

Des Schweizers Kleid

Kann man sich von Kopf bis Fuss mit Schweizer Mode einkleiden? Man kann! Zum Beispiel bei Gris an der Europaallee. Der Laden hat ein Geschäftsmodell erfunden, das nicht reich macht, dafür bekannt.



1 | 4 Seidenbluse von Lela Scherrer, 989 Franken, handgenäht in Basel. Bild: Sabina Bobst ([4 Bilder](#))

Vielleicht zuerst eine Warnung: Günstig wird das nicht, sich von Kopf bis Fuss mit Schweizer Mode einzukleiden. Aber Qualität hatte schon immer ihren Preis.

Und nun die gute Nachricht: Patriotismus ist hier durchaus angebracht. Man darf ihn mit Stolz tragen, und das nicht nur im übertragenen Sinn.

Zu kaufen gibt es ihn an der Europaallee Nummer 33. Gris, Alliance de Créateurs, nennt sich der Laden, der ausschliesslich Schweizer Mode verkauft. Grau! Nicht gerade die aufregendste Farbe. Aber sie passt zur Schweiz. Schliesslich macht sie aus einem Mann einen Banker und verpasst der Frau die unaufgeregte Zurückhaltung, die man hier schätzt.

Die Initianten von Gris haben eine etwas andere Erklärung für ihren Namen: Mischt man alle Farben zusammen, entsteht das Grau mit Schlammstich, mit dem die Wände von Gris gestrichen sind. Die Farben stehen für all die Modelabels, deren Produkte Gris verkauft – eine bunte Palette des Schweizer Modeschaffens: das Sinnliche von Kazu (Zürich), das etwas Strenge von Portenier Roth (Thun) und die Verspielten von Pamb (Bern) oder das Unterwäschelabel Lyn (Zürich).

Rund dreissig Namen hat Gris im Programm. Darunter auch Labels für Bademode (Amare Beachwear, Zürich), Schuhe (Lele Pyp, Zürich) und Accessoires (Envoyage, Zürich).

Der 120 Quadratmeter grosse Laden entzückt das Herz des Ästheten. Puristisch das Interieur, gut sortiert das Angebot und Verkaufspersonal, dem steht, was an der

Von Erika Burri 03.09.2014

Stichworte

[Mode](#)

Artikel zum Thema

Was uns Designer und Modemacher einflüstern



Was steckt hinter den vielfältigen Style-Codes, und wie funktioniert das «System Mode» insgesamt? Eine anregende Ausstellung im Gewerbemuseum Winterthur gibt Antworten. [Mehr...](#)

Von Ulrike Hark. 06.08.2014

Warum soll man Brüste quetschen?

Blog Mag Trägerlose Kleider sind in Mode. Aber sehen sie auch vorteilhaft aus? [Zum Blog](#)

Von Bettina Weber 01.07.2014

Forschung in der Bikinizone

Kolumne Als der Bade-Zweiteiler in Mode kam, war eine epochale Umwälzung im Gang: Der Körper wurde befreit. Die Grenzen des Passenden wurden verschoben, zuvor Schamloses wurde akzeptiert. [Mehr...](#)

Von Walter Jäggi. 23.07.2014

Die Redaktion auf Twitter

Stets informiert und aktuell. Folgen Sie uns auf dem Kurznachrichtendienst.

[@tagesanzeiger folgen](#)

Stange hängt. Gris ist Verkaufsstelle, aber auch Schaufenster für die vielen Schweizer Designer, die vor sich hin werkeln und sich damit gerade so über Wasser halten, aber bisher doch nie ganz den Durchbruch geschafft haben. Das soll sich ändern. Und so bietet Gris auch eine Plattform, auf der sich die Modeschaffenden austauschen können, und organisiert Fortbildung.

Biederkeit, Übergrösse, Violett

Denn irgendwie scheint über der Schweizer Mode ein Fluch zu schweben. Da ist Handwerk, da ist Talent, da sind die unglaublichen Stoffe aus St. Gallen, die zuhauf in Paris und Mailand zu Haute Couture verarbeitet werden. Der Fluch lässt sich in etwa so ausformulieren: Denkt man an Schweizer Mode, dann vielleicht an Vögele. Und das ist nicht sehr schmeichelhaft. Das Schweizer Modehaus steht für Biederkeit, Übergrösse und Violett, eine Farbe, die angeblich jedem stehen soll. Und genau das ist ihr Problem.

Dann doch lieber Grau respektive Gris, der Laden mit einem Konzept, das es so noch nie gegeben hat, «auf der ganzen Welt noch nie». Marco Steiner (Label: Marc Stone, Zürich) und Esther de Boer (Mitinhaberin des Zürcher Labels Ida Gut) lächeln stolz. Sie sind zwei der fünf Initianten von Gris. Und sie haben eine Mission: Schweizer Mode hat einfach mehr verdient. Mehr Aufmerksamkeit, mehr Umsatz und mehr Leute, die sich wagen, aus ihrer Massenware zu schlüpfen und sich Individualität überzustreifen. Individualität, made in Switzerland.

Und so sieht das Geschäftsmodell von Gris aus: Die Initianten agieren als Kuratoren. Sie wählen die Designer aus, mit denen sie zusammenarbeiten wollen. Und sie suchen sich aus, welche Kleider aus den Kollektionen in den Laden kommen. Wichtige Kriterien sind Qualität und faire Produktionsbedingungen.

Die Designer bezahlen Miete: 330 Franken für 60 Zentimeter Stange oder 80 Zentimeter Ablagefläche. Das Revolutionäre an der Sache: Der Umsatz geht fast vollständig an die Designer zurück. Nur 7,2 Prozent, und das betonen Steiner und de Boer mehr als einmal, wird zurückbehalten. Zusammen mit der Platzmiete werden damit die laufenden Kosten gedeckt: die Ladenmiete, das Marketing und das Verkaufspersonal.

«Und jetzt raten Sie mal», sagt de Boer, «wie viel grosse Labels für Miete und vor allem fürs Marketing vom Verkaufspreis verwenden würden. Bis zu 70 Prozent!» Die grossen Werbekampagnen kosten natürlich, klar. Die Rechnung ist schnell gemacht, schliesslich können Steiner, der ursprünglich Banker gelernt hat, und de Boer, eine Portfoliounternehmerin, rechnen: So viel bekommen die Designer nirgends zurück. Und auch der Kunde profitiert: «Im Preis steckt ganz viel Qualität und ganz wenig Blabla», so de Boer.

Das neue Selbstbewusstsein

Der Satz steht für ein neues Selbstbewusstsein, das sich die Schweizer Modeszene in den letzten Jahren angeeignet hat. Zu Recht. In der Schweiz geht modemässig gerade einiges. Und Gris ist Teil der Bewegung. Der Laden, der im Frühling eröffnet wurde, wird zwar auch im nächsten Jahr noch keinen Gewinn schreiben. Und wenn man Steiner und de Boer fragt, ob sie denn irgendwann die 120'000 Franken Eigenkapital der Gris AG verzinst haben wollen, wirken sie etwas überrascht ob der Frage. Aber echte Missionare agierten ja schon immer im Non-Profit-Bereich.

www.gris.ag, *Europaallee 33*

Die Redaktion auf Twitter

Stets informiert und aktuell. Folgen Sie uns auf dem Kurznachrichtendienst.

[@tagesanzeiger folgen](https://twitter.com/tagesanzeiger)