

Europa Konkret

Treffpunkt Europa

H&M in Schweden

Sprecher:

Als in den Neunziger Jahren quer durch Europa immer mehr H&M-Läden öffneten, freuten sich die Kunden. Endlich konnte man sich einigermaßen schick kleiden, ohne gleich ein Vermögen im Laden zu lassen. Aber wie schaffen es die H&M-Designer, immer im Modetrend zu liegen? Oder schaffen sie gar selbst die Trends? Laut H&M Chefdesignerin Margareta van den Bosch klappt es ganz ohne Trendscouts.

Margareta van den Bosch:

"Unsere Designer genießen große Freiheit. Natürlich müssen sie sich an die Rahmen halten. Wenn sie an einer unserer Hausmarken arbeiten, dann können sie sich in deren Rahmen austoben. Außerhalb der Hausmarken besteht natürlich mehr Spielraum für Neuheiten, wir dürfen aber auch nicht zu viel Unerprobtes machen."

Sprecher:

Um das Image aufzupolieren, hat H&M in jüngster Zeit verstärkt mit bekannten Designern und Popstars zusammengearbeitet. So gab es Kollektionen von Karl Lagerfeld, Madonna und Kylie Minogue. Heute ist H&M mit über 1.300 Filialen eine der größten Modeketten weltweit. Angefangen hat alles jedoch ganz klein. Im Jahr 1947 wurde das Modehaus unter dem Namen „Hennes“ - zu Deutsch „Ihres“ - im schwedischen Västerås gegründet. Damals hatte die Kette auch nur Damenbekleidung im Angebot. Seit der Übernahme des Modeherstellers Mauritz Widforss im Jahre 1968 läuft die Kette unter dem Namen „Hennes und Mauritz“ und hat auch Herrenbekleidung im Angebot. Bei den Kunden kommt's an.

Mann:

„Ich kaufe meine Basissachen bei H&M. Zum Beispiel Strümpfe, weiße T-Shirts oder mal ein weißes Hemd.“

Sprecher:

Trotz allen Erfolges und aller Beliebtheit muss H&M auch viel Kritik einstecken. Menschenrechtler werfen dem Unternehmen vor, die Kleidung in Billiglohnländern unter anderem durch Kinderarbeit produzieren zu lassen. Um diesen Vorwürfen entgegenzuwirken ist H&M seit 2006 Mitglied in der „Fair Labour Association“, die die Produktionsbedingungen überprüfen soll. Die Vorwürfe haben dem Unternehmen bislang jedoch nicht geschadet. Genauso wenig wie die oft bemängelte Qualität der Kleidung. Die meisten Käufer sind zufrieden, so wie diese Kundin in einer Stockholmer Filiale:

Eine Gemeinschaftsproduktion europäischer Rundfunkanstalten

www.treffpunkteuropa.eu

© Deutsche Welle

Europa Konkret

Treffpunkt Europa

Frau:

"Ich finde die Qualität ist gut. Sie wird mit den Jahren immer besser. Die Qualität ist viel besser als noch in den 80er Jahren und die Preise sind ungefähr gleich geblieben."

Sprecher:

Manch einer macht H&M für eine weltweite Uniformierung der Jugend verantwortlich. Die Schweden selbst stören sich nur wenig daran. Sie fallen nur ungern auf und so ist individuelle Mode hierzulande eher die Ausnahme.

Eyssel, Benjamin