

«Ich hatte nie das Bedürfnis, gefallen zu müssen»

ZÜRICH Christa de Carouge – Designerin, Individualistin und Original

Christa de Carouge ist nicht nur die bekannteste sondern auch markanteste Persönlichkeit in der Schweizer Modedesignerbranche. Mit ihren ausschliesslich schwarzen, wallenden Gewändern setzte sie im schnelllebigen, auf magere Figuren fokussierte Fashionbusiness einen Kontrapunkt und ist ihrem Stil bis heute treu geblieben.

In Christa de Carouge's Domizil im Zürcher Seefeld dominiert – wie soll es denn anders sein – die Farbe schwarz. Die Designerin trägt eine raffinierte Eigenkreation aus plisziertem Stoff, waschbar und bügelfrei, wie sie betont. Praktisch und bequem aber trotzdem eigenwillig und stilvoll müssen ihre Teile sein, das ist ihr ganz wichtig. Kleider sind



«La dame en noir» - Christa de Carouge (Bild: ub)

für sie wie ein Haus: man wohnt darin und soll sich beschützt und wohlfühlen. Markant ist die riesige Hornbrille, welche auf ihrer Nase thront. Die Haare sind seitlich rasiert und oben zu einer vorwitzigen Tolle aufgetürmt. Obwohl ihre Erscheinung exzentrisch ist, besticht sie durch ihre unkomplizierte und direkte Art ohne jegliche Attitüden. Man fühlt sich sofort wohl in ihrer Gesellschaft. Beim Interview schnüffelt Spaniel Sushi (schwarz) an der Besucherin, der Blick fällt auf den sparsam möblierten Wohnzimmerbereich ohne jeglichen Schnickschnack.

Die «Mode-Architektin»

Mit ihrer schnörkellosen Mode, die auf streng geometrischen Formen basiert, hat sich Christa de Carouge über die Landesgrenzen hinaus einen Namen gemacht. «Ich skizziere meine Modelle nicht wie eine Modedesignerin sondern eher wie eine Architektin», erklärt die heute 77-Jährige. Damit stach sie von Anfang an aus der Masse heraus. Ihre Maxime «Der Mensch braucht nicht viele Kleider, es müssen bloss die richtigen sein» widerspricht dem schnelllebigen Fashionbusiness mit den ständig wechselnden Trends. Berauschend findet sie die heutige Mode nicht. «Wohin ich auch blicke, ich sehe nur Déjà-vus. Es fehlt an Innovationsgeist, und keiner hat den Mut, etwas Verrücktes zu tun.» Schwarz ist für die gebürtige Baslerin alles andere als

eine Trauerfarbe: «Je nach Licht, Faltenwurf und Stoff eines Kleides hat es unzählige Facetten», sagt sie. Den Laden in Zürich hat die Designerin zwar mittlerweile aufgegeben, aber de Carouge ist noch voller Ideen. Sie forscht und tüfelt an einer neuen Kollektion mit dem Label «Das schwarze Unikat». Die Einzelstücke sollen in persönlicher Beratung mit der Kundin oder dem Kunden entstehen.

Gefällig wollte sie nie sein

Vor allem starke und selbstbewusste Charaktere tragen Modelle von Christa de Carouge. Menschen, die nicht mit der Masse schwimmen und den Mut haben, aus dem Durchschnitt herauszustechen. Anpassung war für die Designerin schon in der Jugend ein Fremdwort. In der Couture-Szene behauptete sie sich als Aussenseiterin und blieb ihrem Stil konsequent treu, ohne je verbissen oder stur zu sein. «Ich hatte einfach nie das Bedürfnis, gefallen zu müssen», sagt de Carouge und führt das zu einem Teil auf ihre Familie zurück. «Wir waren fünf Kinder und unsere Eltern förderten uns immer in dem, was wir taten.» Mama, die Schneiderin war, lehrte ihr das Kleiderentwerfen und –nähen von der Pike auf. Eine Ausbildung zur Grafikerin inspirierte sie später für die streng formalen Konzepte ihrer Kollektionen. Seit 1965 ist sie in der Modebranche tätig. Mit ihrem Exmann betrieb sie verschiedene



Christa de Carouge mit ihrem Spaniel «Sushi» (Bild: ub)

Boutiquen. Bis zur Scheidung. Sie erinnert sich: «Ich ging über die Bücher und beschloss, nur noch das zu machen, was ich wirklich wollte». 1983 kam in Carouge/Genf ihre erste eigene Kollektion auf dem Laufsteg. «Ich hatte von Anfang an viel Zuspruch», erinnert sich die kreative Modeschöpferin mit dem eigenwilligen Stil. Und fügt hinzu: «Man merkte, dass die Leute schon lange auf etwas Konkretes und Radikales gewartet hatten.» Bald verkaufte sich ihr Label nicht nur in Zürich und Genf sondern auch in Stuttgart, Wien, Berlin und Düsseldorf. In der Schweiz kennt praktisch jedes Kind ihren Namen. 2014 wurde ihre Biographie in Buchform unter dem Titel «Schwarz auf Weiss» veröffentlicht (Römerhof Verlag).

Der inneren Stimme folgen

Einen Grossbetrieb strebte Christa de Carouge trotz ihres Erfolges nie an. Das Bigbusiness überlässt sie gerne den anderen. Ruhm und Geld bedeuten ihr nichts. Der grösste Luxus ist für ihre Unabhängigkeit und Zeit. «Ich bin stets meinem Bauchgefühl gefolgt», betont sie und fügt hinzu, «man muss immer wieder neu den Mut finden, sich selber zu sein.» Für Individualisten wird sie weiterhin Einzelstücke entwerfen, denn ihre Kreativität ist ungebrochen. «Wenn ich morgen tot umfalle, liegt ein glückliches und erfülltes Leben hinter mir, und ich bereue nichts», sagt de Carouge entspannt und man merkt: diese Frau ist mit sich selbst 100%ig im Einklang.

Ursula Burgherr

Leistungsausweis und Spiegel der Eitelkeiten

ZÜRICH Who-is-Who-Herausgeber und «Promimacher» Eugen Baumgartner

Eugen Baumgartner ist Herausgeber der Jahrespublikationen WW Who is Who in Zürich und Basel. Anfänglich mild belächelt, sind die Periodika über Promis mittlerweile zu beliebten Nachschlagewerken geworden.

Die Reaktion bekannter Persönlichkeiten auf das WW ist geteilt. Kaum einer gibt zu, dass ihn das Ranking um die 200 Prominenten des Jahres interessiert, und er unbedingt dabei sein will. Manche lästern über das Magazin, in das es dieses Jahr Ex-Bachelor Gavric Vujo geschafft hat und 2013 so dubiose Gestalten wie Baulöwe Walter Beller und seine Pelzmäntel-sammelnde Frau Irina figurierten. Gerade weil es polarisiert, macht das WW von sich reden. Journalist und Texter Eugen Baumgartner, der die Idee für die Rangliste der Berühmten von Züri-Woche-Chefredaktor Kari Lüond übernommen hat, gibt die Hochglanz-Fibel dieses Jahr in Basel und Zürich immerhin zum elften Mal heraus. In Zürich erscheint kommenden November die 8. Ausgabe. Das Inseratevolumen, durch welches sich die Printprodukte finanzieren, ist gemäss Baumgartner passabel. Er sieht sie mittlerweile selbstbewusst als Nachschlagewerke für kommende Generationen, die einmal zu einer Institution werden wie z.B. die goldene Bilanz.

Stille Schaffer und schräge Vögel

Die Prominenten für das WW wählt eine neunköpfige Jury aus, die sich in Medien- und Gesellschaftsthemen gut auskennt und intensiv recherchiert. «Entscheidend für die Aufnahme in unser Magazin ist, dass eine Person im laufenden Jahr in irgendeiner Form einen Leistungsausweis erbracht hat», erklärt Baumgartner. Das Ranking wird in Kategorien wie Enter-

tainment, Gastronomie, Hochfinanz, Kommunikation, Sport, Lifestyle, Newcomer und Politik eingeteilt. Stille Schaffer, Mäzenen oder Wissenschaftler, die eine neue Formel erfunden haben, kommen genauso darin vor, wie schillernde Figuren aus dem Showbiz oder schräge Vögel, die für besonders viel Klatsch sorgen. Das war vor einiger Zeit auch Millionärssohn Carl Hirschmann, den man eigentlich nur aufgrund sei-

ner amourösen Eskapaden, Partys und einem Gerichtsprozess wegen Nötigung kennt. «Promis sind nicht automatisch Gutmenschen», meint Baumgartner, «es geht uns zum einen um Leute, die im laufenden Jahr etwas Spezielles erreicht haben; zum anderen aber auch um Personen, die für besonders viel Publicity und Wirbel sorgten und polarisieren.»

Warum er und nicht ich?

Wer ist nominiert für das WW? Und warum gerade dieser und nicht ein anderer, der es mehr verdient hätte? Christoph Blocher, Roman Kilchsperger, Christa Rigozzi und Sepp Blatter wurden in der neuen Zürcher Ausgabe rausgekippt. Dafür haben Miss Schweiz Dominique Rinderknecht, Buchautorin Charlotte Roche («Feuchtgebiete») und Sexboxen-Initiant Martin Waser Aufnahme gefunden. Auch Boutique-Besitzerin Trudie Götz hat es wieder einmal geschafft – natürlich wegen dem «Täschligate» mit US-Talkmasterin Ophra Winfrey; und Roger Federer, der zwar ein Basler ist, sich aber in Herrliberg ein Stück Land gekauft hat. Durch die Aufnahme ins WW werden Berühmte noch etwas berühmter, und Menschen mit innovativen Ideen in die Öffentlichkeit katapultiert. Baumgartner wird mittlerweile als «Promi-Macher» bezeichnet.

Release-Partys sind Kult

Rankings gibt es in allen Zeitschriften von der Bilanz (300 reichste Schweizer) bis zu Maxim (100 sexiest women). Wettbewerbe scheinen ein menschliches Urbedürfnis zu befriedigen und sind gleichzeitig Spiegel der Eitelkeit. «Auch wenn es die wenigsten zugeben, viele lassen sich extra für unser Magazin von einem Profi-Fotografen ablichten», weiss Baumgartner. Je 10'000 Exemplare erscheinen vom WW Who is Who in Zürich und Basel. Die Release-Partys gehören mittlerweile zu den begehrtesten gesellschaftlichen Anlässen in beiden Städten, an denen der Champagner in Strömen fliesst und viele Boulevard-Medien ihre Aufwartung machen. Die Vermarktung der beiden Ausgaben von WW bedarf intensiver Arbeit und treibt Baumgartner fast das ganze Jahr um. Auf der Website www.ww-magazin.ch verfasst er zudem zweimal wöchentlich die Prominenten-Kolumne «Nachgefragt bei...». Und dann sind da noch die vielen gesellschaftlichen Anlässe, an die der Herausgeber von Nominierten oder noch zu Nominierenden eingeladen ist... natürlich ganz ohne Absichten! Denn wer will schon ins WW...?!

Ursula Burgherr



Der «Promi-Macher»: Eugen Baumgartner, Herausgeber der Who is Who-Magazine in Zürich und Basel Bild: zVg