

ECHO-SERIE Kaufmann, Kunde, König (22)

Vom Vorzug, eine Frau zu sein

Einzelhandel – In der feinstofflichen Boutique „Pompadour“ sind die Kundinnen zugleich Lieferantinnen

VON KLAUS HONOLD

Es gibt gute Gründe zu wünschen, man sei eine Frau. Frauen haben ein leichteres Leben, sie erhalten mehr Komplimente und tragen einen schöneren Körper. Das ist im Büro ebenso von Vorteil wie im Freibad. Schließlich: Der überwiegende Teil der Bekleidung wird für sie produziert. Frauen können aus dem vollen schöpfen. Männer lassen sich für ein ganzes Jahr lang die Länge der Kragen oder die Größe der Karos vorschreiben. Wenn Frauen ein Schnitt oder eine Farbe nicht gefällt, gehen sie einfach ein Geschäft weiter.

Oder zu Liss. Wer „Liss“ sagt, meint, meist ohne es zu wissen, Elisabeth Schäfer. So heißt die Inhaberin von „Pompadour“. Vis-à-vis vom Schwarz-Weiß-Café, montags und dienstags zu, sonst bis halb acht auf. Der Nachbar verkauft gebrauchte Modelleisenbahnen. Männer huschen leicht verschämt zu Märklin. Liss' Sortiment ist luftiger, feinstofflicher. „Mein Schlüsselerlebnis“, erzählt Liss, „dass war eine Kundin, die hatte eine Bluse ausgesucht und fragte, ob's die auch in einer anderen Größe gebe. Ich sagte, ‚nein, das ist Secondhand‘. Sie schnüffelte und sagte, ‚ja aber, es riecht sehr gut‘.“

Secondhand, Fummel mit Flickchen, „ich kann mich an solche Läden noch erinnern, da war immer so 'ne Wolke drin, schwitzig-modrig, uuh“, sagt Liss. Bilder der siebziger Jahre. Damals war Liss noch wohlversorgte Lehrerin. Eines Tags erschien ihr die staatliche Erzieherin absurd, und sie gab ihr Beamtenverhältnis samt seinen Vorzügen zurück. Tun, was richtig ist: Für die einfühlsame, warmherzige Darmstädterin liegt darin mehr als Eigennutz.

Wer weiß, wohin in solchen Situationen der Weg führen kann? Liss führte er zur freien Unternehmerin; „Paris – Hessen“ hieß ihr erstes Geschäft, in dem sie mit Requisite mode handelte – Trenchcoats, wie sie Bogart trug, zum Beispiel. Irgendwann war der Fundus erschöpft. Der zweite Laden, „Clip“, setzte auf raschen Wech-



Gespür fürs Schöne: Elisabeth Schäfer, von allen „Liss“ genannt, in ihrem Laden „Pompadour“.

FOTO. GÜNTHER JOCKEL

sel, witzige Ideen; ein echtes Baby der achtziger Jahre.

Und dann kam „Pompadour“. „Ich wollte es jetzt üppiger“, erklärt Liss den Namen. Nein, keine Übergrößen, „und auch nicht höfisch oder barock“. Wobei Jeanne Antoinette Poisson, spätere Marquise de Pompadour, ihre Gunst ja auch gewissermaßen aus zweiter Hand gewährte. Andererseits förderte Ludwigs XV. Mätresse die schönen Künste, und diese Bonhomie schlägt sich atmosphärisch in Liss' Laden nieder.

Leise klirren die Kleiderbügel, auf denen frisch gebügelt Leinen und Seide knistern; glatt gleitet die Couture durch Damenhände, von prüfendem Blick gefolgt. Zwanglos werden Ketten angelegt, Hüthen aufgesetzt; Lachen perlt aus der Kabine. Hier sitzen die Teilchen in Größe knapp, weiß-duftig;

dort deutet sich schon Grünlich-Rustikales für kühlere Tage an. Was bei Liss hängt, hat den Kleiderschrank der Erstbesitzerin in der Regel nicht lang gesehen, Mode aus dieser Saison.

Ständiges Abnehmen Zunehmen, Abnehmen

Warum geben schöne Frauen schöne Kleider her? „Sie wechseln gern“, sagt Liss in aller Unschuld. Wer Neues kauft, muss sich von Altem trennen. „Dazu das ständige Abnehmen, Zunehmen, Abnehmen“. Die Garderobe ist erheblichen Schwankungen ausgesetzt. So sind Liss' Kundinnen zugleich ihre Lieferantinnen.

Und breiten ihre Ware auf der Theke aus. „Das kannst du mir im November bringen, wenn die rotchangierenden Töne gefragt sind“, sagt Liss und erläutert die Bedürf-

nisfolge: „Erst wird's wollig, dann festlich, dann wieder wollig, und dann ist Frühjahr.“ Liss nimmt das Angebotene in Kommission, vom Verkaufserlös gehen 60 Prozent an die Lieferantin. „Der Wickelrock ist verkauft, Cornelia, das Geld bekommst du sofort. Und der graue Rock geht im September weg.“

Alles, was Liss annimmt, wird sie auch wieder los – ein Erfolg ihrer Umsicht, des Geschmacks. Der sich auch an der Einrichtung ablesen lässt; Terrakottaboden, Stuckfries, ein mit Rosen umbundenes Heizungsrohr, ein Messingleuchter – das Lädchen könnte auch in Lucca liegen.

In einer unscheinbaren Vitrine schimmern Flakons – ja, es gibt auch gebrauchtes Parfüm. Damen bringen es, die nach dem Öffnen merken: „Oh je, das nicht mein Duft“ und „Mein Mann kann mich

nicht riechen.“ Perfekt gebräunte Arme hangeln nach Ohrhängern, winzige Rucksäcklein wippen auf der Wirbelsäule. „Eva, kommst du klar?“ Eine Kundin lobt die Möglichkeit, sich hier individuell einkleiden zu können: „Im Kaufhaus hängt zehnmal dieselbe Bluse.“ Eine andere sagt, „ich kaufe nur Secondhand, schon aus finanziellen Gründen.“ Vor neun Jahren hat Liss das „Pompadour“ eröffnet – „mein Konzept“, bilanziert sie, „ist aufgegangen.“

Und deshalb hätte Liss „gute Lust“, es auch noch mit einem Geschäft für Männer zu versuchen. „Klar, Männer kaufen anders ein. Aber vielleicht würden auch sie einen Ort mögen, wo sie Kleider in Ruhe auswählen können.“ Würden sie gewiss – und hätten einen Grund weniger, sich zu wünschen, sie seien eine Frau.