

# Reportage : Modemachen hier und dort

Autor(en): **Schmid, Claudia**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design**

Band (Jahr): **17 (2004)**

Heft [11]: **bling bling : Stoffe zum Träumen**

PDF erstellt am: **23.03.2021**

Persistenter Link: <http://doi.org/10.5169/seals-122448>

## Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

## Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

# Modemachen hier und dort

Text: Claudia Schmid  
Foto: Christian Senti

Besonders einfach ist es noch immer nicht, als Schweizerin oder Schweizer eine Karriere im Modebereich anzustreben. Doch das hat die Leidenschaftlichen noch nie gekümmert. Ein Bericht zur Situation junger Modedesigner im In- und Ausland.

Die Mode hat es in der Schweiz besonders schwer. Das kleine, isolierte Land ohne nennenswerte Modetradition ist kein fruchtbarer Boden für eine Karriere in der Branche: Ein Arbeitsmarkt existiert praktisch nicht, und so bedeutet Mode hierzulande oft auch Krise. Mit wenigen Ausnahmen wie Akris oder Strellson können sich Schweizer Labels nur schwer international positionieren. Und doch: In den letzten Jahren wurden Weichen gestellt, um jungen Modeschöpfern den Einstieg in die nationale, ja sogar internationale Modebranche zu erleichtern. Da ist das Bundesamt für Kultur (BAK). Es unterstützt nicht nur Mode-Institutionen wie die Messe «Gwand», sondern vergibt auch Förderpreise: Neben einem Geldpreis steht im Rahmen des Eidgenössischen Wettbewerbes für Design auch ein Atelier-Stipendium oder Praktikum im Ausland zur Auswahl. Dass mit solchen Preisen die Designer nachhaltig unterstützt werden, liegt auf der Hand: Wertvolle Netzwerke werden geknüpft, die Chance auf internationale Anbindung tut sich auf.

## Ausbildung und Verkaufsförderung

Das kann schon in der Ausbildung gefördert werden: Die Fachklasse «Mode-Design: Körper + Kleid» an der HGK Basel etwa schickt ihre Studierenden im 5. Semester in ein obligatorisches Praktikum, bevorzugt ins Ausland. Auch hier werden Netzwerke erweitert und tragfähig gemacht. Soll hiesige Mode überleben, ist Förderung nicht genug. Schliesslich geht es darum, die Kleider auch zu verkaufen. Auch hier gibt es neuerdings Hilfe. Dank der Modeagentur «Quer» ist seit Mai eine Auswahl von Schweizer Labels bei Globus erhältlich. Man muss also kein Insider mehr sein, um Mode aus der Heimat zu finden – ein Gang ins Warenhaus genügt. Swiss Design wird selbstverständlich, und vor allem wird es verkauft. Das bringt zumindest den vertretenen Designern ihr täglich Brot. «Quer» ist es auch zu verdanken, dass die Modemesse «Premium» in Berlin im Juni zum ersten Mal als Plattform für Schweizer Modedesigner diente. In Zukunft vermittelt die Agentur junge Talente an die Bekleidungs- und Textilindustrie – etwas,

das hierzulande noch nicht institutionalisiert ist. Eine Plattform bieten auch die Mode-Events. «Es gibt allerdings zu viele Veranstaltungen, die sich mitunter selbst feiern, und durch den Eventcharakter rückt der Förderungsgedanke in den Hintergrund», meint Patrizia Crivelli vom BAK. «Ein einziger, klar positionierter und internationaler Event wäre begrüssenswerter als viele kleine.»

## Ab ins Ausland

In diesem Umfeld tummeln sich Modeschaffende um die dreissig: Sie sind je nach Anspruch in der Heimat oder jenseits der Grenzen unterwegs. Wie Didier Cometti und Angelo Buonomo. 1987 zogen sie als Sechzehnjährige nach Paris, wo sie eine Modeschule besuchten. Dieses Jahr feiert das Duo den zehnten Jahrestag ihrer ersten Kollektion; ihr «Prêt-à-porter de Luxe» begeistert Kunden in aller Welt. Rückblickend sagen sie: «Wir sind froh, dass wir so früh ausgewandert sind. Das heisst aber nicht, dass es schlecht ist, wenn man in der Schweiz bleibt. Es kommt auf die Ansprüche an. Klar aber ist: Wer ins Ausland gehen möchte, muss einen Sprung ins kalte Wasser wagen.» Mit der Schweiz verbindet die beiden heute nicht mehr sonderlich viel. Zwar bezeichnen sie das Land als ihre Heimat, doch sind sie mittlerweile länger im Ausland, als sie in Basel gelebt haben; ihre Kollektionen sind hier gar nicht zu finden. Doch eine Beziehung zur Schweiz pflegen Didier & Angelo durchaus: Sie beziehen Schweizer Textilien – unter anderem von Fabric Frontline.

Lela Scherrer lebt ebenfalls im Ausland. Die Gewinnerin des Prix Bolero 2003 hat vor drei Jahren die Modefachklasse an der HGK Zürich abgeschlossen und lebt seither in Antwerpen, wo sie für Dries van Noten, Theatergruppen und ihr eigenes Label Lela Scherrer arbeitet. Auch Lela ist materialtechnisch mit ihrer Heimat verbunden: «Ich arbeite mit einer Schweizer Stoffproduzentin zusammen, weil sie fantastische Stoffe herstellt und in Kleinmengen liefert, was für mich ideal ist.» Lela glaubt, dass auch die Schweizer Mode international zulegen könnte, wenn sie sich am Beispiel ihres ebenfalls kleinen Wohnlandes orientieren würde. Denn die Situation in Belgien war in den Achtzigerjahren ähnlich: Die traditionsreiche Textilbranche stagnierte, begann dann aber mit der Design-Akademie zusammenzuarbeiten. Absolventinnen der Mode-Akademie zeigten ihre Kollektionen mit Unterstützung der belgischen Textilindustrie an der renommierten «Fashion Week» in London. Davon profitierten alle: Die Textilbetriebe, die Produzenten und die Designer. «Für eine solche Aktion ist viel Selbstvertrauen nötig. Genau das sucht man in der Schweiz vergebens, weil man sich an den Tendenzen der grossen Modemetropolen orientiert.»

## Offene Türen

Dasselbe glaubt auch Daniel Herman. «Dabei verfügen wir in der Schweiz über gute Stoffe, über eine zentrale Lage zwischen Mailand, Düsseldorf und Paris und eine kaufkräftige Klientel.» Herman absolvierte das «Central Saint Martins College of Art and Design» in London, kehrte danach in die Schweiz zurück, wo er zuerst als Freelancer für Akris und Jakob Schlaepfer arbeitete. Bei Schlaepfer lernte er die Vorzüge des Lasercutten kennen und wurde ermutigt, die Technik weiterzuentwickeln. Mit dem «Swiss Textiles Award», den er an der «Gwand 2000» gewann, standen ihm plötzlich Türen zu vielen Textilunternehmen offen. Das Archiv von Forster Rohner inspirierte ihn etwa zu Latexspit-



zen, die Seidendruckerei Mitlödi gab ihm eine spezielle Textilfarbe, und bis heute tüftelt er mit Gessner an neuen Jacquardgeweben. Auch für Tran Hin Phu haben sich nach dem Gewinn des Swiss Textiles Award an der «Gwand» 2001 Türen und Kontaktnetze aufgetan. Der Absolvent der HGK Basel hat seinen Geschäftssitz zwar in der Stadt seiner ehemaligen Schule aufgebaut, verkauft aber seine Kollektionen in New York und in Tokyo und meint: «Wenn man über ein gutes Netzwerk verfügt, kann man auch von der Schweiz aus arbeiten.»

## Label mit eigenen Läden

Neben jungen Schweizer Labels, die sich im Ausland zu positionieren versuchen, sind während der letzten zehn Jahre Labels herangewachsen, die im kleinen Rahmen agieren. Deren Kollektionen werden meist in einem eigenen Laden verkauft – oft mit dem Atelier verbunden. Zum Beispiel die Labels «Anja Sun Suko», «klein basel» von Tanja Klein, «Amok», «Xess & Baba» oder auch «Beige», das Label der Textil-Designerinnen Manuela Helg und Karin Maurer, das seit 1996 existiert. Sämtliche Stücke ihrer Strick-Kollektion lassen sie in der Schweiz produzieren. «Klar haben auch wir einen Wunschzettel, auf dem «Ausland» draufsteht. Aber wir sind nicht so ehrgeizig, alles gleich jetzt schon erreichen zu wollen.» Weniger lang im Geschäft und

deshalb auch etwas anders positioniert sind die Designerinnen Patricia Collenberg und Zuzana Ponicanova. Sie haben vor zwei Jahren mit dem Aufbau ihres Labels «Collenberg/Ponicanova» begonnen und verkaufen es in ihrem kleinen Atelier im Zürcher Kreis 5. Finanziell kommen sie gerade so durch: «Im Moment sind wir noch mit Nebenjobs quersubventioniert. Es braucht in dieser Anfangssituation bisweilen schon Geduld.» Vielleicht braucht es gerade jetzt, da der Stellenwert der Mode in der Schweiz weiter wächst, besonders viel Geduld. Denn der Druck hat zugenommen, neue Talente werden von den Medien gehypt, allerdings meist, ohne die finanzielle Situation zu beleuchten.

Kurt Zihlmann, Leiter der Ausbildung «Mode-Design: Körper + Kleid» in Basel, hält diese Entwicklung für problematisch: «Es scheint, als ob man von jungen Modedesignern erwartet, dass sie nach einer erfolgreichen Diplom-Modenschau durchstarten.» Jungen Architekten etwa gehe es da anders: «Niemand erwartet, dass sie mit knapp dreissig grosse Projekte bauen. Und falls sie bauen, brauchen sie erst einen Investor. Finden Sie mal einen Investor für Mode. Das gibt es nicht. Man sollte den jungen Designern mehr Zeit lassen, damit sie sich entwickeln können.» – Mode und Krise? Die Begriffe sind nach wie vor ein Paar. Aber solange sich die jungen Designer nicht bremsen lassen, geht die Schweizer Modegeschichte weiter. •

