



Checker und Schwabe: Peter Plotnicki (li.) ist ein Mode-Maniac, Rudi Loder ein gelernter Metzger. Beide eint eine mittelständische Passion. So richteten sie die alte Fabrik in Albstadt nahe Stuttgart wieder her.

Fotos: Merz b. Schwanen

## Made in Germany

Geiz war geil: Viele Jahre lag die Textilproduktion auf der Schwäbischen Alb unter der Globalisierung begraben. Zwei Männer schaffen mit der Manufaktur „Merz beim Schwanen“ einen Neuanfang. Eine Geschichte aus Deutschland.

Von Rebecca Casati

**Berlin / Schwäbische Alb** – Manchmal fällt der Blick zufällig auf etwas, und plötzlich rücken die Dinge in einen Zusammenhang, ergeben einen Sinn. Bei Peter Plotnicki war das ein Hemd.

Die Geschichte Deutschlands steckte in diesem Hemd, und gewissermaßen auch die Geschichte vom Rest der Welt. Die Geschichte einer Branche, die aus Hungersnot geboren wurde, die es zu großem Reichtum brachte, die Krieg und Zerstörung und Rassen-Raserei überstand, bevor sie dann in die Knie ging. Es war die Geschichte vom Schlupfosenkönig Schöllner, von den Turbokapitalisten und von Theodore Levitt, der als Sohn zweier Schuster in Hessischen geboren wurde, vor den Nazis nach Amerika floh und später, als Harvard-Professor, den Begriff „Globalisierung“ mitprägte.

All das liegt an einem Morgen kurz nach Ostern 2010 vor Peter Plotnicki.

Es ist in Berlin-Mitte, auf dem Mauerpark-Flohmarkt, wo jeden Sonntag Tausende junge, manche würden sagen, unerträglich hippe Menschen umherschweben. Es ist dies ein Anblick, bei dem dem Komödianten Rainald Grebe lustige Lieder einfallen würden. Peter Plotnicki aber verschlägt es die Sprache, als er auf einem Tisch etwas entdeckt, „das ich im Original noch nie gesehen hatte“: ein langärmeliges Hemd, wie es in den 1920er, 1930er Jahren in Europa Arbeiter als Unterwäsche trugen. Mit langer Knopfleiste und Ärmeln, die auf Dreiviertellänge enden, damit der Arbeiter nicht in eine Maschine gerät. Rundgestrickt, so dass ihm beim Bücken, Heben oder Sitzen die Nähte nicht die Haut aufscheuern. Mit dreieckigen Einsätzen unter den Achseln, die ihm mehr Bewegungsfreiheit ermöglichen, und mit einem kleinen, halbkreisförmigen Einsatz im Nacken, das seinen herabrinnenden Schweiß auffängt.

**Es gibt eine neue Sehnsucht: nach Sinn, Glaubwürdigkeit, Qualität und Entschleunigung.**

Anders als die meisten Menschen konnte Peter Plotnicki diese Details identifizieren. Die – wie Plotnicki es empfand – Zusatzsensations: Dieses fast 100 Jahre alte Hemd war noch nie getragen worden. Man muss jetzt kurz erklären, was Peter Plotnicki für ein Mensch ist. Auch dann versteht man vielleicht noch nicht hundertprozentig, wie jemand derart in Wallung geraten kann, wenn er ein Unterhemd auf einem Flohmarkt sieht. Aber man kapiert, dass Plotnicki etwas von seiner Sache versteht. Und wie ernst es ihm damit ist.

Plotnicki lebt und arbeitet in Berlin, zusammen mit seiner Frau betreibt er ein Designbüro.

Schon als Kleinkind, sagt seine Mutter, habe er sich in Geschäften sofort auf das Beste, Teuerste gestürzt. Heute ist er ein Mann, der seine innere Balance in seiner äußerlichen Verfeinerung gefunden hat. Wobei die unter anderem darin besteht, dass sie für nur sehr wenige Menschen sichtbar ist, ja, deren Raffinesse sogar so weit geht, dass sie zweigleisig funktioniert, ähnlich einer Geheimsprache.

99,9 Prozent der Menschen werden in Plotnicki einen Mann von Ende 40, Anfang 50 sehen, der eine etwas verbeulte Jeans zu robusten Stiefeln und einem gefütterten Anorak trägt. Was kein Wunder ist, denn es ist Winter. Ein paar andere aber sehen an ihm die Reproduktion einer Levis von 1933. Sie erkennen die „Service

Boots“, Arbeiterstiefel, die die kanadische Firma Viberg in den 1950er Jahren erfand. Sie sehen möglicherweise, dass sein Anorak aus derselben wasserfesten Baumwolle gewoben ist wie die, die die britische Armee im Zweiten Weltkrieg trug. Seine Brille, seine Uhr, kurzum: Jedes Detail an Plotnicki wurde vor mindestens 60, 70 Jahren erfunden, und zwar nicht, weil es irgendeiner Mode folgte, sondern weil es Sinn machte. Plotnicki weiß fast alles und sammelt sehr vieles aus dieser Zeit.

Und das Hemd auf dem Flohmarkt? Es war ein Puzzleteil, von dem er noch nicht einmal wusste, dass es ihm fehlte. „Industrial“ oder „Vintage“ nennt Peter Plotnicki seinen Kleidungsstil. Aber eigentlich, sagt er, gibt es dafür keinen gültigen Namen. Er kleidet sich jedenfalls schon seit seinem Studium so.

Wenn man Plotnicki heute einen Sonderling nennen will, dann muss man sagen: Er ist nicht der einzige. Bei www.Geschichtsforum.de, einer Internet-Community für Historienbegeisterte, schreibt jedenfalls ein gewiss herrlich sonderbarer Mensch namens Dirk:

*Hallo in die Runde, ich besitze ein Adlerfahrad aus dem Jahr 1937. Nun möchte ich mich passend zu dem Fahrrad kleiden. Aber nicht, so wie „alle“, also mit Knickerbockerhose usw., sondern wie ein Arbeiter in Deutschland in der Zeit, der sich auf dem Heimweg befindet. . . . Wo könnte ich eventuell fündig werden?*

Diese Ästhetik, wie sie auch Plotnicki zelebriert, mag nach „Special Interest“ klingen, verbreitet sich in Wahrheit aber schon seit einiger Zeit, ohne dass jemand sie recht zu benennen vermag; vielleicht, weil sie die Bedeutung des Wortes „Trend“ ebenso erfüllt wie unterläuft. Kein Modedesigner hat diesen Stil erfunden, er ist vielmehr der Ausdruck einer um sich greifenden Sehnsucht; nach Sinn und Authentizität, nach Glaubwürdigkeit und Entschleunigung. Eine logische, aber trotzdem unerwartet massive Begleiterscheinung von Digitalisierung und Globalisierung.

Man erkennt diese Sehnsucht beispielsweise daran, dass der moderne Mensch beginnt, seine Wohnung mit Artefakten aus Handwerksbetrieben, Labors oder Arztpraxen aus der Bauhaus-Zeit zu dekorieren. Dass er sich alte Apothekerflaschen ins Badezimmer stellt, sein Geschirr in den alten, von schöner Patina gezeichneten Werkbänken verstaut, auf Ebay rostige Werkstattthocker oder verbeulte Fabrikklampen ersteigert, die bis zu 500 Euro kosten – weil, ja, weil das eben auch alles Dinge sind, die irgendwann mal einen anderen Sinn gehabt haben als den, dass irgendwo auf der Welt jemand noch reicher wird. Und weil solche Dinge dem Menschen von heute eine Geschichte erzählen, nämlich seine eigene. Die davon handelt, wie er, oder besser gesagt: seine Vorfahren allen Widrigkeiten zum Trotz die Welt durch eigener Hände Arbeit besser machten; all dies handelt von der Idee der *labor manuum*.

Die Dinge, die der Turbokapitalismus und die Global Players produzieren, können nun mal keine solchen Geschichten erzählen, zumindest keine, die man erträgt. Wie die unserer Kleidung.

Seit den letzten drei Jahrzehnten werden die meisten Textilien dieser Welt in den ärmsten Ländern produziert, es wird in dieser Branche nie Vollautomatisierung geben, weil man für die Textilienherstellung nun mal Menschen und ihre Hände braucht; nur ist das eben die un-

menschliche Variante der *labor manuum*. Solange es Billiglohnländer wie Bangladesch, Äthiopien oder Südkorea gibt, so lange wird es Ausbeutung und Unterdrückung geben. Und bei allen kundenfreundlichen Vorzügen von Billigketten entsteht auch immer mehr Bewusstsein für Produkte und ihre Herkunft. Vielen Konsumenten dämmert gerade, dass an einem Hemd, das 7,99 Euro kostet, etwas nicht stimmen kann. Und sie brauchen Bilder und Geschichten, die sie einsetzen können gegen das diffuse und deshalb besonders beschmutzende Schuldgefühl, etwas am Leib zu tragen, das am anderen Ende der Welt von einem halb verhungerten, zu Tode erschöpften Kind zusammengeheftet wurde. (Siehe dazu auch den Leitartikel auf Seite 4).

**Für einen Schwaben ist Untätigkeit eine Art Diaspora, sie ist absolut unerträglich.**

Kurz nach Ostern 2010 jedenfalls klingelt bei dem Textilfabrikanten Rudi Loder im kleinen Städtchen Albstadt auf der Schwäbischen Alb das Handy. Was für die Umstehenden jedes Mal bedeutet: 40. Sinfonie von Mozart in G-Moll, ohrenbetäubend laut und digital übel entstellt. Loder ist nicht der Typ, der sich mit dem Runterladen angesagter Klingeltöne aufhält, im Gegenteil. An seinem Handy interessiert ihn vor allem die integrierte Taschenlampe.

Loders Passion sind alte Maschinen. Er könnte jede auf dieser Welt auseinandernehmen und wieder zusammenbauen. Er sammelt sie, und nicht immer erfährt seine Frau davon; zum Beispiel von dem

Baden-Württemberg ist neben Bayern das reichste Bundesland Deutschlands; vor allem durch seinen Mittelstand. Man denkt bei Schwaben an Autohersteller und Maschinenbauer; doch zunächst war es die Textilindustrie, die diese Region und ihre Bewohner wohlhabend machte. Was auch mit dem Klima zusammenhing. Die Winter auf dem Hochplateau der Schwäbischen Alb sind lang und hart, die Sommer immer ein paar Grad kälter als unten im Tal. Im März 2005 wurden in Albstadt mal 36,1 Grad Kälte gemessen, deutscher Minusrekord. Die Böden der Region sind steinig und hart, Rohstoffe gibt es quasi keine.

Bereits im 17. Jahrhundert verlegten sich die Menschen hier auf die Schafzucht, auf ihren Äckern wuchs ja nichts. Um 1850 war die Hungersnot so groß, dass die Regierung handbetriebene Strickmaschinen an die Bauern verteilte. Und so begann es. Nach und nach entstanden in der Region Hunderte kleinere und größere Betriebe.

Einige, wie der Wäschehersteller „Mey“, sind bis heute erfolgreich in Familienhand. Andere, wie der vom ehemaligen „Schlupfosenkönig“ Ernst Schöllner, wurden von größeren Unternehmen geschluckt, die in Indien, Bulgarien oder der Türkei produzieren. Nicht alle, die bis heute erfolgreich sind, spielten eine rühmliche Rolle im Dritten Reich, wie Trigma, wo jüdische Zwangsarbeiter beschäftigt wurden – und deren heutiger Chef, der umtriebige Wolfgang Grupp, die Zeichen erkannt hat und sich in Talkshows als menschlicher Patriarch und Förderer der Region präsentiert.

Jedenfalls habe es Zeiten gegeben, sagt Rudi Loder, da habe jeder Zweite, den man in Albstadt auf der Straße sah,

den durchwirkten Umgebung gingen pleite oder verlagerten ihre Produktionen in Billiglohnländer. In den 90er Jahren waren 60 Prozent der deutschen Produktionen abgewandert. Plötzlich standen Leute, die ihr ganzes Leben dem Betrieb geopfert hatten, auf der Straße, weil ihr Job an jemanden in Taiwan gegangen war.

Bei vielen Familienbetrieben gelang auch der Generationswechsel nicht. „Die Väter“, sagt Loder, „haben viel Geld verdient und damit die Region gestärkt. Die Söhne bekamen schon mit 18 den Porsche auf die Straße gestellt, hatten nie Druck, haben nie aufgebaut, nur immer kaputtgemacht. Das gab sehr viel böses Blut. Es war schrecklich.“

Heute prägen die vielen leerstehenden Fabrikgebäude das Straßenbild.

Für einen Schwaben ist Untätigkeit das Unerträglichste überhaupt, die Diaspora. Loder und seine Frau taten, was andere auch taten: Sie wanderten aus, nach Afrika, Indien, Bangladesch und Pakistan. Zogen dort Textilmanufakturen auf, belieferten Mammutkonzerne wie Aldi und Lidl mit Wäsche. Wenn Loder davon erzählt, wirkt er wie einer, der in den Schlund eines Monsters geblickt hat.

In Pakistan hatten sie einen Fahrer, eine Köchin und einen Bodyguard, einmal flogen ihnen auf der Straße Kugeln um die Ohren. In Indien sahen sie, wie morgens die Leichen von der Straße gefegt wurden. Sie hatten einen 14-Stunden-Tag und einen halben freien Tag in der Woche. Zulieferer ließen zwei Tage vor Abgabe Termine platzen. Trotzdem produzierten sie weiter, denn Aldi und Lidl wollten mehr und mehr. Als ihre Ehe ins Trudeln geriet, zogen die Loders die Notbremse. Und gingen zurück nach Albstadt. Dort kauften sie heruntergewirtschaftete oder verwaiste Textilbetriebe. Einer davon hieß „Merz b. Schwanen“.

In den Fabrikhallen standen Strick- und Nähmaschinen, die noch aus Vorkriegszeiten stammten, aber funktionsfähig waren. Im Lager fanden sie Restbestände, langärmelige Unterhemden, und um Platz zu schaffen, gaben sie das ganze Zeug einem Händler in Berlin. Und er stellte sich damit an den Mauerpark-Flohmarkt. So kamen die beiden zueinander: der hoch aufgeschossene, weltgewandte und besonnene Plotnicki, der alle Ausgaben des seltenen japanischen Stil-Magazins *Free & Easy* sammelt und dessen Handy zwitschert wie eine chinesische Nachtigall. Und der kleine, kreges Schwabe Rudi Loder, der einen Freddie-Mercury-Schnäuzer trägt und das nicht minder spezielle Camping-Magazin *Promobil* liest. Der morgens gewiss nicht länger als zwei Sekunden darüber nachdenkt, was er anziehen soll, und der dann auch nichts Fabrikbesitzerhaftes hat, wenn er im Strickpulli durch den Betrieb läuft und „Tschüssle“ ruft.

Beide allerdings haben deutsches Handwerk in der DNA. Plotnickis Vater war Bergmann, Loders Zimmermann. Es waren Väter, die nach dem Krieg das Land wieder aufgebaut haben. Und die zwei verschiedenen Söhne sind – jeder sehr auf seine Weise – getrieben von einer ähnlichen Passion.

Nach einem ersten Treffen wurden gleich mal nicht viele Worte gemacht, es wurden keine Konzepte geschrieben und keine Umsatzprognosen verfasst. Die beiden vertrauten einander instinktiv und kamen schnell überein, die Arbeiterwäsche wieder herzustellen, das Sortiment farblich und historisch korrekt zu erweitern und in Details zu modernisieren; alles mit dem Geist und auf den alten Maschinen von einst, den sogenannten Rundstühlen, deren Motoren noch über

Lederriemen laufen, und deren Fadenlauf individuelle Spuren im Stoff hinterlässt.

Die Hemden, so beschlossen sie, sollten sämtliche aufwendigen Details von damals haben, kombiniert mit den Werten der Gegenwart: zertifizierte Baumwolle vom deutschen Händler, regionale Verarbeitung mit Traditionsbewusstsein. Und mit einer wahnwitzigen Liebe zum Detail. Und so wurden sie dann auch.

Jedes Hemd wird mit einem Schildchen versehen, das auf Webstühlen aus dem 19. Jahrhundert hergestellt wird. Dann wird es mit einem 80 Jahre alten Band versehen, an dem ein braunes Kärtchen hängt, auf dem zuvor von Hand das Firmenlogo aufgestempelt wurde. Es wird dann gemeinsam mit einer Beschreibung der Firmengeschichte in eine beigefarbene Kartonschachtel verpackt, die seitlich geklammert ist, so wie es früher üblich war und heute nur noch vereinzelt gemacht wird, weil es aufwendiger ist als eine geklebte Schachtel. Details sind dies, die die meisten Menschen möglicherweise nicht verorten können, wie sie auch nicht ahnen können, dass es Verarbeitungsdetails an den Hemden gibt, die heute nur noch wenige Näherinnen überhaupt beherrschen und die jeder Kosten-Nutzen-Rechnung widersprechen. Die ihren Preis haben – zwischen 69 und 190 Euro. Die man nicht im Internet-Shop kaufen kann, sondern nur in ausgewählten Läden. Deren Wert und Charisma sich offenbar trotzdem überträgt.

Plotnicki macht die Entwürfe, Loder setzt sie um. Loder weiß, wie man „Linie aufbaut“, einen Produktionsablauf stellt, wie man mit den Menschen im Ort kommuniziert. Plotnicki hat die richtigen Kontakte in der Welt. Berliner Checker- und Stuttgarter Schaffe-Mentalität.

**Die Welt wird hier nicht neu erfunden, aber doch etwas Verlorenes wiederbelebt.**

Schon die erste Kollektion der beiden, die Plotnicki 2010 auf der Berliner Modemesse „Bread and Butter“ neben einer von Loders alten Nähmaschinen vorstellte, schlug ein. Italien, England, Australien und vor allem Japan: Von überall her kamen Order für die Hemden, gefertigt in Deutschland. Manufaktur nahm die Sachen ins Sortiment. In der ersten Saison verkauften die beiden 5000 Teile hier; dieses Jahr sollen es 15 000 werden. Noch lange ist der Punkt nicht erreicht, an dem sie von diesen Hemden leben könnten. Andere möglicherweise schon. Loder sucht gerade Näherinnen, die die alten Nähmaschinen beherrschen, häufig sind es Rentnerinnen aus der Region.

Sowieso: Bei 80 000 Teilen ist die Expansionsgrenze erreicht. Mehr Stoff können die beiden, können auch diese alten Strickmaschinen im Jahr nicht produzieren. „Wir wollen nicht reich werden, sondern arbeiten“, sagt Rudi Loder. „Den Tag rumbringen, das können wir hier alle nicht. Ich liebe das Land, die Gegend. Nicht, dass wir die Globalisierung stoppen können, aber...“

Deswegen ergibt die Sache einen Sinn in einem Land, das so lange schon auf Schnäppchenjagd ist, und in dem so lange schon davon geredet wird, dass alles nur noch bergab geht. Diese sonderbare Geschichte einer Wiederbelebung auf der Schwäbischen Alb, diese Geschichte von Herrn Plotnicki und Herrn Loder, sie erzählt eben womöglich auch ein wenig davon, dass wir Menschen sein wollen – und keine Monster.



Vintage? Industrial? Solche Baumwollhemden trugen Arbeiter schon vor 100 Jahren. Der Einsatz im Nacken sollte den Schweiß auffangen.

Nähmaschinenmuseum in Tschechien, das ihr Mann mal komplett erwarb. Loders zweites großes Hobby ist Camping. Und dann hat er noch vier kläffende, flauschige Malteserpedel, er träumt aber auch von Dackeln. So einer also ist der Herr Loder. Er produziert, wie gesagt, Textilien, in erster Linie praktische Unterwäsche, die auf Wochenmärkten verkauft wird. Lange Unterhosen für 25 Euro, im Direktverkauf bei ihm für 15.

An diesem Tag kurz nach Ostern ist ein Berliner Geschäftspartner von ihm am Telefon: Du, sagt der, da ist ein Typ hier in Berlin, der dich unbedingt kennenlernen will. Plotnicki heißt der.

direkt oder indirekt für die Textilindustrie gearbeitet. „Die Leute hier haben richtig gut verdient. 60 bis 80 Millionäre gab es damals allein in diesem Ort: Das muss man sich mal überlegen.“

Und dann überlegt er es sich – und schüttelt traurig den Kopf.

Loder, Jahrgang 1963, war früher Metzger. Dann lernte er seine spätere Frau kennen. Ihre Familie fand, da gehe beruflich noch was beim Rudi. Also sattelte Loder um. Auf Textil.

Es waren die 1970er, 80er Jahre, die Zeit der weltweiten Liberalisierung der Märkte. Immer mehr Fabrikanten der rühmreichen und vom Mittelstandsgedan-