



Von links im Uhrzeigersinn: Im großen Atelier hat das Team um Geschäftsführer Felix Fremerey alles vorbereitet für den Lagerverkauf. Aus den Stoffen, die Fremerey zeigt, werden Hemden geschneidert. Unten sind Muster zu sehen. *Fotos: Volkmar Körneke*

Feine Wäsche en gros

Handel Die Ulmer Textilmanufaktur Ege veranstaltet zum ersten Mal einen Lagerverkauf. Bisher landete luxuriöse Bettwäsche und vieles mehr im Lumpenreißer. *Von Ulrike Schleicher*

Wer die Ateliers der Ege Textilmanufaktur in der Ulmer Oststadt besucht, fühlt sich zurückversetzt in eine andere Zeit. Und an einen anderen Ort: Denn ein wenig sieht es in den hohen Räumen des Gebäudes aus dem 19. Jahrhundert mit ihren Oberlichtern so aus, wie man sich Schneiderwerkstätten von Coco Chanel und Christian Dior in Paris vorstellt: Auf dem alten Holzboden stehen ausladende, hohe Schneidertische, man sieht Frauen an Nähmaschinen, die an kunstvollen Stickereien arbeiten, Bett- und Tischwäsche, Hemden, Bademäntel und Pyjamas aus Seide, Baumwolle, Leinen und Satin sowie flauschige Bettdecken schneiden.

Tradition und Moderne
Tatsächlich wird bei Ege seit der Gründung im Jahr 1930 alles in Handarbeit gefertigt. Das hat sich auch nicht geändert, als Felix Fremerey die Manufaktur vor rund zweieinhalb Jahren übernommen hat. Aber der 62-Jährige hat der Tradition ein Stück Modernität beigemischt. Neben einem Onlineshop, einer übersichtlich gestalteten und informativen Web-

seite gehört auch Nachhaltigkeit dazu: Zum ersten Mal in der Firmengeschichte wird deshalb ein Lagerverkauf veranstaltet. „Im Angebot sind Rückläufer und Vorführware aus vorangegangenen Kollektionen, die wir zu einem günstigen Preis anbieten“, erklärt der Geschäftsführer. Soll heißen Bettwäschesets in vielen Größen, Tischdecken, Handtücher... Einiges davon habe sich im Laufe der Zeit angesammelt. Zum Beispiel Stoffballen und Stoffreste. „Bis dato ging dieser Ausschuss in den Lumpenreißer und in die Altkleiderverwertung“, so Fremerey. Aber das sei widersinnig. „Das ist ja hochwertige Qualität, an denen sich viele noch freuen können.“
So wurde in den Tagen zuvor alles vorbereitet für den Lagerverkauf, der am Freitag startet und auch am Samstag stattfindet (siehe Info). Im großen Atelier sind auf den Schneidertischen Bettwäschesets und Tischdecken ausgelegt. In einem kleineren Raum sind Handtücher und Servietten im Regal gestapelt. Und überall sieht man Stoffballen und Stoffreste, die auf einer Waage – „der Preis ist per Kilo“ ausgewogen werden können. Nachhaltig

und transparent sind auch die Lieferketten, denn Fremerey bezieht die Stoffe ausschließlich von Webereien aus Europa. Für die feinen Eiderdaunen in den Bettdecken muss kein Tier leiden: „Ege verarbeitet isländische Eiderdaunen, die besonders nachhaltig gewonnen werden: Weil die Eiderenten sie zum Ausbau des Nests verwenden und anschließend zurücklassen“, erklärt er. Danach könne das wärmende Naturmaterial eingesammelt werden. In der Manufaktur, die auf

Bitte vorher ausmessen!

Wer sich für den Lagerverkauf interessiert, sollte die Größe seines Tisches, der Bettdecken und Kopfkissen wissen. Darum bittet Ege-Geschäftsführer Felix Fremerey. Zwar sind seine Mitarbeiterinnen zur Beratung vor Ort, aber es sei hilfreich und spare Zeit, wenn man darüber nicht rätseln müsse. Der Lagerverkauf beginnt Freitag, 5. Mai, um 13 Uhr und endet um 17 Uhr. Am Samstag, 6. Mai, ist von 10 bis 14 Uhr geöffnet, Ulm, König-Wilhelmstraße 10/3. Verkauft wird ansonsten montags bis donnerstags von 9 bis 16 Uhr, freitags bis 13 Uhr.

die Kunstfertigkeit ihrer Mitarbeiterinnen setzt, wird zudem repariert. Das Knopfloch, der Hemdkragen, die Bettwäsche. Bettdecken werden gereinigt und aufbereitet. Demnächst beginne eine junge Frau die Ausbildung „Modeschneiderei mit Fachrichtung Sticken“, freut sich der Geschäftsführer.
Die Pandemie, der Krieg und die Folgen spürt Fremerey natürlich auch. „Vieles ist teurer geworden.“ Die Rohware, auch die Löhne in Europa seien nicht mit denen in Asien zu vergleichen. Trotzdem spürt der Geschäftsführer auch einen Trend, der zum Hochwertigen und Langlebigen geht. Er habe Kunden, die bereits über Generationen hinweg in der Manufaktur fertigen lassen. Zum Service gehört die Beratung zu Hause: „Meine Mitarbeiter müssen die Einrichtung sehen, die Farben und das Licht.“ Auch Innenarchitekten werden zurate gezogen. Neben privaten Kunden, darunter auch Besitzer von Yachten, gehören Boutiquehotels dazu. Werbung laufe über die sozialen Medien und vor allem auf Empfehlung. Seine Kunden seien „Menschen, die Schönes wertschätzen“.