



IACDE-Welt-Präsident Georg Schumacher aus Kanada (links) und Manfred Thomanek, Präsident der deutschen Sektion.

## IACDE: „Wenn unsere Firmen Erfolg haben, sind wir zufrieden“

Die Mitglieder der IACDE (International Association of Clothing Designers and Executives) sind ausschließlich Fachleute, die in der Konfektion, bei Spinnereien und Webereien tätig sind. Sie treffen sich viermal jährlich zu Versammlungen, Arbeitstagen mit Exkursionen und bei Messen, so auch im August zur Herren-Mode-Woche Köln. Dort war der Weltpräsident der IACDE Georg Schumacher anwesend und stellte sich den Fragen von Bernhard Roetzel.

### ■ Was ist das für ein Gefühl, sich in Deutschland mit Kollegen aus aller Welt zu treffen?

Mit den deutschen Kollegen bin ich von Anfang an eng verbunden. Ich war bei der Gründung der deutschen Gruppe in Baltimore vor 25 Jahren dabei, damals noch als Dolmetscher. Ich bin stolz, die deutschen Kollegen durch das Auf und Ab der vergangenen Jahre begleitet zu haben.

### ■ Die Mitglieder der IACDE sind als In-House-Designer bei großen Konfektionären tätig. Wieso findet das Jahrestreffen hier am Rande der Herren-Mode-Woche beinahe im Verborgenen statt?

Wir sind nicht auf das Rampenlicht aus. Wenn unsere Firmen Erfolg haben, sind wir zufrieden.

### ■ Was ist das Erfolgsgeheimnis eines guten In-House-Designers?

Man muss vor allem eng mit den Kunden zusammenarbeiten.

### ■ Welche Trends sehen Sie für den nächsten Sommer?

Die weiche, leichte Verarbeitung. Die wird in Zukunft sogar noch wichtiger werden.

### ■ Viele Europäer kennen amerikanische Konfektionäre nur wenig oder gar nicht. Was kann die Alte Welt von der Neuen Welt in Sachen Verarbeitung lernen?

Vor allem können die Europäer von den Nordamerikanern lernen, wie man kundenorientiert arbeitet. Die Amerikaner wissen genau was sie wollen. Und genau das muss man ihnen dann auch bieten.

### ■ Wie sind Sie als Österreicher nach Kanada gekommen?

Wir waren nach dem Krieg Flüchtlinge. Als meine Frau und ich geheiratet hatten, schlug uns ein Pfarrer vor nach Kanada zu kommen. Ich bin aber jedes Jahr ein- bis zweimal in Deutschland.

### ■ Ist die österreichische Schneidertradition für Sie immer noch eine stilistische Heimat?

Ja. Aber das Handwerk ist es nicht allein, was den guten Modellmacher ausmacht. Man muss die Tradition des Handwerks mit der modernen Technik verbinden. Persönlich schneide ich aber nicht mehr zu, trotzdem hatte ich bis vor kurzem immer noch meinen Fingerhut in der Tasche.

### ■ Wie sehen Sie den Trend zur Maßkonfektion?

Wir führen in Amerika sehr viel Maßbestellungen aus. Das ergibt bei uns 25 % der Produktion. Und mein Kollege Herr Weber hat mir sogar erzählt, dass er mit Scabal 60 % Maßbestellungen ausführt.

### ■ Wie beurteilen Sie die Arbeit der italienischen Hersteller?

Die Italiener haben immer schon die Qualität und viel Gespür für die Mode gehabt. Trotzdem gibt es auch viele deutsche Hersteller, die einen unwahrscheinlichen Einfluss auf dem amerikanischen Markt

besitzen. Allerdings müssen sich die Deutschen immer ein bisschen mehr anstrengen, um akzeptiert zu werden.

### ■ Was sind Ihre persönlichen Voraussagen für die nächsten zehn Jahre?

Es wird weiter elegante Kleidung geben, vor allem zu besonderen Anlässen. Andererseits wird funktionelle, praktische Kleidung immer wichtiger werden. Vor allem muss die Kleidung aber bequem sein. Es wird sich manches ändern, Revolutionen sind aber nicht zu erwarten. Die Männer werden auch in Zukunft nicht in Wickelröcken herumlaufen.

## Rundschau

FÜR INTERNATIONALE HERRENMODE

118. Jahrgang

ISSN 0948-8448

Alle Angaben erfolgen ohne Verpflichtung oder Garantie des Verlages oder der Autoren. Sie haften nicht für etwaige inhaltliche Unrichtigkeiten (Produkthaftungsausschluss).

#### Organ:

Offizielles Mitteilungsblatt des Bundesverbandes des Bekleidungshandwerks e. V., Köln

#### Herausgeber:

Deutsche Bekleidungs-Akademie München

#### Verlag:

Rundschau-Verlag, Otto G. König GmbH & Co.

#### Geschäftsführer:

Frank Sellien

#### Redaktion:

Ohmstraße 15, 80802 München  
Tel. (089) 38 16 05-0,  
Fax (089) 38 16 05 14  
Postfach 40 15 68, 80715 München  
e-mail: rundschau@ebnerverlag.de  
Internet: www.ebnerverlag.de

#### Chefredaktion:

Friederike Meyer (verantwortlich)  
Tel. (089) 38 16 05-42

#### Redaktion:

Regina Wilhelm, Tel. (089) 38 16 05-41  
Sigrid Gass

#### Korrespondentin in Österreich:

Marlene Luppi, Oberzellergasse 1/2, 1030 Wien

#### Schnitttechnik:

Sabine David, Tel. (040) 25 49 42-68  
Elfriede Schober, Tel. 089/38 16 05-61

#### Verlag:

Karlstr. 41, 89073 Ulm  
Postfach 3060, 89020 Ulm  
Tel. (0731) 15 20-180, Fax -185

#### Anzeigen- und Vertriebsleitung:

Sema Torun, Tel. (07 31) 15 20-186  
(verantwortlich f. d. Anzeigenteil)  
eMail: torun@ebnerverlag.de

#### Anzeigenverwaltung:

Berta Reischl, Tel. (07 31) 15 20-180  
eMail: reischl@ebnerverlag.de

(Chiffre-Antworten mit der Chiffre-Nummer an den Verlag senden.)

#### Vertriebskoordination:

Rainer Herbrecht  
Tel. (07 31) 15 20-122

#### Abonnenten-, Bücher- und Fachartikel-Service:

Rundschau Verlag, Abo- und Vertriebservice  
Heuriedweg 19, 88131 Lindau  
Tel. (083 82) 96 31-13  
Fax (083 82) 7 80 91  
e-mail: abo.rundschau@guell.de

#### Anzeigenpreisliste:

Tarif Nr. 40 vom 1. 1. 2000, Anzeigenschluss jeweils am 1. vor dem Erscheinungsmontat.

#### Bezugspreise:

Einzelheft DM 21,50 zzgl. Porto. Im Abonnement (Inland): DM 198,90 (jährlich), inkl. Versandkosten. Im Abonnement (Ausland): DM 198,- zzgl. Versandkosten DM 40,- und Luftpostzuschlag DM 50,-.

#### Übersetzungen:

niederländisch, jeweils DM 72,-. (An Abonnenten in EU-Länder ohne UStdNr. zzgl. 7 % MwSt.)

Kündigungen der Abonnements sind nur mit Einhaltung einer Frist von 6 Wochen zum Ende des Bezugsjahres möglich.

#### Anzeigen Rundschau:

Ulmer Volksbank, BLZ 630 901 00  
Konto-Nr.: 3 905 004

#### Rundschau Abo- und Vertrieb:

Deutsche Bank, Offenburg, Konto-Nr.: 428 284  
BLZ 664 700 35

#### Erscheinungsweise:

Monatlich (mit 2 Doppelnummern Jan./Febr. und Juli/August), Nachdruck der Artikel einschl. Fotokopien und Nachbildung der Zeichnungen sind nicht gestattet. Für nicht verlangte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. Im Falle höherer Gewalt erlischt jeglicher Anspruch auf Nachlieferung oder Schadenersatz. Erfüllungsort München.

#### Herstellung:

■ Holzmann Druck,  
Gewerbestraße 2, 86825 Bad Wörishofen

Aus Gründen des Umweltschutzes ist die Zeitschrift auf chlorfrei gebleichtem Papier gedruckt.

Angeschlossen der Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e. V.

