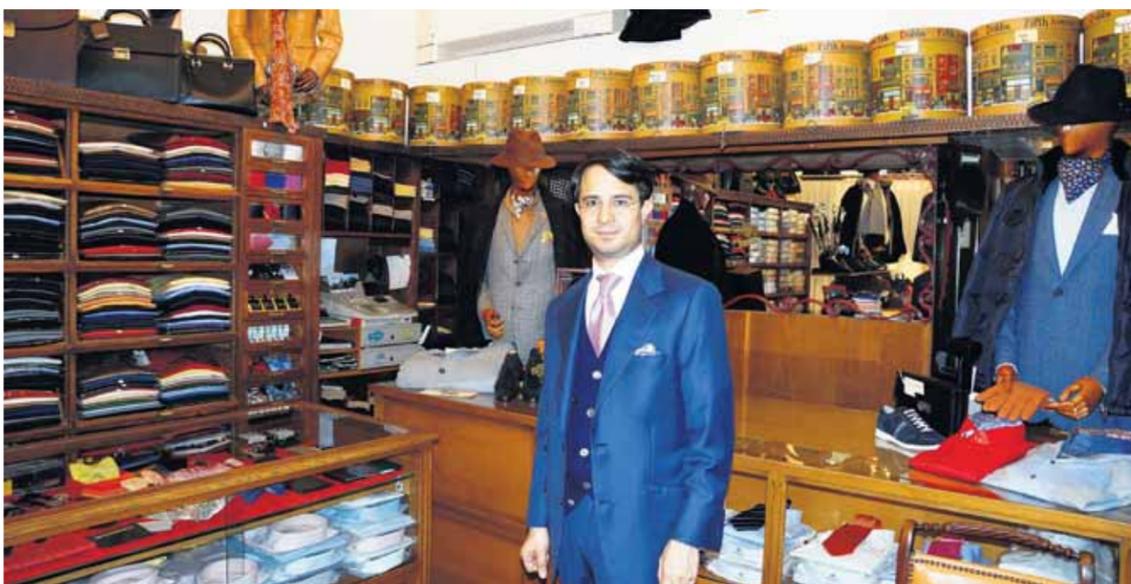


Wo Gutbetuchte sich edel einkleiden lassen

Zürcher TraditionsGeschäfte: Herrenbekleidungsgeschäft Brunos an der Bahnhofstrasse

Brunos Chemisier & Chapelier an der Bahnhofstrasse 44 gilt als erste Adresse für Herrenkonfektion und -accessoires. Zu den Stammkunden des Traditionshauses gehören gekrönte Häupter, weltberühmte Filmstars, hochrangige Politiker und Wirtschaftsmäzene, die für einen Anzug gerne mal fünfstelligen Summen hinblättern.

Das Herrenbekleidungsgeschäft Brunos liegt mitten in der prominentesten Shopping-Meile Zürichs. Nachbarn sind u.a. Fogal, Teuscher und Cartier. Seit 76 Jahren gilt der in der dritten Generation geführte Familienbetrieb zu den ersten Adressen von anspruchsvollen Herren, die für Qualität gerne vier- bis fünfstelligen Beträge springen lassen. Auf den ersten Blick wirkt der kleine, in dunklem Nussbaumholz gehaltene Eingangsbereich des Geschäfts fast unscheinbar neben all den supermodernen Flagshipstores. Brunos trumpft nicht mit vordergründigem Luxus auf. Die erlesene Klientel schätzt das familiäre Ambiente und vor allem die absolute Diskretion, die zur obersten Prämisse der neunköpfigen Belegschaft zählt. Geschäftsführer Adriano Maestrini hat wie sein Vater und Grossvater schon unzählige prominente Persönlichkeiten bedient. Doch wenn man nach Namen fragt, bleiben seine Lippen



Adriano Maestrini führt das Zürcher Herrenbekleidungsgeschäft Brunos in der dritten Generation (Bild ub)

versiegelt. Die Accessoire-Abteilung im Eingangsbereich ist mit Vorhängen von der hektischen Atmosphäre an der Bahnhofstrasse abgeschirmt, und man taucht unmittelbar in eine andere, stille Welt ein. Selbst George Clooney könnte hier einkaufen, ohne von Paparazzi belästigt zu werden.

Edler Zwirn für Anspruchsvolle

Das wahre Reich von Brunos entpuppt sich im vierten Stock, wo es auf 300 Quadratmeter erlesene Konfektionsartikel zu erstehen gibt. Für einen massgeschneiderten Anzug aus feinsten Vikuña-Wolle kann der Kunde schon mal

60 000 Franken berappen. Kollektionen ab Stange - zum Beispiel vom italienischen Luxusmodeausstatter Brioni - gibt es ab 5000 Franken. «Zu uns kommen Leute, die ein Produkt suchen, das noch nach altem Fachwissen und aus edelsten Materialien hergestellt wird», sagt Adriano Maestrini. Brunos wurde 1937 von seinem Tessiner Grossvater Bruno Maestrini gegründet. Damals gab es noch keine Warenhäuser und nur wenige Geschäfte, in denen sich der Mann von Welt einkleidete. Eines davon war und ist Brunos. «Wir sind unserem klassischen Stil immer treu geblieben», erzählt Adriano Maes-

trini. Während viele Bekleidungsgeschäfte im mittleren Segment gegen die grossen Billiglädenketten keine Chance hatten, überlebte Brunos als kleines Familienunternehmen in der gehobenen Preisklasse. Der 42-jährige Geschäftsführer mit dem jugendhaften Gesicht trägt selber edelsten Zwirn. Der Journalistin präsentiert er sich in einem nachtblauen, dezent schimmernden Brioni-Anzug mit Kaschmir-Westen und Masshemd von Fray, einem der weltweit besten Hemdenfabrikanten.

Keine ausschweifenden Shoppingorgien

«Made in China gibt es bei uns nicht», erläutert Maestrini, «unsere Lieferanten kommen aus der Schweiz, Italien, Frankreich und Deutschland. Die meisten Fabrikanten, von denen wir Ware beziehen, sind Familienbetriebe wie wir.» Und da sei die prominente Kundschaft sehr heikel, gesteht der Geschäftsführer: «Sie will genau wissen, wer hinter einem Label steht und legt viel Wert auf Ware, die in Europa produziert wird.» Wer sich im Showroom von Brunos verwöhnte Herren vorstellt, die sich beim Luxuseinkauf mit Champagner und Häppchen bedienen lassen, liegt falsch. «Männer, die bei uns vorbeikommen, haben weder Zeit noch Lust für lange Shoppingorgien. Sie wollen in kurzer Zeit fündig werden und doch nicht das Gefühl haben, dass sie etwas 'aufgeschwatzt' bekommen. Denn wer sich überrumpelt fühlt, kommt kein zweites Mal. Geschäfte, die eine möglichst schnell zum Ziel führende Verkaufstaktik anwenden, denken nur kurzfristig und werden ihre Kundschaft verlieren.»

Ursula Burgherr

Brunos Chemisier & Chapelier,
Bahnhofstrasse 44, 8001 Zürich,
info@brunos-fashion.ch,
Tel. 044 211 02 90

Der grosse Traum einer eigenen Kollektion

Zürich: Startup-Unternehmen huber egloff

Mit ihren ersten beiden Kollektionen trafen die Modedesigner Andreas Huber und Raul Egloff alias huber egloff gleich ins Schwarze. Nach der Präsentation an der Mode Suisse konnten die beiden 31-Jährigen ihre raffinierten aber sehr tragbaren Teile an der Fashion Week in Paris zeigen.

Andreas Huber und Raul Egloff ergänzen sich perfekt. Egloff studierte Modedesign in Antwerpen und ist für die Produktion der Kollektion zuständig. Huber hat einen Abschluss in visueller Kommunikation und kümmert sich um die Präsentation der Kampagnen und den Auftritt der Firma. Mit welchen Stoffen und Schnitten sie ihrer Marke huber egloff ihre unverkennbare Handschrift verleihen, entscheiden sie gemeinsam. Kennengelernt haben sich die beiden Zürcher bei dem wohl renommiertesten Schweizer Label Akris. Huber: «Wir wussten jedoch dass wir etwas Eigenes machen wollten. Statt lange vor und hinzu-träumen, wagten wir den Schritt in die Selbstständigkeit.» Die Räumlichkeiten an der Weststrasse 145, in denen sich das Startup-Unternehmen eingemietet hat, sind schlicht eingerichtet. «Den Traum, als Mode-Designer mit den eigenen Kollektionen erfolgreich zu sein, haben viele. Und nur wenige schaffen es»,

meint Egloff. Finanziell haben die beiden mehrere Standbeine, um sich während der investitionsreichen Anfangszeit über Wasser zu halten. Egloff arbeitet als Gastdozent an Basler und Genfer Designschulen, Huber hat Aufträge als Freelance Art Director.

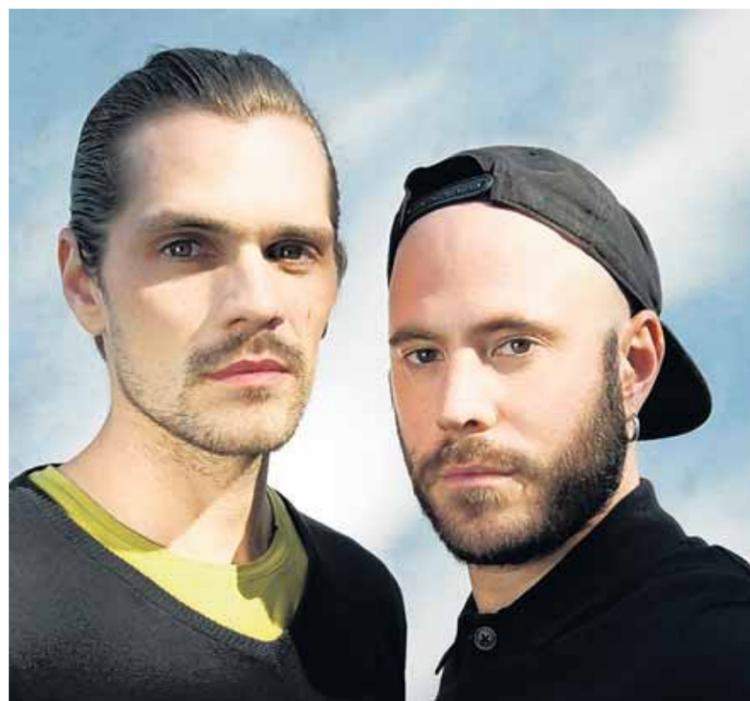
Es braucht einen extrem langen Atem

Im Untergeschoss hängen die Sommer- und Winterkollektion 2014, mit dem das Label huber eg-



Beispiel aus der Winterkollektion von huber egloff (Bild zVg)

loff sich für die Mode Suisse qualifizieren konnte. Die Modeplattform für nationale Designer sowie einheimische und internationale Einkäufer machte die Beiden in einer grösseren Öffentlichkeit bekannt. Ihre schlichten aber bis ins letzte Detail ausgeklügelten Schnitte wurden von den Experten gelobt. Sie erweisen sich nicht nur für Models sondern für Frauen jeden Alters als sehr tragbar und erinnern an ethnische Kleidung wie den Kimono oder Djellaba. Strömungen der 60er- und 70er-Jahre verweben sich mit einer Neuinterpretation von Sportswear. Hochwertige Stoffe wie Mikado- und Satin-Seide, Hightech-Jersey oder gar luxuriösem Frottiertuch aus dem Glarnerland in teilweise ungewöhnlichen Kombinationen machen den besonderen Look des Labels aus. Bei der brandneuen Winterkollektion sticht neben klassischen Kaschmirmänteln und Wollhosen ein ausgeflippter, flamingoroter Jupe aus perforiertem Polyester ins Auge. Sämtliche Teile werden in der Schweiz gefertigt. Nachhaltigkeit und faire Arbeitsbedingungen bei der Produktion gehören zum obersten Credo der Jungdesigner. Ein Wintermantel kommt auf rund 1900 Franken zu stehen. «Wir machen keine Fast-Fashion, bewegen uns mit unserer Mode im Highend-Bereich. Nur dort kann sich ein junges Label heute noch



Andreas Huber und Raul Egloff - die Köpfe hinter dem neuen Modelabel huber egloff (Bild zVg)

etablieren», erläutert Huber. Bisher ging das Konzept auf. huber egloff wurden mit ihrer Frühlings-/Sommerkollektion 2014 für den Schweizer Design-Preis in Langenthal nominiert. Bisheriger Höhepunkt war aber die Präsentation der Winterkollektion an der Fashionweek in Paris. Zwei Läden in Zürich, ein Geschäft in Antwerpen und eine Boutique in Genf verkaufen huber egloff. Und die beiden Designer sind mit ver-

schiedenen neuen Interessenten im Gespräch. «Es ist schwer, ins Fashionbusiness reinzukommen», meint Egloff. «Uns kam zuge, dass wir schon vorher für bekannte Marken arbeiteten. Die wichtigsten Voraussetzungen für den Erfolg sind aber nicht nur Talent sondern Wille, Passion und ein extrem langer Atem, bis man auf eigenen Beinen stehen kann.»

Ursula Burgherr