

## Ein Geschäft, das alle Kräfte bindet

Im Krefelder Familienunternehmen Ascot werden seit 1908 Krawatten handgefertigt – Es ist die letzte verbliebene Firma in Deutschland

VON CHRISTIANE VIELHABER

Für Barbara Pauen teilt sich die Männerwelt in zwei Gruppen. Und die Trennlinie verläuft ziemlich genau beim 35. Lebensjahr. „Die unter 35-Jährigen sind kein Problem.“ Die darüber schon, jedenfalls für die Fachfrau.

Barbara Pauen führt gemeinsam mit ihrem Vater und ihrem Bruder die Firma Ascot in Krefeld. Das Familienunternehmen, 1908 gegründet, ist die letzte verbliebene Firma in Deutschland, in der Krawatten noch von Hand gefertigt werden. In einem unscheinbaren Gebäude in einem unscheinbaren Viertel.

Mit ruhiger Hand arbeiten hier Frauen und Männer, schneiden Seidenstoffe, messen mit Pappschablonen ab, nähen Bahnen zusammen. Krempeln die Krawatten

auf links und wieder zurück. „Das Besondere an unseren Krawatten ist, dass das Futter aus demselben Stoff ist wie die Vorderseite“, sagt Pauen. Bei Billigware wird daran gespart. Drinnen wird dann noch ein Fließ eingearbeitet, damit sich die Stoffbahnen nicht gegeneinander verschieben. Das sind viele Arbeitsschritte.

Erkennen kann man eine handgemachte Krawatte vor allem an den Kanten. Bei Billigprodukten aus China wird die Kante eingebügelt und ist entsprechend flach und hart. Bei handgemachten Stricken ist sie ganz weich. Die Krawatte soll einen guten Griff haben und die Seide soll „knirschen“, wenn man sie in die Hand nimmt.

Die Familie kauft die Seidenstoffe für die Krawatten in Italien – die Ware wird vor Ort auf Qualität geprüft. Das ist Vertrauenssache,

Händler und Käufer können sich schon lange. 1,50 Meter ist die Standardkrawatte lang (für besonders große Männer 1,65 Meter) und 7,5 Zentimeter breit. Das macht etwa einen halben Meter Stoffverbrauch pro Stück. Das ist seit 1908 so.

### Die Talsohle ist überwunden

Was die Mode und die Akzeptanz der Binder angeht, haben die vier Generationen der Familie allerdings schon viele Änderungen miterlebt. „Krawatten sind ein schwieriges Geschäft“, sagt Barbara Pauen. Bei Ascot haben einmal mehrere Hundert Menschen gearbeitet, jetzt sind es noch 50 – zu stark war die Konkurrenz von Billigproduzenten und zu schwach zeitweise der Absatz.

Doch die Talsohle scheint überwunden: Zur Zeit ist die Verkaufslage stabil. „Krawatten sind heutzutage für die jungen Leute nicht mehr ideologisch belastet“, sagt Pauen. Zur Konfirmation, zu Abi-Feiern, zu Familientreffen werden sie wieder getragen, ohne dass damit irgendein Statement verbunden ist. Es gilt einfach als schick und als angemessen für einen wichtigen Tag.

Barbara Pauen erinnert sich, dass selbst oder gerade in ihrer Familie die Krawatte mal umstritten war. Ihr Bruder rebellierte einst als Punk. Das gehörte einfach dazu. Danach stieg er dann doch in den Betrieb ein. „Heute sind die Jungen angepasst.“ Aber wie sollen sie sich auch absetzen, wenn der Vater die gleichen Schuhe und dieselbe Jeansmarke trägt?

Ihre große Zeit hatte die Krawatte und damit auch die Firma nach dem Krieg, in den 50er und 60er

Jahren. Es war die Zeit des Wiederaufbaus, der Herr trug selbst beim Wochenendausflug zum Drachenfels Anzug und Krawatte. Man wollte wieder jemand sein, Ordnung herstellen. Die Stimmung kippte in den 70er Jahren, als die junge Generation gegen die bürgerlichen Eltern meuterte. Auf der Carnaby Street in London wurden grellbunte Krawatten mit psychedelischen Mustern verkauft. Die Beatles und Rolling Stones trugen schmale Lederkrawatten. Die Firma Ascot musste mitziehen – die Lederkrawatte ist übrigens bis heute beliebt. Ein echter Longseller.

Während der Ölkrise in den 70er und 80er Jahren ging es auch dem Krawattengeschäft sehr schlecht. Die Angst ging um – und Nebenarbeiten wie Binder gerieten in Vergessenheit. In den 90er Jahren dann wurde es – ähnlich wie in der Popmusik – wieder grell. Krawatten mit bizarren bis lächerlichen Mustern waren der Hit. Sie waren als Verkörperung der Tradition gedacht. Und sahen überdies scheußlich aus. Und dann kamen die Finanzkrisen Anfang des neuen Jahr-



Barbara Pauen mit Bruder Jan und Vater Wolfgang Moese



Schablonen für die Zuschnitte

FOTOK: ASCOT/VIELHABER

”

Am Absatz und den Designs lassen sich wirtschaftliche und politische Entwicklungen ablesen – eine Art Krawatten-Index

tausends. Die allgemeine Depression machte das Geschäft mau. Wenn man so durch die Geschichte geht, könnte man fast von einem Krawatten-Index reden.

Seit ein paar Jahren geht es aufwärts – eben besonders dank der Kundschaft unter 35 Jahren. Bei Ascot werden jedes Jahr zwei Kollektionen gefertigt – 85 bis 100 Designs in jeweils vier Farbvariationen. Der aktuelle Trend: megakleine Muster, gedeckte Farben.

Barbara Pauen finde es gut, wenn die Männer (und die Händler) etwas mutiger wären, was die Muster angeht.

Aber derzeit regiert abwartende Zurückhaltung. „Schade, die Krawatte ist doch das einzige Accessoire, das der Mann hat.“ Da könnte man einfach mehr rausholen. Vor allem, weil die Anzüge derzeit zwischen Grau und Schwarz chan-

gieren. Farbtupfer sind aber offensichtlich nicht gefragt. Und es bleibt da das Grundproblem mit den über-35-jährigen Männern. „Sehr viele deutsche Männer sind sehr schlecht angezogen“, sagt Barbara Pauen. Bequemlichkeit geht über alles – und dazu gehört nun mal keine Krawatte. In Ländern wie Italien oder Frankreich sei das ganz anders.

Bei Ascot arbeitet man deshalb weiter unbeirrt am Erscheinungsbild des Mannes. Eine Krawatte zu nähen, dauert etwa 40 Minuten. Die Firma vergibt die Produktion wie von jeher auch an Heimarbeiterinnen. Große Pappschachteln mit deren Namen stehen in einem Regal bereit zur Auslieferung.

Heimarbeiter, das erinnert an die alten Zeiten, als Krefeld die „Samt- und Seidenstadt“ Deutschlands war. Im 17. Jahrhundert wur-

de Krefeld Zufluchtsort der verfolgten Mennoniten. Darunter waren viele Weber und Handwerker, die erste Seidenweberei entstand und ihr folgten viele weitere. Die Seidenbarone, wie die Dynastien später genannt wurden, machten Krefeld reich. Bald war die Hälfte der Bevölkerung in der Branche beschäftigt. Viele arbeiteten zu Hause an ihren Webstühlen. Heute gibt es nur noch zwei Webereien.

Und die Firma Ascot. Eine handgemachte Krawatte kostet im Laden zwischen 49 und 109 Euro. Und ist bei guter Behandlung lebenslang haltbar – das heißt: nie mit Wasser reinigen und dem Stoff in Tragepausen Erholung bieten, auf einem Bügel hängend oder aufgerollt. Natürlich nicht ohne vorher den Knoten zu lösen.

Ascot-Krawatten haben übrigens viele Menschen am Hals, die davon gar nichts ahnen. Denn die Firma produziert auch Stücke mit „private labeling“, also für Firmen und Vereine. In der Nähhalle hängen zum Beispiel Binder mit dem Aufnäher „Borussia Dortmund“. Die Fußballer wissen eben noch, was sich gehört.



Handarbeit bis zum letzten Stich

Lesen Sie weiter  
auf Seite 4/5

TSSGS\_001

Lesen Sie weiter  
auf Seite 6/7