Zeitschrift: Zenit
Herausgeber: Pro Senectute Kanton Luzern
Band: - (2006)
Heft: 4

Artikel: Jeder Kunde ist sein eigener Designer
Autor: Bonilla-Gurzeler, Veronica
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-820834

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 29.11.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

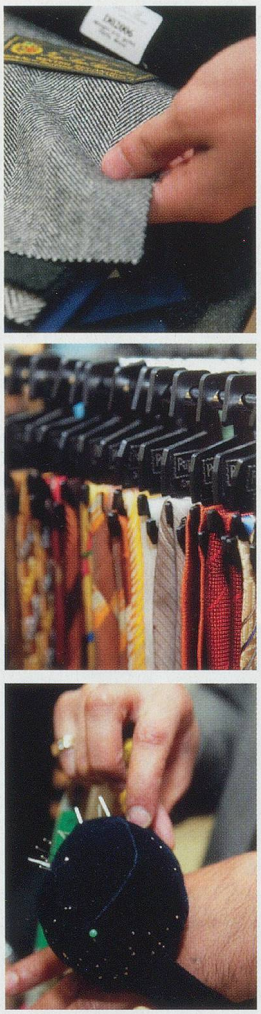
Jeder Kunde ist sein eigener Designer

Im Mass-Corner werden Anzüge, Hemden oder Kombinationen nach Mass gefertigt. Das Ungewöhnliche daran: Wer hier einkauft, unterstützt eine wohltätige 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 Löwencenter. 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 mittlerweile lässt Ilic in Tschechien nähen: «In der Schweiz wurde es stets schwieriger, einen Produzenten zu finden, der unseren Ansprüchen genügte», 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.



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

«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.

Fotos: Dany Schultheiss

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

«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 Käufer 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