

»Natürlich hatte ich Skrupel«

Ina Kent entwirft Taschen für das kreativ-urbane Milieu. Doch statt auf das Trendgebot Regionalität setzt die Wienerin lieber auf Produzenten in Fernost **VON ELA ANGERER**

Ina Kent gießt Lavendelbüsche, während das erste Morgenlicht die Dächer in blasses Pink taucht. Von der Terrasse ihrer neuen Wohnung im 7. Wiener Bezirk aus überblickt die 51-jährige Designerin die halbe Stadt. Es ist das erste Mal, dass Kent und ihre 14-jährige Tochter mehr als drei Zimmer bewohnen. Zwar nach wie vor nur zur Miete, dennoch sagt Kent, dass es »eigentlich ein Wahnsinn« und sie ständig versucht sei, sich für »diese Extravaganz« zu rechtfertigen.

Dabei würde man Ina Kent die landläufigen Attribute des Erfolgs – Immobilienbesitz oder ein besseres Auto – längst zutrauen: Mit den Etuis und weichen Beuteln aus Leder, die Kent entwirft und unter ihrem eigenen Namen vertreibt, sind rund um die Welt Frauen aus dem kreativ-urbanen Milieu unterwegs. Kents Firma exportiert nicht nur nach Deutschland, Frankreich, Kanada und in die USA, sondern auch nach Japan und Südkorea. Zehntausend Taschen verkaufte sie im vergangenen Jahr, gerade verhandelt das New Yorker Nobelkaufhaus Barneys mit ihr. Die Kundinnen der späten Autodidaktin sind größtenteils besser verdienende Frauen, mit einem Faible für Bio-Gemüse und Qualitätshandwerk – obwohl Kent selbst nichts von Trendgeboten wie Regionalität hält und lieber in Pakistan produzieren lässt. Ein schlechtes Gewissen macht ihr das, ganz im Gegensatz zum »Luxus« der größeren Mietwohnung, aber nicht.

Am späten Vormittag überfliegt Kent in ihrem Hauptquartier in der Siebensterngasse Unterlagen. Sie trägt eine Lesebrille mit achteckigen Gläsern im Retro-Look. Sie spricht leise, ihre Worte wählt sie vorsichtig. Mit ihren dunklen, halblangen Haaren wirkt sie wie eine französische Philosophie-Professorin. »Meine Freunde und ich stammen ja eher aus einem gesellschaftskritischen Milieu«, sagt sie. Da könnte auch ihre neue Wohnung auf manche so wirken, als wäre sie auf die andere Seite gewechselt.

Zumindest dem 7. Bezirk ist sie immer treu geblieben. Vom heutigen Szeneviertel war nichts zu spüren, als Kent hier aufwuchs. Der Vater arbeitete im Senat des Verwaltungsgerichtshofs, die Mutter war Hausfrau. Ina Kent fehlte beim Lernen jede Disziplin, mit 16 Jahren »entließ« sie sich schließlich selbst und jobbte jahrelang als Schulabbrecherin quer durch die Stadt. Erst mit 33 entschloss sie sich, die Studienberechtigungsprüfung zu machen und Ernährungswissenschaften zu studieren. Doch kurz vor dem Abschluss wurde sie schwanger. Als Alleinerzieherin, so sah sie es damals, musste sie sich eine solide Basis suchen.

Also besann sie sich auf ihre alte Leidenschaft fürs Handwerk und richtete eine kleine Werkstatt mit Shop in der Lindengasse ein. Sie saß an der Nähmaschine, klopfte mit dem Hammer Ösen ins Leder, um die Ware anschließend auf Märkten wie dem Wiener Spittelberg zu verkaufen. Passanten wussten damals beim Blick in die Auslage nie, ob es sich um eine Kunstinstallation oder um ein tatsächliches Geschäft handelte. Manchmal verkaufte sie nicht mehr als einen Gürtel in der Woche. Dann wurde das Geld so knapp, dass sie nicht mehr wusste, wovon sie sich und ihre Tochter ernähren sollte.

Schon nach einem Jahr gelang es Kent aber, an einer ersten Handelsmesse teilzunehmen. Das Geld, das sie dort verdiente, investierte sie in neue Lederhüte, bessere Fertigungsmöglichkeiten und weitere Messeauftritte. Langsam, aber kontinuierlich wurden die Abnehmer mehr, die Produktion größer, die Verkäufe internationaler. Auf die in der Branche übliche Selbstvermarktung setzte sie dabei nie: Bis heute gibt es auf der Homepage ihrer Marke kein Foto von Ina Kent und auch keinen Text zu ihrer Person.

Das Tiefstapeln ist immer noch so etwas wie ihr Markenzeichen. Aber diese Haltung ist vielleicht auch



In Wien-Neubau liegen der Firmensitz und die Wohnung von Ina Kent. Als sie hier aufwuchs, war vom heutigen Szeneviertel noch wenig zu spüren

ihr Glück: Kent wollte in der Modebranche nie groß als Kreative oder als *influencer* wahrgenommen werden. Ihre Entwürfe, sagt sie, ergäben sich aus ihrem Anspruch an Oberfläche und Form. »Uns gefällt ihre deutliche Unterschrift. Durch das spezielle Design und die innovative Verwendung von Materialien stehen ihre Entwürfe aus der Menge heraus«, sagt Henry Graham, Mitbegründer und Kreativdirektor des hippen britischen Internet-Versandhauses Wolf & Badger, das Kents Taschen im Portfolio hat.

Farben und Größen variieren, das Ergebnis bleibt trotzdem immer ähnlich: multifunktionale Taschen, die in ihrer minimalistischen Aufmachung die Antipode zum *statement bag* bilden, der ebenso luxuriösen wie großklotzigen Designerhandtasche. Auch der Preis

unterscheidet sich deutlich. Kents Modelle kosten zwischen 85 und 500 Euro, weit weniger als Taschen vieler großer Modelabels, für die oft vierstellige Summen zu bezahlen sind.

Die typische Ina-Kent-Kundin möchte – unabhängig vom Preis – ohnehin nicht mit einer auffälligen Topdesigner-Handtasche herumspazieren. Da kommt eine Schultertasche, die sich entweder zu einem Rucksack oder zu einer Clutch umbauen lässt, gerade recht: Kents Modelle sind praktisch genug, um damit auf dem Fahrrad durch die Stadt zu kommen, gleichzeitig muss man sich damit in keinem Restaurant genieren.

Morgen wird Ina Kent wieder nach Karatschi fliegen, um Teile der neuen Kollektion in Produktion zu

bringen. Dass sie regelmäßig in der pakistanischen 13-Millionen-Metropole an der Küste des Arabischen Meers anzutreffen ist, erwähnt sie so, wie andere Leute von ihrer Dienstreise nach Linz erzählen. Dabei liegt Karatschi in einer Region, über die man in Österreich selten Positives zu hören bekommt. Politische Instabilität, Ausbeutung, möglicherweise auch Kinderarbeit und der Einsatz giftiger Chemie – sobald das Wort Pakistan in Zusammenhang mit der Aktivität europäischer Firmen fällt, tauchen schnell Fragen auf. Vor allem, wenn man sich, wie viele von Ina Kents Kundinnen, für den ökologischen Fußabdruck und soziale Gerechtigkeit interessiert. Auch Kent selbst war lange misstrauisch, die Produktionsbedingungen in Fernost waren auch ihr nicht geheuer. »Natürlich hatte ich Skrupel«, sagt sie.

Doch von einem umfassenden Gebot zur lokalen Produktion hält sie nichts. »Was heißt schon regional?«, fragt sie. Es komme auch auf die Arbeitsbedingungen an. Wer die Branche kennt, weiß, dass hinter dem attraktiven Label Made in Italy oft nur Leid und Betrug stecken. Etwa in den illegalen Werkstätten im norditalienischen Prato, wo Tausende chinesische Arbeiter einen Euro in der Stunde verdienen.

»Natürlich soll das Brot vom Bäcker aus der Umgebung kommen«, teilt Kent zwar das Mantra ihres Bezirks, der grünen Hochburg in Wien. Aber in der lederverarbeitenden Industrie, das hat sie schnell gelernt, sei dieser Anspruch eine Illusion. Kaum jemand, sagt sie, würde das Zehnfache für regional produzierte Taschen oder Schuhe bezahlen.

Sich aus Österreich über die Grenzen hinaus zu etablieren, schaffen im heiß umkämpften Markt für Mode und Accessoires nur die wenigsten. Es heißt, wem es doch gelinge, der müsse sich mit Geldgebern einlassen, die früher oder später über die Kollektionen bestimmen. Doch Kent wollte ihre Investitionen immer selbst finanzieren. »Ich bin keine Spielernatur«, sagt sie. Noch nie hat sie sich mit einem Bankkredit belastet. Darauf ist sie stolz.

Mittlerweile kann sie zehn Angestellte in Wien finanzieren. Seit sie ihr eigenes Unternehmen leitet, denkt sie über Unternehmensführung nach. Auch darüber, wie man als Arbeitgeberin seinen Werten treu bleiben kann. Nachdem klar war, dass die Umsätze steigen würden, hat sie vor zwei Wochen die Gehälter einiger Mitarbeiterinnen erhöht. Davon hält sie mehr als von sporadischen Bonus-Zahlen.

Auch in der Slowakei und in Polen lässt Kent bereits produzieren. Es sind kleine Betriebe, in denen sie jeden Mitarbeiter kennt. Die Entscheidung für Pakistan war genauso eine Vertrauensfrage, sie hat sie erst nach langen Recherchen getroffen: Khalid, ihren pakistanischen Geschäftspartner, hatte sie auf einer Handelsmesse in Deutschland kennengelernt. Er musste viel Überzeugungsarbeit leisten, bevor Kent bereit war, sich seine lederverarbeitende Fabrik zumindest einmal anzusehen. Vor zwei Jahren flog sie schließlich zum ersten Mal hin. Arbeitete probeweise mit den dortigen Nähern und *sample makers*, die für die Erstellung von Prototypen zuständig sind. Informierte sich über Produktionsweisen, Arbeitsbedingungen und gerechte Entlohnung. Heute sagt sie: »Mit den üblichen Klischees und Vorurteilen hat das nichts zu tun. Man muss genauer hinschauen.«

In gut 24 Stunden wird Kent auf dem kleinen Balkon ihrer Pension in Karatschi stehen. Sie wird von dort aus den Kamelen am Strand zusehen. Ihrem Geschäftspartner Khalid wird sie eine Flasche Whiskey mitbringen, den Näherinnen Schokolade. »Unser Weg in Mitteleuropa hat viel mit Strenge und Schuldzuweisungen zu tun«, sagt sie. In den Kulturen Asiens gebe es dieses Nicht-Werten. »Es tut gut, daran erinnert zu werden.«

Zwischenbilanz

Erfolge

2003

Zu zweit

Tochter Loleth kommt zur Welt. Es sei ihr größter Erfolg, sagt Ina Kent, dass sie trotz jahrelanger Geldprobleme ihre Aufgabe als Alleinerzieherin hinbekommen habe

2015

In Karatschi

Alle Bekannten, denen Kent von ihren geschäftlichen Plänen in Pakistan erzählt, raten ihr dringend ab, überhaupt hinzufahren. Viel zu unsicher und gefährlich sei die Gegend, heißt es. Doch der Versuch lohnt sich, auf ihren Geschäftspartner in Karatschi ist Verlass

Misserfolge

2004

Aus an der Uni

Das spät begonnene Studium muss Kent als Alleinerzieherin abbrechen. Dass sie damals keine andere Möglichkeit gesehen hat, bereut sie bis heute

2012

Zu gutmütig

Ein Betrieb in Polen, der in den ersten Jahren ihre Taschenentwürfe umsetzt, berechnet Kent jahrelang viel zu hohe Preise. Doch sie ist zu dieser Zeit noch eine schlechte Verhandlerin und schafft es erst nach vier Jahren, die Zusammenarbeit zu beenden

ANZEIGE



Zeit, Vertrauen in Leistung umzusetzen.



Wenn Sie Ihre Anlageziele mit einem verlässlichen Partner an Ihrer Seite erreichen möchten.

Nehmen Sie sich Zeit für eine umfassende Beratung: LGT Bank Österreich, Wien 01 227 59-0 und Salzburg 0662 2340-0

LGT. Ihr Partner für Generationen. In Wien, Salzburg und an mehr als 20 weiteren Standorten weltweit. www.lgt.at



Private Banking