

Bembel statt Flamingos

Weit geschnitten, bunt gemustert: In ein Hawaiiemhd passt viel Mann hinein. Jetzt gibt es die Bequem-Kleidung auch aus hessischer Produktion und in landestypischem Dekor. *Von Pauline Stahl*



Herstellungsbesprechung: Rebecca Schmalenbach und Christian Jakob

Grelle Farben, schrille Muster mit Flamingos, Palmenblättern oder Hibiskusblüten. Hawaiiemden sind selbst auf den Inseln ihres Ursprungs nicht jedermanns Sache, und doch findet das gewöhnungsbedürftige sommerliche Kleidungsstück neuerdings sogar in einer hessischen Variante Anhänger. Mit Bembelblumen statt Flamingos, mit Grüne-Soße-Kräutern statt Palmen und Weinreben statt Hibiskus. Aus einer Idee des Wiesbadeners Christian Jakob hat sich ein Online-Shop mit mehreren Kollektionen und immerhin rund 150 Bestellungen im Jahr entwickelt; Absatztendenz steigend.

Bei einem Spaziergang über den Wiesbadener Marktplatz vor drei Jahren kam dem 35 Jahre alten Designer die Idee. „Ich habe das Stadtwappen auf der Flagge vor dem Rathaus gesehen und dachte: Das sieht doch aus wie ein Hawaiiemhd.“ Also überlegte Jakob, selbst ein überzeugter Hawaiiemden-Träger, wie ein Muster mit den Lilien des Wiesbadener Stadtwappens aussehen könnte. „Ich würde das anziehen“, habe er gedacht. „Und so kam eins zum anderen.“ Mit einer befreundeten Schneiderin, Rebecca Schmalenbach, fand er die richtige Geschäftspartnerin. „Christian fragte mich, ob ich Lust hätte, nach der Arbeit zwei bis drei Hemden zu nähen“ erzählt Schmalenbach. Aus zwei, drei Hemden pro Woche wurden 30 Bestellungen an einem Wochenende und ein Label namens Schönwetterfront.

„Da habe ich erst mal kurz mit den Ohren geschlackert“, erinnert sich Schmalenbach. Die gelernte Damenschneiderin übernahm im ersten Jahr die Produktion komplett allein. Zeit dafür war nur nach Feierabend und am Wochenende. Im ersten Jahr schnitt sie mehr als 300 Meter Stoff zu, nähte mehr als 900 Knöpfe an, fertigte fast 800 Knopflöcher und knüpfte mehr als 5000 Knoten.

Weil die Wiesbadener keinen Kredit aufnehmen wollten, entschieden sie sich, die Herstellung ihrer ersten Hemden durch Crowdfunding zu finanzieren. Eineinhalb Monate lang sammelten sie über das Internet Geld. Im Gegenzug bekamen die Unterstützer ein Hemd ihrer Wahl zugeschickt. „Zwei oder drei Tage vor Ende der Aktion hatten wir das Geld zusammen“, sagt Jakob. Die erste Kollektion mit 200 Hemden ging an den Start. Dazu gehörten Exemplare bedruckt mit Wiesbadener Wappen, Rieslingtrauben, Vergissmeinnicht und Löwenzahn. Denn nicht nur typisch hessische, auch deutsche Designs sollte es geben. „Das Rieslinghemd war sofort ausverkauft“, erinnert sich Schmalenbach. „Viele Leute woll-



Dunkelblau auf Grau: das typische Bembelmuster

Fotos Cornelia Sack

ten es bei einem bestimmten Weinfest tragen.“ Die Nachfrage war so groß, dass der Online-Shop kurz nach der Eröffnung für einen Monat geschlossen werden musste.

Im vergangenen Jahr kamen dann Hemden mit Hopfen und Malz, Edelweiß und Enzian und den Kräutern der Grünen Soße dazu. „Natürlich ohne Dill, weil Dill gehört ja nicht rein“, betont Jakob. Beim neuesten Design kommen Apfelwein-Liebhaber auf ihre Kosten: Shirts, bedruckt mit Bembel-Mustern. „Das Bembel-Hemd ist seit Anfang April im Shop, da fangen wir jetzt mit der Produktion an“, sagt Jakob.

Der Designer selbst trägt im Sommer selten etwas anderes als ein Hawaiiemhd. Aber der große, stämmige Mann mit philippinischen Wurzeln weiß auch, dass das nicht jedem steht. Hawaiiemden sind sehr weit, gerade geschnitten, eine betonte Silhouette gibt es nicht.

Normale T-Shirts kann ja jeder, sagt Schmalenbach. Trotzdem gibt es im Online-Shop auch T-Shirts zu kaufen, auf

denen nur die Brusttasche bedruckt ist. „Das ist für Leute, die sich nicht trauen, ein Hawaiiemhd zu tragen oder es auf der Arbeit nicht dürfen.“ Die hessischen Hawaiiemden sind mit ihren kräftigen Rot-, Grün-, und Blautönen alles andere als unauffällig. In Deutschland sei diese Art der Oberbekleidung eher etwas für die Freizeit. „In anderen Ländern ist die Kleiderordnung legerer“, meint Jakob. Ihm sei das aber egal. „Schon während der Schulzeit hatte ich immer Hawaiiemden an.“

Die hessischen Hemden aus Bio-Baumwolle haben ihren Preis. Für 119 Euro sind sie momentan zu haben. „Wir würden gern an der Preisschraube drehen“, sagt Schmalenbach. Aber solange alles in Deutschland und mit Bio-Baumwolle produziert werde, sei das nicht möglich. „Es ist uns wichtiger, ein 100 Prozent deutsches Hemd zu schneiden, als den Preis zu drücken.“

Der Verkauf der Hemden ist laut Jakob saisonabhängig. Im Frühling und vor Weihnachten steige die Zahl der Be-

stellungen, sagt Schmalenbach, die sich um den Versand kümmert. Im Oktober und November sei es hingegen schwierig. „Im deutschen Wetter kann man auf Dauer nicht nur mit Hawaiiemden bestehen“, ergänzt Jakob. Deshalb will das Zweierteam demnächst den Schritt nach Amerika wagen und seine Hemden in Gebieten verkaufen, wo es länger warm ist. „Das habe ich mir für die zweite Jahreshälfte vorgenommen“, sagt Jakob. „Mal schauen, ob man mit einem deutschen Label auf den amerikanischen Markt kommt.“ Bei hessischen Auswanderern könnten die Hemden jedenfalls Heimatgefühle hervorrufen.

Die Ideenliste für weitere Produkte mit hessisch-hawaiianischem Design ist lang. Badetücher, Socken, Krawatten und Einstecktücher sollen noch kreiert werden. „Oft machen unsere Kunden Vorschläge, was wir noch produzieren könnten“, sagt Schmalenbach. Das Problem sei aber, dass sich der Stoff nicht für alles eignet. „Für manche Sachen sind die Muster zu groß, und dann wirkt es nicht mehr.“

Leben können die Schneiderin und der Designer vom Verkauf ihrer skurrilen Hemden bisher noch nicht, doch immerhin wollen sie mit ihrem Label expandieren. „Mein Traum wäre es, nur noch Hawaiiemden zu machen“, sagt Jakob. Auch Schmalenbach hätte nichts dagegen, mit den hessischen Hemden ihre Brötchen zu verdienen. „Mit den Mustern hat man das ganze Jahr über Sommer, ich kann mir Schlechteres vorstellen.“ Einen Schritt in Richtung Geschäftsausbau haben die beiden schon gewagt. Im März diesen Jahres nahmen Schmalenbach und Jakob an einem von Lufthansa Cargo ausgerichteten Wettbewerb teil. Gefragt waren hessische Unternehmen, die noch nicht ins Ausland verkauft. Dem Gewinner sollte ein Jahr lang der Vertrieb seines Produkts in einem Land der Wahl organisiert werden.

Auch wenn die Hawaiiemden aus Wiesbaden am Ende nur den zweiten Platz belegten, war der Wettbewerb laut Jakob und Schmalenbach eine schöne Erfahrung. Verrückte Ideen sind eben oft nicht die schlechtesten, und das Potential für einen weiter steigenden Absatz von Bembel- und Rieslingshirts ist nach Ansicht von Jakob vorhanden. „Wenn der Umsatz weiterhin so steigt wie bisher, beträgt das jährliche Wachstum 30 Prozent.“

Jedes Hawaiiemhd strahle etwas freundliches und positives aus. „Genau dieses leichte Lebensgefühl zeichnet auch die Träger aus.“ Jakob selbst besitzt 25 Hawaiiemden, sieben davon mit hessischen Mustern. Oft werde er darauf angesprochen, dass er nach Urlaub aussehe. „Hawaiiemden machen eben alles etwas freundlicher.“

GESCHMACKSACHE

VON JACQUELINE VOGT

Die Bete wie eine Blüte



Eines der schönsten Hotels in Frankfurt und Umgebung. Mit einem Restaurant, das sich im Sommer in einen Innenhof ausdehnt, in dem ein flacher Brunnen, ein Becken

eher, alles gleich ein paar Grad kühler erscheinen lässt: die Villa Kennedy. Lange war dort Dario Cammarata Küchenchef. Wie so viele andere gute Köche ist er inzwischen zu einem großen Caterer gewechselt. An seiner Stelle steht seit März Antonello de Marco. Zeit, dem Restaurant einmal wieder einen Besuch abzustatten.

So etwas wie ein Klassiker im „Gusto“ ist der Salat Villa Kennedy, und nach wie vor ist er eine gute Empfehlung. Es ist eine Kombination aus Blatt- und Feldsalat, Rucola und Kräutern der Grünen Soße und ein paar knackigen Scheiben eines leicht süßlichen Apfels. Über allem glänzt ein mildes Dressing. Dazu schmeckt hervorragend das sehr gute Brot, das großzügig serviert wird: ein lockeres mit hohem Roggenanteil und ein eher kompaktes mit ein paar eingebackenen schwarzen Oliven.

Nicht alles ist, wie man meint, dass es sein werde. „Chiodia-Bete, Salzkruste, Joghurt, Forellenkaviar“ klingt rustikaler als das ist, was dann serviert wird. Von einer Salzkruste ist nichts zu sehen. Stattdessen: zu einem blütenartigen Rund arrangierte hauchzarte Scheiben weißer Bete, mit Inseln von Joghurt auf dem Gebilde, auf denen wiederum die korallenfarbenen Kaviarperlen liegen. Hauchzarte Stengel roter Kresse verbinden die Joghurt-Kaviar-Inseln. Es ist ein schönes, anspruchsvoll gestaltetes, aber nicht manieriertes Bild. Das Geschmacksbild ist fein, ohne jede Aufdringlichkeit. Was an kräftiger Würze enthalten sein könnte, in den Kaviarperlen, wird vom Joghurt noch einmal gemildert, so bleibt ein Nachhall von Frische, der bei aller Dezentz anhält.

Deutlich kräftiger ist der Schwertfisch mit Guacamole. Zwei saftige kleine Stü-

cke des gebratenen Fisches sind auf einem Spiegel von Avocadomus drapiert. Das Mus hat einen zitronigen Ton, der zum Fisch die notwendige Säure beisteuert. Dazu ausgestochene und geschnittene Wassermelone, ein paar Kräuter über dem Ganzen, Dill vor allem: nicht puristisch, aber ziemlich reduziert, leicht, aber nicht ohne Substanz.

Bestes Gericht im momentanen Angebot ist ein Ragout von Nudeln und Kartoffeln mit Frühlingstrüffel-Spänen. Fingernagelgroße Kartoffelwürfel und gleichgroße Röhren baden in einem fast pastösen, aromatischen Sud, der mit Parmesan und der Stärke des Kochwassers gebunden ist und in dem ein paar Lauchzweibelstreifen dekorativ an die Oberfläche drängen. Nudeln und Kartoffeln haben gleichen Gargrad, machen sich keine Konkurrenz, sondern ergänzen sich in gegenseitiger Steigerung. Das ist unaufgeregt und sehr gut, von gelassenem Selbstbewusstsein getragen.

Das Personal im Gusto zurzeit ist jung, freundlich. Manche sind offenbar erst kurzem dabei. „Die gesamte Karte ist neu“, sagt die nette Blonde auf die Frage, ob unter dem neuen Küchenchef etwas anders sei als vorher. Das hätte Dario Cammarata, von dem das Rezept für die Grüne-Soße-Ravioli stammt, die seit Jahren auf der Karte stehen und das noch immer tun, vielleicht nicht so gerne gehört. Gäste, die das Restaurant nicht gut kennen, schätzten dafür bestimmt einen Hinweis, wenn Fleisch- und Fischgerichte ohne Kartoffeln oder Reis serviert werden und solche Beilagen extra bestellt werden müssen. Und wenn etwas fehlt, Salbei zum Beispiel beim Saltimbocca, hören die meisten Leute auf die Frage, ob das Absicht sei, gerne mehr als das bloße Nein. Fazit: Kulinarisch ist das Haus auf einem interessanten Weg, bei der Vermittlung von Küche zu Gast ist noch ein bisschen Luft nach oben.

„Gusto“ in der Villa Kennedy, Kennedyallee 70, in Frankfurt. Telefon: 0 69/7 17 12 12 05. Öffnungszeiten: täglich von 12 bis 14.30 Uhr und von 18.30 Uhr an.

IMMOBILIEN

Energiekostenlos glücklich.

Mit unserer »Energiekostenlos-Garantie« als Upgrade genießen Sie dauerhaft energieeffiziente Heizung, Lüftung und Warmwasserbereitung.

viebrockhaus Das Zuhausehaus.

Viebrockhaus Vertrieb Hirschberg GmbH & Co. KG - Musterhauspark Hirschberg
Goldbeckstraße 1a - 69493 Hirschberg - Telefon: 062201 84551310 - viebrockhaus.de

STELLEN

Top-Verdienst als Fachberater
bei marktführender Unternehmensgruppe (Bereich Handwerk)

umfassende und praxisorientierte Einarbeitung in ein erprobtes Vertriebskonzept mit hochwertigen Eigenmarken
Wir bieten überdurchschnittliche Verdienstmöglichkeiten
von mtl. 8.000,- bis 12.000,- € und mehr
Ideal auch für Branchenfremde und Vertriebsneulinge
info (9:00 - 16:00): 07382-93 92 25 oder 93 92 22

30 Jahre Kompetenz & Erfahrung

GERU

„Nichts erfüllt mehr, als gebraucht zu werden.“

Wir brauchen Sie als

Ehrenamtliche Projektleiter 10h/Woche (m/w)
Ehrenamtliche Helfer 10h/Monat (m/w)

für soziale Projekte:

- Besuchsdienst für Senioren
- Hospizdienst
- Katastrophenschutz
- Sanitätsdienst
- Jugendarbeit
- Flüchtlingsarbeit
- Organisation/Verwaltung

Als christliche Hilfsorganisation mit mehr als 250 Ehrenamtlichen in zwölf sozialen Projekten helfen wir Frankfurtern in Not. Ihr Ehrenamt hat bei uns beste Rahmenbedingungen: Einarbeitung, Versicherung, Flexibilität, Auslagerung, Unterstützung. Je nach Ihrem Zeitbudget, Vorlieben und Talenten können wir Ihnen die passende Aufgabe anbieten.

Wir freuen uns auf Sie!

Malteser Hilfsdienst e.V.
Tel. 0 69 / 94 21 050
info@malteser-frankfurt.de
www.malteser-frankfurt.de

Malteser
...weil Nähe zählt.

Kommen Sie zur Ruhe
Strecken Sie die Beine aus und genießen Sie das Flackern des Feuers im offenen Kamin. In Ihrem neuen Zuhause kann man herrlich abschalten. Zum Wohlfühlen gehört natürlich auch eine Ausstattung nach Wunsch. Bevorzugen Sie für den offenen Kamin ein Gesims aus Schiefer, Marmor oder Granit? Auch im Bad zählt Ihr Geschmack! Bodengleiche

Ihr Traum wird wahr
Es ist einfach Wahnsinn, wie schön Ihre nagelneue Penthouse-Wohnung in Wiesbaden sein wird. Parkähnliches Zuhause inmitten eines gewachsenen Wohnumfeldes. Hell, großzügig und wunderschön ausgestattet wird sie sein. Die Innenausstattung kann ganz nach Ihren Vorstellungen gestaltet werden. Das Feuer im offenen Kamin brennt und bringt Ihnen die nötige Entspannung. Der Grundriss ist uns wieder einmal perfekt gelungen. Wohlfühlgarantie in Wiesbaden. Schöne Aussicht 54. Ein Stadthaus mit nur sechs Wohneinheiten, keine Alternative auch nur annähernd in Sicht.

Dietmar Bücher
Schlüsselfertiges Bauen
65510 Idstein
www.dietmar-buecher.de
0 61 26 / 588 - 120

RMM | RheinMain.Media

Ein Heim ist mehr, als nur ein Dach über dem Kopf und vier Wände außenrum. Ob gemietetes 1-Zimmer-Appartement oder das Eigenheim im Grünen – im RMM-Immobilienmarkt finden sich Angebot und Nachfrage. Damit Sie sich schnell wie daheim fühlen.

Auskünfte und Beratung:
Telefon (069) 75 01 - 33 36
www.rmm.de/kontakt

Mit uns machen Sie Karriere!