«Frisch und scharf»

Lukas Metzler, Ehemann der ehemaligen Bundesrätin Ruth Metzler, lanciert die Herren-Unterwäsche-Linie «Pfeffermintz»

Bilder: Sam Thomas

Dem Tabu ein Ende setzen: Lukas Metzler verwirklicht mit seiner ersten Kollektion seinen Traum von der perfekten Herren-Unterhose.

Seit wann schreibt man Pfefferminz mit tz? Lukas Metzler freut sich, dass die Verunsicherung gelungen ist und die falsche Schreibweise Neugierde weckt. «Genau das war meine Absicht: die Kunden auf unser Produkt aufmerksam zu machen», schmunzelt der 43-jährige Rechtsanwalt. Mit dem «tz» im Wort habe es aber noch eine andere Bewandtnis: «Es ist ein Hinweis auf das ‹tz› in meinem Namen.»

Wir sitzen im grossen, hellen Büro seiner St. Galler Anwaltskanzlei, umgeben von Akten und Ordnern. Sein dunkler Nadelstreifen-Anzug, das pinke Hemd und die pastellfarbig gestreifte Krawatte deuten darauf hin: Dieser gross gewachsene, schlanke Herr mit seinem spitzbübischen Lachen hat Geschmack. Hat Sinn für das Modisch-Klassische, für den Touch Modernität, den es braucht, um einen Business-Anzug nicht altväterlich, sondern trendig wirken zu lassen.

Müde von Schwarz und Weiss

Lukas Metzlers positive Einstellung zu allem Innovativen steckt an. In wenigen Sekunden ist sein jüngstes «Baby», die Kollektion «Pfeffermintz» auf dem runden Sitzungstisch ausgebreitet, ergänzt die Farbigkeit seines eigenen Tenüs aufs Vortrefflichste: Chartreuse – der frische gelbgrünliche Ton der ersten Frühlingsblumen –, Orange, Cherry-Rot und Anthrazit sind die neuen Kolorits für seine Herren-Unterwäsche-Linie. «Der Mann hat genug vom ewigen Weiss und Schwarz und würde bunte Unterwäsche durchaus begrüssen», sagt Metzler. Deshalb auch die Anlehnung an ein Pfefferminz-Bonbon: «Pfefferminz ist frisch, scharf und cool.»

Warum interessiert sich ein viel beschäftigter Rechtsanwalt für eine Männer-Unterwäsche-Kollektion? Weshalb nicht für Taucherbrillen, Ski-Pullis oder Walking-Socken – alle drei mögliche Verbindungen zu den Hobbys des begeisterten Sportlers. «Warum nicht Unterwäsche? Genau hier fängt die Schwellenangst an: Der Mann spricht nicht über das, was er unter seiner Kleidung trägt. Die Unterwäsche ist ihm oft ziemlich egal. Hauptsache, sie erfüllt ihren Zweck. Er kauft seine Unterhosen im Fünferpack beim Grossverteiler, ohne sie anzuprobieren und wundert sich anschliessend, dass sie kratzen, einschneiden oder lottern. Er spart auf diese Weise am falschen Ort.» Sogar die meisten Designer-Labels seien nach wie vor qualitativ ungenügend und unbequem.

Er selbst habe Dutzende von Unterhosen ausprobiert und sei immer wieder enttäuscht worden. Der Grund liege nicht zuletzt an der irreführenden Werbe-Strategie der Anbieter und an der ungenügenden Beratung in den Geschäften. «Wie soll ein Mann die richtigen Pants oder Slips finden, wenn er in den Warenhäusern vor prallvollen Gestellen mit Unterhosen steht und ihm niemand bei der Auswahl hilft? Oder wenn eine Designermarke wie Boss die Männer mit einem Slip an einem Body mit Waschbrett-Bauch bewirbt, die Realität aber anders aussieht?» Eine Unterhose sitze an einem schlanken 20-Jährigen anders als an einem 50-Jährigen mit einem Bäuchlein. Und nochmals anders an einem 1,90 Meter grossen als an einem 1,70 kleinen. Schuld daran sei die Schnittherstellung der Modelle per Computer, die keine Rücksicht auf die Statur des Mannes nehme.

Ein Hauch von Nichts

Genau hier sieht Lukas Metzler eine Marktlücke. «Den Entschluss fasste ich vor drei Jahren, als ich einmal mehr über einen Fehlkauf und die mangelnde Beratung im Laden verärgert war.» Gemeinsam mit Erika Dobler-Inauen, der Inhaberin des St. Galler Herrenwäsche-Geschäfts «Männerwelt», entwickelte der Geschäftsmann eine eigene Herren-Unterwäsche-Linie aus dem neuesten High-Tech-Stoff «Dimension 50» der Greuter-Jersey AG in Sulgen. «Das Material ist so fein, dass man die Maschen nur unter der Lupe sieht. Und es sitzt perfekt am Körper», schwärmt der Anwalt. 86 Prozent Polyamid und 14 Prozent Dorlastan ist die Zusammensetzung des Stoffes. Ein zweites Modell aus 92 Prozent Baumwolle enthält nur 8 Prozent Elastan, um die Dehnbarkeit und den Halt zu gewährleisten. Hergestellt werden die «Pfeffermintz»-Pants im Osten Deutschlands. «Wir haben überall in der Schweiz nach einem geeigneten Fabrikanten gesucht, aber keinen gefunden, der unsere kleine Wäsche-Kollektion herstellen könnte», sagt Metzler.

Und klein ist sie tatsächlich, die erste Linie des frisch gebackenen Textilers: Von jedem der drei Modelle – die Kollektion umfasst einen Pant mit kurzen Beinansätzen (59.90), einen hoch geschnittenen Slip (49.90) und einen String (39.90) – werden vorläufig nur in kleinen Mengen fabriziert, «um den Markt zu testen». Später möchte Metzler das neue Label in Warenhäusern vermarkten. Denn er ist überzeugt: «Wer einmal von einem unserer Modelle begeistert ist, kann es auch in fünf Jahren noch bestellen.»

Nur das Körpergefühl zählt

Und welche Unterhose trägt Lukas Metzler selbst? Die Antwort kommt unerwartet spontan: «Ich trage verschiedene, oft farbige Modelle, auch mal einen String unter einem feinen Anzug.» Er lege Wert auf gepflegte Kleidung, da sei ihm das «Darunter» ebenso wichtig wie das «Darüber». Ob String oder nicht: Bei der Unterwäsche gehe es ihm nicht um Erotik, sondern um ein gutes Körpergefühl. «Unterwäsche soll den Körper hervorheben. Es gefällt meiner Frau, wenn ich auch morgens in der Unterwäsche gut aussehe. Wir kaufen auch oft gemeinsam ein», sagt Metzler.

«Viele Männer verhüten, ohne es zu wissen»: Zu diesem Werbespruch zeigt der deutsche Wäscheproduzent Mey einen Mann in einer lottrigen Baumwoll-Unterhose. Bei «Pfeffermintz» lottert nichts. *Yvonne Forster*

«Pfeffermintz» ist bei der Herren-Unterwäsche-Boutique «Männerwelt» in St. Gallen und ab 1. Oktober über Internet erhältlich: www.pfeffermintz.com

«Die Männer wollen mehr Farbe»: Hauchdünne Strings, Pants und Slips aus der Kollektion «Pfeffermintz».

Sanfte Nähte

Erika Dobler-Inauen, Geschäftspartnerin von Lukas Metzler und Inhaberin des Unterwäsche-Geschäfts «Männerwelt» in St. Gallen, ist begeistert von der neuen «Pfeffermintz»-Linie. «Die Pants haben keine Gummibänder, die einschneiden, keine falsch angebrachten Nähte, die kratzen und keine Hosenbeine, die sich aufrollen beim Tragen. Auch auf ein aufdringliches Logo hat man verzichtet, es wurde diskret in Chartreuse-Grün auf schwarzem Grund am Taillenbund angenäht. Zudem sitzen die Schnitte sowohl bei einem Small wie bei einem XXXL.»

Dank langjähriger Beratung sei ihre männliche Kundschaft offener für neue Modelle geworden und kaufe auch mal einen String oder bunte Pants. «Bei der Bequemlichkeit macht der Mann aber keine Kompromisse.» (yf.)

www.maennerwelt.ch

Was passiert, wenn Autos aufeinander prallen

Die Unfallforschung der Winterthur Group führt zu ihrem 25-jährigen Bestehen eine mobile Ausstellung in Winterthur, Zürich und Bern durch. Kernstück ist der Belastungssimulator «Safety Sim», der veranschaulicht, welche Kräfte bei einer Frontalkollision auf die Autoinsassen einwirken. Gezeigt werden zudem Aufnahmen der seit 1982 einmal jährlich durchgeführten Crashtests .

Online-Fragen

Die Ausstellung ist gestern in Bern gestartet und macht am 12. September am Grabenplatz in Winterthur und am 27. September im Zürcher Hauptbahnhof Halt. Die Winterthur lanciert zudem einen Online-Test mit zehn Fragen zur Verkehrssicherheit. Zu finden ist er unter www.accident-research.ch, 25 Jahre im Dienste der Verkehrssicherheit.

Tests in Wildhaus

Die Winterthur unterhält seit 25 Jahren eine Abteilung für Unfallforschung. Seit 1981 wurden 600 Crashtests durchgeführt, seit 1985 in Wildhaus. (th.)

1400 Menschen sterben durch Suizid

In der Schweiz nehmen sich jährlich ungefähr 1000 Männer und 400 Frauen das Leben, weltweit sind es über eine Million Menschen. Die Weltgesundheitsorganisation WHO hat deshalb vor drei Jahren den 10. September zum «World Suicide Prevention Day» erklärt. Weil dieser Tag diesmal auf einen Sonntag fällt, haben sich Kirchgemeinden und Pfarreien entschlossen, das Thema «Suizid» im Gottesdienst aufzugreifen.

Dass Suizid in unserer Gesellschaft immer noch tabuisiert wird, bezeugen Menschen mit Suizidabsichten, die oft beschönigende Antworten erhalten wie: «Das ist doch nicht so tragisch.» Sie spüren die Angst und Überforderung ihrer Umgebung und trauen sich nicht, über ihre vielleicht schon sehr konkreten Suizidabsichten zu sprechen. «In dieser akuten Situation kann ein Telefongespräch mit der Dargebotenen Hand oder ein virtueller Chatroom von Gleichgesinnten lebenserhaltend wirken», heisst es in einer Mitteilung von «Kirche und Jugend», Zürich. (wst)

Gütesiegel hilft Allergikern

Allergiker haben es oft schwer, die richtigen Produkte auszuwählen, weil nicht alle problematischen Inhaltsstoffe genau deklariert werden müssen. Das Schweizerische Zentrum für Allergie, Haut und Asthma (aha) will mit einem neuen Gütesiegel nun mehr Transparenz schaffen.

Das neue Label mit dem Logo «empfohlen durch aha» basiert auf einem Pflichtenheft mit klar definierten Richtlinien, die deutlich über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen, wie die Organisation mitteilt. So ist die Formulierung «kann … enthalten» nicht mehr erlaubt. Sondern alle potenziell allergieauslösenden Inhaltsstoffe müssen deklariert werden.

Bei Kosmetika stellt das Label im Vergleich zur geltenden Lebensmittelverordnung strengere Anforderungen, ab welcher Konzentration ein problematischer Inhaltsstoff auf der Packung erwähnt werden muss. Zudem sind 26 zugelassene, aber möglicherweise allergieauslösende Duftstoffe in den aha-Produkten nicht erlaubt. (ap)