wurde im Jahr 2005 als Förderverein zugunsten von Pro Senectute Kanton Luzern gegründet und ist ein neuartiges Mitgliedschaftssystem für Jung und Alt. Der Zweck besteht darin, die Kantonale Pro Senectute-Organisation jährlich regelmässig zu unterstützen. Für 66 Franken im Jahr erhalten Einzelmitglieder attraktive Einkaufsvergünstigungen in rund 220 Firmen und Geschäften. Firmenmitglieder (Gönner) erhalten für 666 Franken pro Jahr viermal das Lifestyle-Magazin «Zenit» zugestellt sowie zehn Prozent Inserate-Rabatt im «Zenit». Zudem Einladungen zu Anlässen und Events sowie eine Erwähnung im Jahresbericht.

Postanschrift: club sixtysix, c/o Pro Senectute Kanton Luzern, Bundesplatz 14, 6003 Luzern.
Clubkonto: Postfinance 60-660660-4