

**Zeitschrift:** Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design  
**Herausgeber:** Hochparterre  
**Band:** 18 (2005)  
**Heft:** 1-2

**Artikel:** Budget klein, Ideen fein : fünf Läden  
**Autor:** Schmid, Claudia  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-122581>

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 18.04.2026

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Budget klein, Ideen fein

Text: Claudia Schmid

Fotos: Christian Aeberhart

Was nützt das schönste Kleidungsstück, wenn es einsam im Atelier hängt? An die Frau, an den Mann muss es gebracht werden – zum Beispiel im eigenen Laden. Doch was tun, wenn man kein Millionen-Budget hat wie die grossen Marken? – Hochparterre stellt die neuen Geschäfte von Chantal Pochon, Amok, Prognose, Xess + Baba und Amulett vor.

## 1 «Prognose»

Der erste Laden der Taschen-Manufaktur Prognose befindet sich mitten im Kleinbasel und hat mit 200 m<sup>2</sup> eine beachtliche Grösse. Durch das Glasdach im hinteren Teil fällt Licht in das Innere des Raums und macht ihn hell und freundlich. Das grosse Schaufenster rahmt die Strasse wie ein Filmstreifen ein und macht sie zum Non-Stop-Kino. Hinten ist die Werkstatt mit dem gemütlichen Holzboden, vorne der Verkaufsbereich mit dem industriellen, hellgrauen Gussboden. Verschieden gefaltete Metallkörper – je nach Funktion liegend oder stehend – bieten die kreisrunden Laika-Taschen oder Gürtel feil. Verbindendes Element zwischen den beiden Bereichen ist eine selbst entwickelte und gebaute Metall-Hängeleuchte, die sowohl hinten als auch vorne zu finden ist. So hell und gross ist das Geschäft erst, seit es die Prognose-Frauen Lilitt Bollinger und Christine Strössler aus dem Dornröschenschlaf erlöst haben. «Vorher war das ein Sechzigerahre-Loch – ein vollgestopftes, dunkles Baby-Geschäft», erinnern sie sich. Als erstes haben sie den Raum von seinem Ballast be-

freit und gereinigt. Die Böden entpuppten sich als Überraschung: «Unter dem Teppichbelag fanden wir Spanplatten, Beton, altes Parkett und Terrazzo, im hinteren Teil kam der brauchbare Holzboden zum Vorschein.» Erst nachdem das Glasdach gereinigt wurde, realisierten die Taschenmacherinnen, wie hell der Raum eigentlich ist. «Im Nachhinein haben wir viel Glück gehabt. Wir haben ja den Raum hauptsächlich wegen seiner Grösse genommen, wussten aber nicht, wie viel Gutes er bringt.» Nur 10000 Franken hatten die Prognose-Frauen in Möbel, Wandfarbe, Werkzeuge und Leuchten gesteckt. Glück hatten sie mit dem Vermieter, der zusätzlich 15000 Franken in den Umbau steckte. Und Glück hatten sie auch mit ihren Freunden, den Fronarbeitern, die abgesehen von einer Prognose-Tasche nichts verdienten. «Wir zählten 700 unbezahlte Arbeitsstunden.» Auch die Architekten Dani Buchner und Andi Bründler verzichteten auf Lohn, bekamen dafür eine von Lilitt gestaltete Website.  
--> Feldbergstrasse 42, Basel  
--> Ladenfläche: 200 m<sup>2</sup>  
--> Budget: 10000 Franken  
--> www.prognose.ch

Ein Label, das keine Identität hat, ertrinkt schnell im Meer erfolgloser Marken. Kein Wunder, wachsen Flagshipstores – Vorzeigeläden – wie Pilze aus dem Boden, wo die Mode-Unternehmen ihre Produkte konkurrenzlos platzieren. So haben etwa die Jeans-Marke Diesel und der Sport-Fabrikant Adidas kürzlich in der Schweiz ihre Flagshipstores eröffnet. Alfredo Häberli baut weltweit die Filialen von Joop um, damit die Marke ein klares Profil bekomme. Häberlis Budget: Pro Quadratmeter rund 1000 Euro (nur Ladenbau, ohne Design). Von solchen Beträgen sind die kleinen Modelabels wie Chantal Pochon, Amok, Prognose, Xess + Baba und Amulett weit entfernt. Trotzdem haben sie alle in den letzten Monaten einen eigenen Laden aufgemacht – mit wenig Geld, Improvisationsgeschick und der Hilfe von Freunden, die als Planer oder Handwerkerinnen zur Stelle waren. «Ich kann es jungen Modeschaffenden nur empfehlen, ein eigenes Geschäft zu eröffnen. Denn wer kann seine mit Herzblut entworfene Kollektion besser an die Kunden bringen als die Modedesigner selbst?». Das sagt die Modemacherin Christa de Carouge, die schon 1978 ihr erstes Geschäft eröffnet hat. Auch Ida Gut könnte nicht mehr auf ihren eigenen Shop verzichten, der 1996 aufgegangen ist: «Direkter Kundenkontakt macht mir Spass.» Zudem schätze sie es, flexibel zu sein. Wenn beispielsweise eine Kollektion zu spät fertig sei, könne sie diese im eigenen Laden verkaufen. «Wenn ich sie aber verspätet einem Grossisten abliefern, schickt er sie mir zurück. Ein Grossist ist unerbittlich.» Auch wirtschaftlich lohne sich ein eigenes Geschäft. «Es ist nicht so, dass es einfach ist. Aber der eigene Laden ist ein System, das ökonomisch funktioniert: Was du einnimmst, kommt direkt zu dir. Du hast die Kontrolle.» •





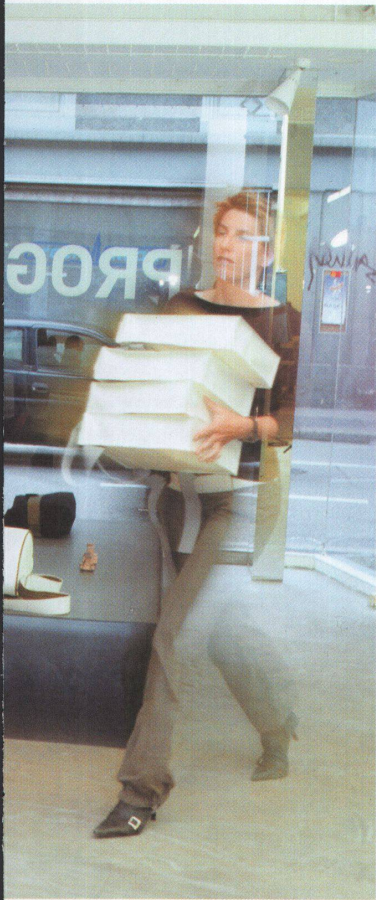
2

## 2 «xess + baba»

Xess + Baba alias Barbara Rüegg und Tina Grässli, die seit bald zehn Jahren Strickmode für Frauen und Männer entwerfen (HP 12/04), investierten 55000 Franken in ihren ersten Laden. Das Geschäft ist Teil des «Greulich»-Komplexes, zu denen nicht nur das Hotel und das Restaurant an der Herman Greulich-Strasse, sondern auch zwei sanierte Mietshäuser mit Ladenlokalen zählen, die Design aus der Schweiz verkaufen. Das «Wall Street Journal» lobte die Adresse als «oasis of modern elegance». Wie Chantal Pochon mussten Barbara Rüegg und Tina Grässli ihr 60 m<sup>2</sup> grosses Lokal nicht ausräumen. Als sie es mit dem Büro-Atelier, das wenige Meter vom Lokal entfernt ist, zur Miete übernahmen, hatte es bereits einen neuen Eichenparkett, die Wände waren frisch gestrichen. Zusammen mit Johannes Husmann von der Messe- und Möbelbaufirma «Raumbau» entwarfen sie das Geschäft – mit vielen Gesprächen und wenigen Plänen. «xess + baba» haben Husmann bezahlt – mit ein Grund, warum ihr Budget etwas höher angesetzt war. So auch das Licht:

Dies alleine kostete über 10000 Franken und besteht unter anderem aus Downlights und einer ovalförmigen, mit Klunkern besetzten Leuchte aus Palermo, die über 2000 Franken kostete. Sie bildet mit zwei Plüsch-Sesseln das Herzstück des Ladens, und wer in den Sesseln sitzt, hat die Übersicht: Der Blick fällt entweder nach hinten zum weinroten Teppich und den Umkleidekabinen, nach links zur Kollektion oder nach rechts zum Verkaufsbereich. Ein grosser Spiegel an der Wand vergrössert den Raum und macht die Umkleidezone zu einer Theaterbühne: So kann der eine Kaffee trinken, während die andere neue Kleidungsstücke probiert, oder umgekehrt. Heimelig wirkt der Raum nicht nur wegen des Eichenparketts, den Plüsch-Sesseln und der weinroten Farbe. Auch der verschiebbare Verkaufskorpus, der wie die alten Chuchichäschttli eierschalenfarbig lackiert und mit Schieferplatten bestückt ist, verleiht dem Laden eine «Wohnstuben- oder Kurhotel-Atmosphäre», wie Tina Grässli sagt.

--> Stauffacherstrasse 178, Zürich  
 --> Ladenfläche: 60 m<sup>2</sup>  
 --> Budget: 55000 Franken  
 --> www.xessbaba.ch



## 1 «Amok»

Sandra Kuratle, die Frau, die seit 1996 unter dem Label «Amok» Männer- und seit einiger Zeit auch Hosen, Hemden und Accessoires entwirft, investierte wie die Prognose-Frauen 10000 Franken in den Laden. Mit diesen bezahlte sie alles. Das Geschäft ist nur wenige Schritte von ihrem 10 m<sup>2</sup> grossen Atelier in einem Hinterhof an der Zürcher Ankerstrasse entfernt. Die Kunden probierten dort die Amok-Kollektion zwischen Bügelbrett und Nähmaschine an und «öfter auch draussen im Hof, weil ich keinen Platz hatte». In der ehemaligen grossen Waschküche geht dies jetzt ohne Platzangst. Bevor die Waschküche zum Laden wurde, musste sie entrümpelt werden. Sie hatte einem älteren Herrn gehört, der den Verstand und die Kontrolle über den Raum verloren hatte. «Es hat gestunken, Schimmel klebte an der Wand; Malsachen und alte Möbel verstellten den Weg.» Etwas unsicher war, ob die feuchte Waschküche als Laden geeignet sei. «Ich hatte weder Geld noch Lust, den Raum vollständig zu isolieren oder so stark umzubauen, dass man den Charakter der Waschküche nicht mehr erkennt.»

So liess sie einen Entfeuchter und eine Heizung einbauen; die alten Fenster blieben, wie sie waren. Und wie ihr die Dinge zugefallen sind, hat sie den Raum eingerichtet – ohne eng mit einem Architekten zusammenzuarbeiten. Nur für den Ablauf des Umbaus holte sie sich beim Architekten Hubert Lüscher Rat, «damit ich nicht die falschen Dinge zuerst machte». So fand sie auf dem Flohmarkt einen Kronleuchter. Die rollbaren Kleiderständer, sonst gut 400 Franken wert, erstand Kuratle bei einer Geschäftsliquidation. In der Waschküche wurden aus den Waschtrögen findige Vitrinen, und aus einem alten Bettgestell eine Verkaufsauslage. Den Holzboden fand Sandra Kuratle in einem abgebrochenen Haus in Thalwil – sie verlegte ihn zusammen mit Freunden. Diese arbeiteten wie sie selbst als Handwerker und putzten, bohrten, schleppten und dübelten. Nicht nur Kuratles Budget, auch der Lohn für ihre Helfer fiel ähnlich aus wie bei den Basler Kolleginnen von Prognose: «Sie konnten sich selbstverständlich Amok-Kleider auswählen.»  
--> Ankerstrasse 61, Zürich  
--> Ladenfläche: 27 m<sup>2</sup>  
--> Budget: 10 000 Franken  
--> www.amok.ch



1



2

## 2 «amulett»

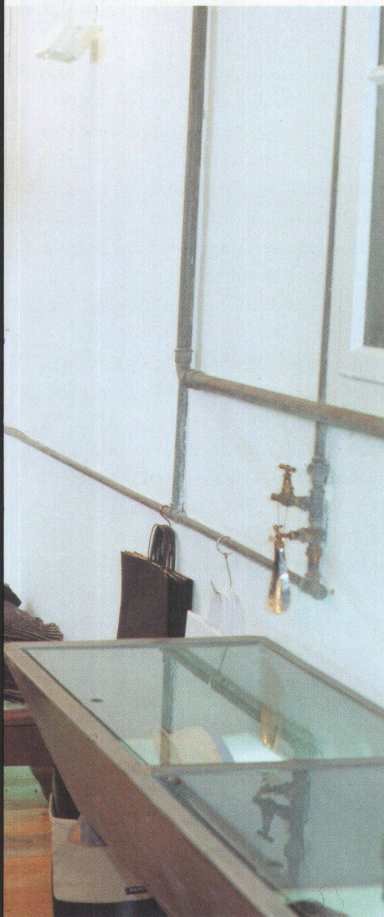
Matthias Eichenberger und Franziska Tschanz von Amulett gestalteten den 25 m<sup>2</sup> kleinen Raum in Bern mit einem Budget von 45000 Franken. Es ist nicht der erste Laden, den die Modemacherin und der engagierte Schmuckdesigner – er organisiert den Schmuckpreis, führt eine Galerie und gibt eine Kunst-Zeitschrift «Black Maria» heraus – zusammen haben: Siebzehn Jahre lang stand ihr Geschäft in Bern beim Casinoplatz (HP 3/04), musste aber wegen eines Umbaus aufgelöst werden. Mit dem Wechsel an einen neuen Standort haben die beiden auch gleich den Namen ihres Ladens und ihres Schriftzugs gewechselt: Aus «Zebra» wurde «Amulett». Die neue Boutique an der Rathausgasse liegt mitten in der Berner Altstadt, wo viele Touristen und Passanten vorbeikommen. «Die Lage ist vorteilhafter als zuvor», sagt Franziska Tschanz. Sie und Matthias Eichenberger haben den Raum – vormals ein Möbelladen und davor eine Metzgerei – ohne Architekten auf Vordermann gebracht. Sie stellten einige Handwerker an, haben selbst angepackt: «Etwa zehn Tonnen Material haben

### 3 < Chantal Pochon >

Die Basler Modedesignerin Chantal Pochon hat kürzlich ihren ersten Laden an der Werdstrasse in Zürich eröffnet. Um das 20 m<sup>2</sup> grosse Lokal mit Galerie einzurichten, hatte sie gerade mal 5000 Franken auf der Seite. Chantal wurde von ihrer Mutter unterstützt und besorgte sich ein privates Darlehen. 25000 Franken kamen insgesamt zusammen. Mit einem Budget von insgesamt 30000 Franken stürzte sie sich ins Abenteuer. Das Akazienholzparkett bildete die Basis für den Rest der Farben, die den kleinen Raum prägen: Wände und Decken sind hellrosa, die Vorhänge der Umkleidekabine aus braunem Wildleder, die dunkelbraune Tapete der Wand unter der Galerie hat einen metallischen Kupferglanz. Hier bietet Chantal Pochon ihre Damen-Kollektionen feil. Sie hängen an Kleiderstangen oder liegen in it-Boxen aus eloxiertem Aluminium. Stolz ist Chantal Pochon auf die wandelbare Präsentations-Lösung. Die Boxen und Kleiderstangen hat sie mit Gewinde-Dübeln angebracht, sodass sie beliebig verschoben und auch mit den Kleiderstangen ausgetauscht werden können. «Austauschbare

Elemente waren mir wichtig; ich möchte meinen Laden immer wieder leicht verändern.» Auf der Galerie hat sich Chantal Pochon einen kleinen Arbeitsplatz eingerichtet, wo sie ihre Nähmaschine surren lässt. Einen Architekten, der ihr als Planer zur Hilfe stand, brauchte sie nicht. Freunde von ihr, die Architekten Roland Imboden, Patrik Gubser und George Küng vom Design-Geschäft Elastique, vermittelten ihr günstige Handwerker. Zu Entwurf, Geld und Wünschen sagt Chantal Pochon: «Ich wollte verhindern, dass der erste Laden selbstgemacht aussieht. Ich habe mich deshalb entschieden, das Geld vor allem an jenen Stellen sparsamer einzusetzen, die nicht gut sichtbar sind.» So besteht der Bodenbelag auf der Galerie, wo sich nur Chantal aufhält, aus einem günstigen Noppen-Nonvillon aus dem Jumbo. Die Verkaufstheke ist ein alter Apotheken-Tresen, den sie günstig erstanden und neu verkleidet hat. Schliesslich hat sie die Papiertragtaschen nicht teuer mit ihrem Namen bedrucken lassen, sondern mit eigenen Stickers beklebt.

--> Werdstrasse 40, Zürich  
--> Ladenfläche: 20 m<sup>2</sup>, Galerie 10 m<sup>2</sup>  
--> Budget: 30000 Franken  
--> [www.chantalpochon.ch](http://www.chantalpochon.ch)



wir von der Mauer und dem Boden abgetragen», sagt Matthias Eichenberger. Wie bei «xess & baba» ist auch hier der Schiefer ein entscheidendes Material des Raumes. Aus diesem fertigten sie versenkte Schmuck-Vitrinen. «So konnten wir Raum gewinnen», sagt Franziska. Zwei verschiedene Bodentypen bewähren sich auch hier. Links des Eingangs, wo Franziskas Tschanz' Blusen, Mäntel und Hosen mit dem Label Almалuna an feinen Metallstangen hängen, besteht der Boden aus grauem, zementartigem Colorsal. Dieser führt nach hinten zu einer Steintreppe, die sie während des Umbaus freigelegt haben. Sie dient als Ablage und als Fluchtweg für die Berner Gesundheitsdirektion, die im oberen Stock untergebracht ist. Rechts des Eingangs, den eine Glaswand eingrenzt und wo sich auch das Schaufenster befindet, dominiert gebeiztes, dunkles Eichenparkett. Hier glänzen Matthias Eichenbergers Ringe und Colliers in den Schiefer-Vitrinen.

--> Rathausplatz 6, Bern  
--> Ladenfläche: 25 m<sup>2</sup>  
--> Budget: 40000 Franken  
--> [www.amulett.ch](http://www.amulett.ch)  
--> [www.schmuckpreis.ch](http://www.schmuckpreis.ch)  
--> [www.almaluna.ch](http://www.almaluna.ch)



3