

# «Die vielleicht beste Bühne überhaupt»

Die Vielfalt der an der vierten Edition der Mode Suisse präsentierten Kollektionen zeigt deutlich: Den einen Schweizer Stil gibt es nicht. Ob Kollektion von Modestudenten oder Hommage – Kreativität und Ideenreichtum sind vorhanden. Die Textil-Revue war an der Zürcher Ausgabe im Luma Westbau im Löwenbräukunst dabei und hat Eindrücke, Kritik und Feedbacks gesammelt. **Gisèle Luther**

## Warum sich ein Rapper wie Stress für Mode Suisse begeistert

An den Mercedes-Benz Fashion Days Zurich traten sie vor einiger Zeit an einem der ersten Male als Paar in der Öffentlichkeit auf. Durch die Verpflichtung von Ronja Furrer als Model für die Mode Suisse war auch schnell klar, dass Stress sich wahrscheinlich unter das Publikum der Zürcher Ausgabe mischen würde – und voilà: Stronja posierte sogar für ein gemeinsames Erinnerungsfoto.



## Rege Gespräche, lustvoller Austausch

«Designer wie Besucher werden immer professioneller, die Gespräche und Feedbacks drehten sich lustvoll um die neuen Kollektionen und Erfolge der Modeschaffenden. Es fand ein reger Austausch statt. Verkäufe konnten abgewickelt oder in die Wege geleitet werden», so die Designerinnen Sabine Portenier (links) und Evelyn Roth, die ihre Kollektion Croisière 2014 präsentierten.



## Laend Phuengkit: Design-Hoffnung

Nicht nur die Schweizer Grand Dame der Mode Christa de Carouge zeigte sich begeistert von den Kreationen des Studio Laend Phuengkit, dem Label, das mit dem Schweizer Design Award prämiert wurde. Die Kombination von Swissness, thailändischen Wurzeln und Berliner Ausgefallenheit – der Designer lebt und arbeitet in der deutschen Hauptstadt – sorgt international für Furore.



## Die Mode Suisse als Reflexion der Arbeit

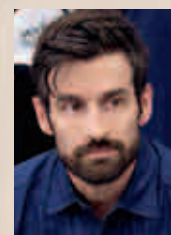
Seit einigen Monaten ist En Soie mit einer zweiten Boutique in Los Angeles vertreten und Hollywood-Stars wie Kirsten Dunst gehören bereits zur Clientèle des Schweizer Mode-Labels, das seit 1979 Monique Meier, Ehefrau von Yello-Frontmann Dieter Meier, gehört und nun von einem verjüngten Team, zu dem auch Tochter Anna Meier gehört, mit einem frecheren Esprit neu belebt wird. Für Anna Meier (rechts) ist die Mode Suisse nicht nur eine Präsentationsplattform, an der sie sich mit Leuten aus der Branche austauschen kann, sondern auch eine Möglichkeit zur Reflexion: «Sie ermöglicht mir eine objektive Betrachtung der eigenen Arbeit, die ich hier abschliessen und präsentieren konnte.»



Textil-Revue Nr. 35, 25. Oktober 2013

## «Den oder die kenn ich doch...?»

Auch wenn die Mode Suisse im Gegensatz zu den Glamour-betonnten Fashion Days Zurich sehr «clean» und unaufgeregt daherkommt und nicht auf Promis & Co.



setzt, die medientechnisch für Aufmerksamkeit sorgen, fand sich in Zürich das eine oder andere bekannte Gesicht im Publikum, das sich ebenfalls von der Schweizer Mode inspirieren liess. In der ersten Reihe sass beispielsweise Daniel Freitag, Mitbegründer der Marke Freitag.



## Visionärer Einsatz von Frottierware

Andreas Huber und Raúl Egloff beschreiben besonders die Verwendung von hochwertiger Frottierware des Schweizer Traditionsunternehmens Wetseta AG als bezeichnend für ihre Kollektion: «Die Neuverwendung von Frottée in einer High-End-Kollektion ist unsere Vision und erklärtes Ziel ist es, Schweizer Modedesign längerfristig international eine gewichtige Stimme zu geben.»

## Wo war Asandri? – In Polen!

Die Mode Suisse hat eine treue «Anhängerschaft» unter den teilnehmenden Mode-Labels. Dazu gehörte immer auch Asandri, die Premium-Marke der beiden Designer Alexandra Pfister und Stefan Wiedmer aus Rütli. Wer sich auf ihre elegante, nachhaltige Kollektion gefreut hat, wurde diesmal aber enttäuscht – das hatte aber einen guten Grund: «Wir haben vor einiger Zeit eine Anfrage von Natalia Glowacka, Organisatorin des Warsaw-Fashionweekends, erhalten. Da jede Saison ein anderes Gastland an dem Warschauer Anlass teilnehmen darf und diesmal die Schweiz ausgewählt wurde, bekamen wir die Chance, am Wochenende, als die Mode Suisse in Zürich stattfand, in Warschau unsere Mode zu präsentieren», freut sich Alexandra Pfister. Der Anlass wurde von der Schweizer Botschaft mitgetragen und war für die Schweizer Designer ein grosses Highlight.



## Perfekte Symbiose

«Als Taschen-Label ist es schwierig, die richtige Form der Präsentation für eine Modeschau zu finden. Schliesslich sollen unsere Modelle nicht von der Bekleidung in den Schatten gestellt werden, die wir nur für die Show dazu gestylt haben. Als Claudia Zuber uns gefragt hat, ob wir zu ihren Outfits Taschen liefern, haben wir uns unheimlich gefreut», so Katka Griesbach, Mitinhaberin der Winterthurer Premium-Taschenmarke Griesbach. «Wir hoffen natürlich, durch die Mode Suisse bei neuen Einkäufern Beachtung zu finden.» Die Symbiose gelang perfekt. Obwohl, wie Katka Griesbach nach der Show noch ganz aufgeregt erzählte, die Bekleidung und Bags ohne langes Federlesen zusammengestellt wurden, präsentierten sich Claudia Zubers Outfits und die Griesbach-Taschen als Einheit.



Textil-Revue Nr. 35, 25. Oktober 2013



# High Fashion

made in Switzerland

Die Mode Suisse bot Schweizer Modedesignern Anfang Oktober bereits zum vierten Mal in Zürich und Genf eine Bühne. Obwohl sich die gezeigten Kollektionen oft auf einem schmalen Grad zwischen verkäuflich und extravagant bewegen, hat sich die Plattform als Schnittstelle zwischen Design-Szene, Fachpublikum und Einkäuferchaft etabliert.

Gisèle Luther

Für uns agiert die Mode Suisse als Bindeglied zwischen Design, Öffentlichkeit, Verkauf und Fachpresse. Mit der Präsentation ausgewählter Labels in den Filialen in Zürich und Genf zeigen wir auch, dass wir sehr an Schweizer Mode interessiert sind», brachte es Jürg Welti, Mediensprecher Globus, auf den Punkt.

**Unpräzise, clean und ganz ohne Drumherum**

Zwar wird die Mode Suisse von diversen Unternehmen unterstützt, aber gerade die selbst verordnete Zurückhaltung der «Sponsoren» zeichnet die Plattform aber aus. Während die Showrooms in Zürich und Genf öffentlich sind und damit eine direkte Möglichkeit zum Kauf bieten, waren die abendlichen

Präsentationen in Zürich auch diesmal Treffpunkt von Einkäufern, Fachpresse, Designern und Szene-People. «Die neue Location Luma Westbau Löwenbräukunst war beeindruckend», sind sich Ruza Rajcic und Hana Schärrer vom Label RS Hader einig. Der Umzug in die eher sterilen Räumlichkeiten war zwar bei einigen in der Kritik, zeigt aber deutlich, worauf Yannik Aellen und sein Team fokussieren: Mode Suisse soll eine Bühne für Schweizer Design sein, fernab von überinszenierten Modeschauen.

**Wie kommerziell muss eine Kollektion überhaupt sein?**

Es mangelt nicht an Kreativität und Talent, «die Schweiz hat als Modeland aber noch keine internationale Relevanz», wissen

auch Andreas Huber und Raül Eglöf, die erstmals mit dabei waren. Zwar hat Schweizer Mode keinen einheitlichen Stil, gerade junge Akteure wie Julian Zigerli zeichnen sich aber durch ein unbändiges Mass an frischen, ungewöhnlichen Ideen aus, mit denen sie in der Schweiz vielleicht auf wenig kommerziellen Spielraum stossen, diesen aber in Berlin finden, wo auch Laend Phuengkit lebt und arbeitet. So sind auch die Entwürfe der teilnehmenden Modeschulen von Genf und Basel bisweilen fast zu extravagant. Eine Frage stellt sich für die Zukunft: Will man darauf fokussieren, Knotenpunkt zwischen Design und Einkauf zu sein, oder bietet man auch künftig weniger kommerziellen Kollektionen eine Bühne – denn auch das ist Design made in Switzerland. ■

