

Der Denim-Feinschmecker

Markus Cadruvi setzt in seinem Zürcher Store auf Originale statt auf Massenware

Markus Cadruvi weiss, was eine gute Jeans ausmacht, und kennt die neusten Trends und Techniken. Der Denim-Profi sagt: «Den Japanern haben wir heute vieles zu verdanken.»

Kathrin Eckhardt

78 Prozent der europäischen Bürger kaufen sich eine Jeans pro Jahr, das macht gut 600 Millionen Hosen. Angefangen hat diese beispiellose Erfolgsgeschichte mit dem Bayer Levi Strauss, der im Jahre 1850 nach San Francisco auswanderte. Aus alten Segeln entstanden damals die ersten Arbeiterhosen, die Strauss patentieren liess. Zehn Jahre später wurde aus Frankreich der eigentliche Jeansstoff importiert.

In Europa kam das populäre Bein Kleid mit rund hundert Jahren Verspätung auf den Markt. Zu diesem Zeitpunkt entdeckte auch Markus Cadruvi, Inhaber des Zürcher Fachgeschäftes DeeCee Style, seine Liebe zur Jeans. Damals war er sechzehn Jahre alt, erhielt seinen ersten Lehrlingslohn und kaufte sich für rund 150 Franken eine Jeans von Lee Cooper. Viel zu viel Geld für ein Kleidungsstück, fand seine Mutter. Ausserdem: Wer zu dieser Zeit Jeans trug, lehnte sich gegen die Gesellschaft auf. Mit dreissig Jahren eröffnete der gebürtige Basler seinen ersten Jeansladen im Zürcher Niederdorf. «Ich mochte das Material von der ersten Sekunde an», erinnert sich Cadruvi, der heute auf mehr als dreissig Jahre Erfahrung mit Jeans zurückschaut.

Fetisch für Jeans-Liebhaber

Jeans, die bei DeeCee Style unweit des Zürcher Paradeplatzes verkauft werden, müssen etwas Besonderes sein. «Eine Jeans muss auf den originalen Webstühlen mit Zwirn aus robuster Baumwolle gewoben werden, damit sie widerstandsfähig wird. Dann soll sie mit Indigo gefärbt sein, am besten von Hand», erklärt Markus Cadruvi. Indigo ist eine blau färbende Pflanze, die heute aber auch synthetisch simuliert wird. Das wichtigste Merkmal einer guten Jeans sei aber noch immer ihre Strapazierfähigkeit. «Die Jeans war das Bein Kleid der Arbeiter, und das soll so bleiben», findet Cadruvi.

Wo findet man denn Jeans, die den Ansprüchen eines Denim-Feinschmeckers genügen? «Heute gehören die Japaner zu den führenden Kräften im Jeans-Business», erklärt Cadruvi, «Sie sind gute Handwerker und hegen eine Liebe für die alte amerikanische Kultur.» Es waren die Japaner, welche die alten Webstühle den Amerikanern ab-



Seit Jahrzehnten ein Profi im Umgang mit Denim: Markus Cadruvi.

SIMON TANNER / NZZ

kauften, als diese ihre Produktion nach Fernost verschoben. Heute werden neue Maschinen nach alter Manier gebaut, mit denen man etwa die «originalen» Selvedge-Webkanten des Stoffs wieder erzeugen kann, welche gute Jeans auszeichnen. Sie sind an der Innenseite der Jeans zu finden und sind ein Fetisch für Jeans-Liebhaber.

Bretterharte Hosen

Doch Cadruvi mag nicht nur Jeans, die aussehen wie die alten Originale: «Es gibt auch junge Marken, die alte Qualität mit neuen Details bringen.» Die Marke PRPS etwa übernäht ihre Nietens mehrmals und wäscht die Hose so lange von Hand, bis Löcher an den richtigen Stellen entstehen – dort, wo sie nach

langjährigem Tragen tatsächlich entstehen würden. Populär sind derzeit auch Jeans mit einem Materialgewicht von zwanzig Unzen, die sich wie ein Brett anfühlen. Im Sinne der Originale ist das natürlich nicht, lacht Cadruvi: «Es ist albern, zu denken, dass die amerikanischen Arbeiter so dicke Hosen trugen, die mussten primär bequem sein.»

Was bringt die Zukunft? «Stile werden vermischt, der <Gentlemen-Tweed-Einfluss> wird den Jeansmarkt prägen. Dafür werden die extremen Auswüchse der letzten Jahre wie Waschungen und hohe Gewichte abnehmen. Und hochwertige Baumwollhosen werden ihren Weg in die Jeanswelt finden», prophezeit der Denim-Experte aus Zürich.