

Stil



A la mode helvétique



Heimatstolz in der Mode: Kleider von einheimischen Designern statt Edelweisshemden
12



Franken und Badis: Tyler Brülé sagt, was die Schweiz zur Schweiz macht
14



Sonntagsoutfit 5
Hat das Stil? 6
Rezept 20
Wein-Keller 21
Wanderung 30

Der Zürcher Laden Gris ist eine gute Adresse für Schweizer Mode. Ein unkonventionelles Verkaufskonzept gibt hier seit zwei Jahren heimischen Designern die Chance, im Detailhandel Fuss zu fassen

Sprungbrett für Schweizer Mode

GRIS

ALLIANCE DES CRÉATEURS SUISSES



Die Modeberaterin lässt die Pläne, die Fenster zu putzen, fallen. Das Wetter sei noch zu unsicher, und sowieso laufen die Arbeiten auf der Baustelle gegenüber dem Kleidergeschäft gerade auf Hochtouren. Es ist Dienstagvormittag, und wie in den meisten Schweizer Einkaufsvierteln haben die Geschäfte in der Zürcher Europaallee soeben ihre Türen geöffnet. Im Concept-Store Gris jedoch, der vor zwei Jahren Eröffnung feierte, wird bereits eine Kundin beraten. Das ist bemerkenswert. An solch einer Lage und zu dieser Uhrzeit ist Kleider-Shopping nicht die Regel.

Attraktive Konditionen

Gris ist ein Geschäft, das Schweizer Modedesign verkauft. Neuartig ist bei dieser Adresse jedoch nicht nur das Sortiment - ein Mix aus bewährten und neuen Namen der helvetischen Modeszene, dazu Schmuck, Accessoires, Schuhe und



andere Designgegenstände von Schweizer Gestaltern -, sondern auch das Verkaufskonzept. Dieses ist angelehnt an die Shop-in-Shop-Idee: Die ausgewählten Designer mieten sich im Laden ein. Die Monatsmiete für eine Kleiderstange von 60 Zentimetern Länge beträgt 335 Franken pro Monat; darin enthalten ist die Servicepauschale. Vom Umsatz wird nebst Mehrwertsteuer und Kreditkartengebühr eine Laden-Marge von fünf Prozent abgezogen. Die Designer erhalten also noch 84,8 Prozent - attraktive Konditionen! Gris will mit dieser Idee ein anderes Geschäftsmodell ausprobieren, das die Risikostruktur des bisherigen Marktes in ein neues Gefäss verpackt. Denn bis anhin wollte kaum ein Schweizer Kleidergeschäft in einheimische Modelabels investieren. Warum?

Esther-Mirjam de Boer ist Unternehmerin und eine der Mitinhaberinnen von Gris. Sie hat

Linke Seite, ganz links: Das Schaufenster von Gris an der Europaallee. **Oben (s. l. n. r.):** Bio-Baumwolle-Kreation von Atelier Laure Paschoud; gemunterte Mode von Pambe; Sneaker von Maison des Talons; Look von Ida Gut. **Oben:** Look von Ida Gut.

sich beim einheimischen Detailhandel umgibt: Viele würden die Zuverlässigkeit der Lieferung, die Verarbeitungsqualität oder die fehlende Flexibilität bezüglich Grössen bei den Schweizer Kreaturen bemängeln. Gleichzeitig könne sich aber kaum ein junges Schweizer Label diese geforderte Zuverlässigkeit leisten, die mit einer höheren Produktionsmenge verknüpft sei.

De Boer trägt einen leichten Mantel von Ida Gut, seit Jahren einer der arriviertesten Namen in

der Schweizer Modelandschaft. Ida Gut ist zudem eine der Marken, die sich bei Gris am besten verkaufen. Trotz der geografischen Nähe zum Hauptgeschäft der Zürcher Designerin nahe dem Helvetiaplatz konnte diese bei Gris ihren Kundenkreis erweitern. Für Gut scheint das Geschäft beim Concept-Store zu funktionieren, ihr Umsatz dort liegt im schwarzen Bereich.

Zweistelliges Wachstum

Trotz der spezifischen Ausrichtung des Sortiments wird Gris von einem gemischten Publikum aufgesucht, der Nähe zum Bahnhof sei Dank. «Wir haben Kunden aus der ganzen Schweiz, die beim Umsteigen kurz vorbeischaun», sagt de Boer. Aber auch ausländische Bankangestellte aus den umliegenden Finanzinstituten sowie Kultur-Touristen, die einheimische Designkreationen entdecken wollten, seien Teil des wachsenden Kundenstamms.

Gris-Highlights

Adrian Reber: Männermode, von ausgefallenen Unikaten bis hin zu alltagstauglichen Klassikern, aus Strick - alle made in Switzerland.

Atelier Laure Paschoud: Die Westschweizer Designerin verwendet Stoffe mit kontrolliert biologischem Ursprung. Produziert wird in Bosnien unter fairen Arbeitsbedingungen.

Ida Gut: Zu Recht einer der arriviertesten Schweizer Modenamen. Identität geben dem Design spezielle Materialien und Verarbeitungstechniken.

Maison des Talons: Das Zürcher Schuhlabel verkauft sich seit einigen Jahren auch in den USA und in Asien und ist in der Schweiz ausschliesslich bei Gris erhältlich.

Marc Stone: Die Kleider von Gris-Gründungsmitglied Marco Steiner sind Begleiter für den lässigen Grossstadt-Mann.

Pambe: Das Duo Nicole Verbeek und Evelyne Pfeffer aus Bern entwickelt elegante und feminine Mode.

Sabine Portenier: Das Label des ehemaligen Duo Portenier Roth führt Sabine Portenier seit kurzem im Alleingang weiter. Produziert wird in Eigenregie in Thun. (kid.)

Gris unterstützt helvetische Modedesigner beim Aufbau eines soliden und kontinuierlichen Vertriebskanals, einem wichtigen Faktor, um im Markt Fuss fassen zu können. Hier gibt es kein sogenanntes Abverkaufsrisiko, weswegen die Liefertermine keine so wichtige Rolle spielen. Der Traum von Gris sei es, so de Boer, dass sich die Labels eine gewisse Sattel-festigkeit erarbeiten können, um fit für den Wiederverkauf zu sein. Geschafft hat dies jedoch noch keines der Labels im Gris-Sortiment. Immerhin: Trotz dem letztjährigen Zusammenbruch im Detailhandel konnte Gris ein kleines Wachstum verbuchen. In diesem Jahr soll sich dieses laut de Boer im zweistelligen Bereich halten, und man erwarte im dritten Geschäftsjahr nun erstmals schwarze Zahlen.

Von den fünf Gründungsmitgliedern sind heute noch drei dabei. Neben de Boer, die als Strategieberaterin langjährige Erfahrungen

in Bereichen wie Leadership-Development und Startup-Coaching hat, sind auch Marco Steiner, Kopf des Männerlabels Marc Stone, und der Jurist Ivo Pfyfl Mitinhaber. Auch Letzterem ist die Modebranche nicht fremd: Er ist Lebenspartner von Claudia Eicke, die das Accessoires-Label Envoyage betreibt. Alle drei verdienen ihr Einkommen mit dem beruflichen Hauptstandbein. Die Arbeit bei Gris - je nach Einsatz macht diese rund 30 Prozent der Zeit aus - ist bis jetzt unbezahlt. Antrieb gebe jedoch die Freude, die das Betreiben eines solchen Geschäftes bereite, betont de Boer. Die Resonanz sowohl bei Presse wie auch beim Publikum sei gut; Gris scheint eine Lücke im Markt gefüllt zu haben.

Warum aber braucht es Schweizer Mode? Aus kommerzieller Sicht betrachtet, scheint Schweizer Mode als Geschäftsmodell (noch) nicht interessant zu sein. Aber die

Schweiz ist in den Augen von de Boer eine Willensnation: «Wir haben in unserer Geschichte einiges getan, das auf den ersten Blick nicht vernünftig wirkte und doch funktioniert hat.» Sie meint damit etwa unsere Staatsstruktur: ein kleines, viersprachiges Land, in dem alle Lager relativ konfliktfrei gemeinsam Politik machen können. Für de Boer ist die Nachfrage nach Schweizer Design eine Form von Fülle in unserer Kultur: «Wir

Unten (v. l. n. r.): Strickpulli von Adrian Beber; Entwurf von Sabine Portenier; Herrenlook von Marc Stone.

würden doch in gewisser Hinsicht verarmen, wenn wir nicht in allen Bereichen etwas Eigenes hätten.» Eine Schweizer Designkultur ist für de Boer identitätsstiftend. Idealerweise gebe es auch bei Kleidern eine eigene, länderspezifische Sprache, die sich von jener anderer Länder unterscheide.

Natürlich repräsentiert das Sortiment von Gris nicht das gesamte Spektrum der Schweizer Modeszene. Das Zürcher Label Little Black Dress etwa war anfangs bei Gris dabei, hat mittlerweile seine Stange beim Concept-Store aber geräumt. Die eleganten, teilweise sehr kurzen oder weitausgeschnittenen Kreationen sind beim Gris-Publikum offenbar nicht gefragt. Andere helvetische Modemarken, die auf ihre Art Identität stiften, sind: Sandro Marzo, Huber Egloff, Julian Zigerli. Die Designer haben sich entschieden, ihr Produkt in einer anderen Umgebung zu prä-

sentieren. Zwar fand man Zigerli beim Gris-Start noch im Angebot, seine Kleider hängen mittlerweile aber bei Opia, gleich um die Ecke an der Lagerstrasse. Umgekehrt hat Jungdesignerin Julia Winkler entschieden, ihre Ware von Opia weg und neu zu Gris zu bringen. Die Geschäfte im jungen Zürcher Stadtteil Europaallee pflegen einen kollegialen Austausch. Im Come Pony, einem weiteren Kleiderladen im Europaallee-Quartier, sind weitere Schweizer Labels vertreten. De Boer bleibt - den andauernden Bauarbeiten vor der Ladentüre zum Trotz - zuversichtlich: «Ich finde es toll, wenn sich die Europaallee zu einer Destination entwickelte, an der man in verschiedenen Läden viel gutes Schweizer Modedesign findet.» Kim Dang
● Gris - Alliance des Créateurs suisses, Europaallee 33, Zürich; Tel. 044 515 23 56, gris.ag
Mo-Fr 11-19 Uhr, Sa 10-18 Uhr

