

## Basler Design

**TALENTSCHMIEDE.** Die Hochschule für Gestaltung und Kunst (HGK) in Basel ist die erste Adresse für Modedesign in der Schweiz. Die Ausbildung bewegt sich auf hohem Niveau und braucht den Vergleich mit renommierten Modeschulen in London oder Antwerpen nicht zu scheuen. «Wir treiben unsere angehenden Designer dazu, alle Möglichkeiten auszuschöpfen und Visionen zu entwickeln», sagt HGK-Dozentin Evelyne Roth (siehe Interview nebenan). Die Basler Talentschmiede wirkt sich auch positiv auf das lokale Schaffen aus, selten war die Modedesignszene so jung, mutig und kreativ. Die BaZ stellt beispielhaft sechs Protagonisten vor: die international tätigen Anita Moser, Helene Clément und Gilles Engesser, das Team Lara Schwander und Melanie Fischer. Und schliesslich Tanja Klein, die sich in Zürich ein zweites Standbein geschaffen hat. So unterschiedlich ihr Tätigkeitsfeld und ihre Mode auch sind – eines verbindet die porträtierten Designer: Ihre Kreationen von Kopf bis Fuss für den kommenden Winter sind sorgfältig gestaltete Liebhaberstücke und keine billig produzierte Massenware. usr

INTERVIEW: MIRIAM GLASS

**Der Weg zum eigenen und erfolgreichen Label ist für die meisten Modedesigner hart und lang.**

Kurt Zihlmann, Professor und Leiter des Instituts für Modedesign der Hochschule für Gestaltung in Basel (HGK), und Evelyne Roth, Designerin und Dozentin an der HGK, geben Auskunft über die Karrierechancen von Jungdesignern und die Ansprüche der Basler Schule. Und sie erklären, warum nicht alle Kleider gleich der breiten Masse gefallen müssen.

**BaZ:** Kurt Zihlmann, Evelyne Roth tragen Sie Kleider von Studierenden des Instituts Modedesign?

**ZIHLMANN:** Ja, oft. Das Hemd, das ich heute trage, ist von einer ehemaligen Studentin. Sie hat in München ihr eigenes Label «Halbbar» aufgebaut.

**ROTH:** Ich trage heute nichts von unserem Institut. Aber mein Badeanzug dieser Saison ist von einer unserer Studentinnen, Verena Zeller.

**Kaufen Sie die Sachen zum regulären Preis?**

**ZIHLMANN:** Ja. Die Studenten machen uns einen Preisvorschlag. Es kommt allerdings vor, dass sie uns die Sachen zu günstig geben wollen. Es ist unsere Aufgabe, zu sagen, dass die Rechnung so nicht aufgehen kann. Als Designer müssen die Studierenden zum Wert ihrer Arbeit stehen können.

**Was hat denn das Hemd gekostet?**

**ZIHLMANN:** 250 Franken.

**Nicht günstig.**

**ZIHLMANN:** Die Kleidungsstücke sind professionell entworfen, in hoher Auseinandersetzung mit Material und Verarbeitung, und sie werden in Kleinstserien produziert. Da kostet eine Hose halt rasch einmal 350 Franken oder mehr. Sie muss so viel kosten,



«Wir schauen auf die grossen Modeplattformen – Paris, London, Mailand.» Evelyne Roth, Designerin und Dozentin. Foto Pino Covino

um Aufwand und Entwicklung einigermaßen abzudecken.

**Ihr Hemd wirkt alltagstauglich. Es gibt Diplomkollektionen, die eher nach Kunst als nach Mode aussehen.**

**ROTH:** Was wir auf den Laufstegen präsentieren, scheint manchmal im aktuellen Kontext nicht tragbar. Wir treiben die angehenden Designer dazu, alle Möglichkeiten auszuschöpfen und Visionen zu entwickeln. Da spricht man nicht die breite Masse an.

**Sie nehmen in Kauf, dass viele Leute Ihre Mode nicht verstehen.**

## Die Grenzen der Tragbarkeit

Das Basler Institut für Modedesign prägt die Mode von morgen

aufbauen und letztlich davon leben können. Gelingt das auch?

**ZIHLMANN:** Vielen gelingt es. Ein eigenes Label ist nicht der einzige Weg, es gibt auch gute Stellen innerhalb grosser Firmen. Aber wir machen ganz klar: Am Anfang stehen meist Praktika und Assistenten. Man kann nicht davon ausgehen, dass jemand mit einem Bachelor-Abschluss sofort sein eigenes Label aufbauen kann.

**Wie sind die Karrierechancen?**

**ZIHLMANN:** Ich kann mit einem Beispiel antworten: Soeben ist es wieder einem Absolventen gelungen, ein eigenes Label aufzubauen. Joy Ahoulou hat vor zwei Jahren die Ausbildung hier abgeschlossen. Diesen Frühling hat er zum ersten Mal seine Kollektion in Paris präsentiert und gut verkauft. Ausserdem haben wir schon Praktikanten bei grossen Labels untergebracht, bei Chloe, Missoni, Jean-Paul Gaultier, Pucci, Diesel, Max Mara, Martin Margiela oder Balenciaga.

**Klingt grossartig. Warum bringt die Schweiz trotzdem so wenig renommierte Designer hervor? Namen wie Akris gibt es nicht viele.**

**ROTH:** Man muss sich bewusst sein, wie jung unsere Schule ist. Mit Ausnahme von Antwerpen sind die



«Ein eigenes Label ist nicht der einzige Weg.» Kurt Zihlmann, Leiter des Instituts für Modedesign. Foto Pino Covino

meisten renommierten Modeschulen 50 bis 70 Jahre alt. In den letzten Jahren ist viel passiert. Junge Schweizer Designer haben sich an wichtigen Orten ihre Position erarbeitet, auch Abgänger aus Basel. Zum Beispiel Mathias Jaquet bei Louis Vuitton.

**Wo steht die Basler Ausbildung im Vergleich zur königlichen Modeschule in Antwerpen oder dem Central St. Martins College in London?**

**ROTH:** Wir bewegen uns auf einem hohen Level. Auch dazu ein Beispiel: Diesen Juli hat mit Annemarie Bösch zum dritten Mal ein Abgänger unseres Ins-

tituts am «it's 8-Award» teilgenommen. Das ist einer der renommiertesten Preise überhaupt. Über 1400 Bewerbungen aus etwa 180 Hochschulen sind dieses Jahr eingegangen. 20 wurden für das Finale ausgewählt. Und wir waren vertreten, neben allen renommierten Schulen. Wir können uns zeigen. Zumal andere Ausbildungsorte ein besseres Umfeld für Designer bieten können als wir in Basel.

**Wie meinen Sie das?**

**ZIHLMANN:** In der Schweiz gibt es wenige Produktionsmöglichkeiten für kleine Serien. Im Raum Basel finden sich kaum Nähereien, wo man Prototypen machen kann. In Frankreich, Belgien oder Italien gibt es dieses Umfeld – das erleichtert vieles.

**ROTH:** Die Modekultur ist in andern Ländern ganz anders. Mode ist in Frankreich oder Italien ein Teil der Kultur. Das war früher in der Schweiz auch so, sie hatte textile und modische Kompetenzen und förderte diese auch. Durch das Abwandern von Produktionsstätten ist viel davon verloren gegangen.

**Ist Basel also kein gutes Pflaster für Designer?**

**ZIHLMANN:** Doch. Der Standort ist ausgezeichnet und in den letzten Jahren sind sehr viele gute Leute dazugekommen. Wir sind schnell in Paris und in Mailand, wir haben einen Flugplatz, man ist schnell in Berlin, in London. Aber es braucht Förderung, damit sich hier Start-ups bilden können.

**Es gibt Förderung, zum Beispiel den Eidgenössischen Wettbewerb für Design vom Bundesamt für Kultur.**

**ZIHLMANN:** Ja, aber dieser Preis wird nur einmal jährlich vergeben, der Design Preis Schweiz in Langenthal alle zwei Jahre. Sonst aber gibt es keine grössere Förderung, keine Stiftung, die zum Ziel hat, junges Modedesign in der Schweiz zu unter-

stützen. Mit Infrastruktur, Personal oder professioneller Beratung.

**Stichwort Infrastruktur: Was erwarten Sie vom Umzug der HGK auf den Dreispitz Campus im Jahr 2013?**

**ZIHLMANN:** Eine spannende Herausforderung. Im Moment hat die HGK für jedes Institut einen eigenen Standort – keine gute Voraussetzung für interdisziplinäres Arbeiten. Ich erwarte auf dem Campus eine andere Auseinandersetzung der Institute untereinander. Wir werden stärker als jetzt eine eigene Kultur und gemeinsame Haltung erarbeiten können und müssen. Ich erhoffe mir davon, dass wir in Basel anders wahrgenommen werden. Im Moment werden wir im Ausland fast besser beachtet als hier in der Stadt.

**Wirklich?**

**ZIHLMANN:** In Basel haben Kunst und Architektur einen hohen Stellenwert – Design wird weit weniger wahrgenommen. Viele Leute sehen uns noch nicht als die Hochschule, die wir inzwischen sind.

**Die Ausbildung in Basel hat sich mehrfach verändert, vor vier Jahren ist sie zum Bachelor-Studiengang umgestaltet worden. Ist sie akademischer geworden?**

**ZIHLMANN:** Das würde ich nicht so sagen. Theorie gehört selbstverständlich zum Ausbildungskonzept. Theoriedozierende und Designer unterrichten gemeinsam.

**Ist die Ausbildung härter geworden?**

**ROTH:** Der Job des Designers ist sowieso hart. Und die Ausbildung ist eine Herausforderung. Man nimmt sie an oder nicht. Und man kann sich ihr nur mit grosser Motivation stellen. Unsere Ausbildung ist intensiv und sie wird intensiv gelebt. Die Studierenden müssen sich bewusst dafür entscheiden.



**Erfinderisch.** Lara Schwanders Outfit gibt es nur einmal – da hat sogar der Schal ein ganz eigenes Gesicht. Fotos Dagmar Morath



## Jedes Stück ein Unikat

«Boycotlettes» empfangen den Winter mit viel Farbe

MIRIAM GLASS

**Mit Mode aus Kleinhüningen ist der Winter niemals grau. Bei «Boycotlettes» werden Stoffreste zu Designerkleidern – von Hand bedruckt, frisch geschnitten und wunderbar bunt.**

Käfer, Schmetterlinge und ein Elefant: Im Badezimmer des Ateliers am Altrheinweg trifft man auf allerhand Getier. Allerdings krecht und flucht es hier nicht – die Tiere sind gemalt auf feine Siebe, festgehalten in roten Rahmen. Was da neben der Badewanne steht und aussieht wie eine Sammlung von Märchenwesen und Mustern, sind die Vorlagen für die Drucke von Boycotlettes.

**PREISGEKRÖNT.** Siebdruck ist die Technik, mit der die Designerinnen Lara Schwander und Melanie Fischer ihre Stoffe bearbeiten – und Siebdruck ist die Leidenschaft, die aus den beiden heute 33-Jährigen vor neun Jahren ein Team namens Boycotlettes machte. Für ihre Kreativität wurden die Boycotlettes seither mehrfach mit Preisen geehrt – 2005 mit dem Eidgenössischen Designpreis, erst dieses Jahr mit einem Werkjahrbeitrag des Kantons Solothurn.

Bis heute sind sie der Drucktechnik treu geblieben. Daraus entsteht immer wieder Neues. Drei Kleiderserien entwerfen die Boycotlettes jährlich. Das Grundmaterial sind Restposten von Stoffen, die eine Ostschweizer Firma günstig abgibt.

Kein Kleidungsstück, das aus den von Hand bedruckten Textilien entsteht, sieht aus wie das andere, jedes ist ein Unikat.

Doch eines haben alle gemeinsam: Es sind Kleider aus Kleinhüningen. Sie entstehen von A bis Z in der zum Atelier umfunktionierten Wohnung am Rhein: Auf dem Dachboden steht der Drucktisch, da, wo vielleicht einst ein Kinderzimmer war, wartet die Nähmaschine. Den Wandern entlang hängen auf Kleiderstangen die neusten Stücke. Verkauft wird die Mode von Boycotlettes bei «Marinseil» an der Feldbergstrasse, bei «Hansruedi» an der Kasernenstrasse und in der Young Designers' Mall auf dem nt/Areal.

**MODE UND KUNST.** Lara Schwander zeigt für die BaZ ein Outfit mit blauem Kleid aus Baumwolljersey, dessen Kapuze sich über den roten Hut ziehen lässt. Sie posiert vor bedrucktem Papier, das als Gemälde die Wand schmückt – auch das ein Teil der Arbeit von Boycotlettes. Das Duo macht nicht bloss Mode, sondern auch Kunst, und zuweilen geht beides ineinander über. Überhaupt verwerten die Boycotlettes jeden Schnipsel ihres Materials und jede Faser ihres Könnens. Aus Druckausschuss entstehen selbst gefaltete Verpackungen für verkaufte Kreationen, grosse Ideen bringen sie in Wandbildern unter.

Das nächste Stück Kunst am Bau wird diesen Herbst im Gymnasium Oberwil entstehen. Wenn die Tage kühler werden und man sich gern eine grosse Kapuze über die Ohren zieht – wie die am neuen blauen Winterkleid der Boycotlettes.

**> www.boycotlettes.ch**

## Hauptsache Mantel

Hüllen gegen Wind und Wetter von Helene Clément

URSULA SCHNEIDER

**Von der Quereinsteigerin zur gefragten Designerin. Helene Clément (52) hat sich im Modegeschäft etabliert.**

Ein starkes Stück! Perfekt in der Passform, raffiniert im Schnitt – und technisch ziemlich ausgeklügelt. Mit einem Handgriff wird aus dem winterwarmen Steppmantel eine Jacke, aus dem markanten Kragen eine Kapuze und im Innern verstecken sich unerwartete Extras, Taschen zum Verstecken, Gürtel zum Tragen. Und: Die Details dienen nicht bloss dem schönen Schein. «Funktions-tüchtigkeit ist das A und O meiner Kollektionen», sagt Helene Clément.

Derzeit ist die Designerin am Entwerfen der Winterkollektion 2010, die diesjährigen Modelle hängen bereits in den Läden zum Verkauf, in Basel etwa bei «Crista Bis» an der Schnabelgasse oder im Schweizer Heimatwerk an der Schneidergasse. Vor Wind und Wetter schützende, elegante Hüllen in erdigen Farben für Frau – und neuerdings auch für Mann.

Im lichtdurchfluteten Haus am Hasenrain in Binningen wird nicht getrennt zwischen Atelier und Wohnstätte, zwischen Freizeit und Arbeit. Im loftartigen Raum sitzt man zusammen, es wird diskutiert, skizziert, es werden Ideen ausgefüttert, wieder verworfen und neu angegangen... Doch so häuslich wie bei unserem Besuch gehts bei den Clémenten nicht immer zu. Zürich, Düsseldorf, Mailand, Paris, New York, fast drei Monate im Jahr ist Helene unterwegs, auf Messen, zum Akquirieren. «Man muss präsent sein,

um sich verkaufen können. Klappern gehört zum Metier», sagt sie. Ihr Mann René steht ihr dabei zur Seite, Tochter Selina (23) posiert jeweils für den Werbetauftritt. Ein eingespieltes Family-Team.

**SCHRITT FÜR SCHRITT.** Angefangen hat alles mit einem Regencapac fürs Velo, das die damalige Vorschul-Heilpädagogin entwarf, weil sie schlicht keine ansehnliche Regenkleidung finden konnte. Mit dieser Idee hat sie eine Marktlücke entdeckt, daraus entwickelte sich nach und nach ein Geschäft, und schon bald gab Helene Clément den alten Beruf auf, um sich voll auf das Entwerfen zu konzentrieren. 1997 schliesslich folgte an der CPD in Düsseldorf – einer der bedeutendsten Modefachmessen – der erste grosse Auftritt mit einer eigenen Kollektion.

Von da an ging's bergauf – «Helene Clément» wurde zur anerkannten, weltweit vertriebenen Marke. Nicht schlecht für eine Quereinsteigerin. Doch auf den Lorbeerern ausruhen geht nicht. Es braucht viel Biss, um in der schnelllebigen Branche bestehen zu können – «Herausforderungen gibt es immer wieder. Derzeit spüren wir die Wirtschaftskrise, viele Konsummenten kaufen heute über den Preis», sagt Helene Clément. Ihre Kreationen werden im Tessin von fünf Näherinnen handgefertigt, die Stoffe und Materialien dazu liefern italienische und Schweizer Produzenten. Und «Handmade in Switzerland» hat nun mal seinen Preis.

**> www.helene-clement.ch**



**Ausgefeilt.** Helene Clément mit einem Modell aus der Winterkollektion. Das kleine Bild zeigt im Detail die Raffinesse an einem ihrer Mäntel. Fotos Dagmar Morath



**Standhaft.** Gilles Engesser in einem baumwollenen Mantel aus der Winterkollektion. Auf dem kleinen Bild sind die Fallschirmschnallen zu sehen. Fotos Dagmar Morath

## Mode im Trio

Starke Männersachen von «Three cheers and a tiger»

MURIEL GNEHM

**Die Winterkollektion von «Three cheers and a tiger» hält Strapazen stand. Das Design beruht auf Teamarbeit.**

Stelle Treppen führen ins Dachgeschoss des «Hirscheneck», wo sich das Atelier von «Three cheers and a tiger» (britischer Trinkspruch) befindet. Im Vorraum deutet nicht viel auf Mode hin, stehen da ein Kühlschrank, ein Kochherd und ein Terrarium, das auf eine gewisse Abenteuerlust schliessen lässt. Für kleine und grosse Abenteuer scheinen auch die Kleider gemacht zu sein, die an Bügeln im Atelier hängen, ebenso wie die Militärstiefeln ähnlichen Schuhe, die in den Regalen stehen. Eine Nähmaschine und ein dicker Zeichenblock verraten, dass hier ein Designer am Werk ist.

Die Modemacher Gilles Engesser (32) und Victorious Banner (30) entwerfen eine betont maskuline Linie zwischen zwei Kulturen. Engesser hat an der HGK in Basel Modedesign studiert. Er gibt die Richtung vor, skizziert die Kleidungsstücke und bestimmt die Farbgebung. Banner hat die La-Salle-Designschule besucht, er wirkt in Jakarta und ist der Mann fürs Detail, der die Kleider mit Taschen, Reissverschlüssen und Knöpfen versieht. Produziert werden die Kleinstauflagen ebenfalls in Indonesien. «Dort gibt's ausgezeichnete Stoffmärkte und hervorragende Schneiderinnen», sagt Engesser.

Die dritte im Bund ist Madeleine Hoegger (27), die für die Administration zuständig ist und die Teilnahmen an internationalen Wettbewerben organisiert.

Im letzten Jahr hat das junge Label am renommierten «Creativeurope Awards» in Berlin das Finale erreicht. Von seiner Mode leben kann das Trio jedoch nicht. «Gefördert wird hierzulande vorab die Kunst und kaum je die Mode», kritisiert Engesser. «An Wettbewerben gewinnt man ein Praktikum oder ein Sponsoring von einem Textilfabrikanten, aber selten Bares...» All dies mache das Überleben in der Branche schwierig, weswegen sie nebenberuflich dazuerdienen müssten.

**NATÜRLICHE STOFFE.** «Unser Zielpublikum sind Männer, die an ihre Grenzen gehen und viel unterwegs sind», sagt Engesser. Als Vorbild dienen ihnen Figuren aus Filmen wie «Blade Runner» und Protagonisten aus japanischen Comics. Engesser und Banner verwenden natürliche Materialien, Baumwolle, Wolle, Leder und verleihen den Kleidern gerne einen Military-Touch. Die stabilen Stoffe halten so manches aus und zwingen die Männer aufgrund ihres Gewichts zum breitbeinigen Stand. Gilles Engesser demonstriert das gleich mal und schlüpft in einen Mantel mit Kapuze und auffälligen Fallschirmschnallen. Aufrecht steht er nun da, im drei Kilo schweren Teil, das trotz seiner Robustheit schick aussieht.

Die Kreationen von «Three cheers and a tiger» werden an internationalen Modemessen verkauft und in Basel im Atelier am Lindenberg und bis Ende Jahr bei «Riviera» an der Feldbergstrasse.

**> www.threechoersandatiger.com**

## Kühle Ruhe

Feine Muster und grosse Taschen bei «Kleinbasel»

MIRIAM GLASS

**«Smaragd», «Saphir», «Rubin» heissen die Taschen des Labels «Kleinbasel». Designerin Tanja Klein (42) kombiniert die Kleinode mit den Farben eines Winterwaldes. Ab Ende November ist «Kleinbasel» im Grossbasel daheim.**

Schwarz und Silber, Himmelgrau und Nebelblau – in diesen Farben empfängt einen der Wald im Winter. Die Äste bilden feine Muster und bringen Bewegung in die kühle Ruhe verschneiter Bäume. Diese Muster, verästelt und zart, zieren die Winterkollektion von Tanja Klein. Und Schwarz und Silber, Grau und Blau sind auch die Farben der Kleider und Blazer, Pullover und Taschen in Tanja Kleins Laden an der Clarastrasse 11. Was für einen Kontrast bildet da die rote Fläche des Zuschneidetsch, auf dem die neue Kollektion entstanden ist! Gleich hinter dem Laden steht er, im Atelier der Designerin. Auf diesem Tisch lag ganz am Anfang der Entwurfsphase ein Stoff, ein Gemisch aus Baumwolle und Seide. Das eingewobene Muster war silbergrau und fein gemustert – aus diesem Stück Stoff und der Assoziation mit einem Wald im Winter ist die Idee für die ganze Kollektion gewachsen.

Wenn Tanja Klein in Mode von «Kleinbasel» schlüpft, geht es schnell. Sie verschwindet im Atelier, streift sich ein hellblaues Kleid über den Kopf – fertig. Eine Auswahl von passenden Taschen wartet im Schaufenster. Tanja Klein wählt auch hier Blau, in einem dunkleren Ton. «Smaragd» heisst das Modell. Es ist organisch geformt und bietet genug Platz, um neben

dem Alltagskram auch mal Mütze und Handschuhe zu verstauen, sollte die Sonne in den Winterwald scheinen.

Mit den Taschen war Kleins Label «Kleinbasel» erfolgreich, lange bevor sie im Jahr 2006 ihren ersten Laden eröffnete. Heute arbeiten drei Angestellte und zwei Praktikantinnen bei Tanja Klein, vor rund einem Jahr eröffnete sie mit der Designerin Claudia Güdel ein zweites Geschäft in Zürich. Und das Basler Geschäft soll grösser werden: «Kleinbasel» zieht ins Grossbasel – ab Ende November soll der neue Laden an der Schneidergasse 24 eröffnen.

**KLEINE AUFLAGE.** Klein ist gelernte Damenschneiderin und nähte zehn Jahre im eigenen Massatelier, bevor sie sich an der Schweizerischen Textilfachschule in Zürich und an der Basler Schule für Gestaltung weiterbildete. Einer breiten Öffentlichkeit wurde sie in Basel mit ihren Entwürfen für Schuluniformen bekannt. «Möglichst viel selber machen» ist ihre Überlebensstrategie in der wirtschaftlich schwierigen Zeit. Im Atelier entstehen die Kleider vom Entwurf bis zum ersten fertigen Stück. Genäht wird im Tessin, in Norditalien und in Bulgarien in kleinen Manufakturen. «Ich arbeite nur mit Leuten, die ich persönlich kenne», sagt Klein. Nur sieben bis zehn Stück lässt sie von jedem Modell anfertigen – dass man den Kleinbasler Winterwald vor lauter gleichen Kleidern nicht mehr sieht, ist also nicht zu befürchten.

**> www.kleinbasel.net**



**Elegant.** Tanja Klein in einem Kleid und einer farblich passenden Tasche aus ihrer neuesten Kollektion. Fotos Dagmar Morath



**Eigenwillig.** Anita Moser mit einem Stöckelschuh aus der neuen Kollektion. Das kleine Bild zeigt einen Prototypen fürs Frühjahr 2010. Fotos Dagmar Morath

## Die Schrittmacherin

Exklusives Schuhwerk von Anita Moser

URSULA SCHNEIDER

**Ihre Kreationen kommen immer wieder anders daher. Schuhdesignerin Anita Moser (39) reizt die Kontraste.**

Unter der Decke des Ateliers an der Elsässerstrasse hängen Anita Mosers Sammlerstücke – Schuhe aus verschiedenen Epochen, Einzelstücke zum Teil, zusammengetragen von Flohmärkten aus aller Welt. «Eine meiner Inspirationsquellen», sagt sie. Hier entwickelt die Schuhdesignerin ihre Kollektionen – von den ersten Prototypen bis zu den Schablonen für den Zuschnitt der Leder. Produziert werden die Kleinserien dann in Italien, in einem traditionellen Familienbetrieb in der Region Marche. Auch die Sammelstücke aus eigener Kollektion können sich sehen lassen: Pumps mit schwindelerregenden Absätzen, schwere, mit roher Hanfschnur dekorierte Stiefel, filigrane Sandaletten, handschuhweiche Botinnen. Mal sind ihre Kreationen eher schwer und sperrig, mal zart und sanft, immer aber eigenwillig. Auf eine ästhetische Handschrift lässt sich Anita Moser nicht festlegen. «Mein Anspruch: Jede Kollektion soll anders aussehen, soll für einen Moment auch irritieren», erklärt sie ihr Konzept, das ihr schon etliche Designpreise und Auszeichnungen beschert hat.

Für ihre neusten Modelle für den kommenden Winter liess sich Anita Moser vom aalglatten Autodesign inspirieren. Spielerisch greift sie auf, was Motorhaube, Heckflosse oder Kühlergrill formal hergeben. Herausgekommen sind extravagante Stiefeletten und edle Pumps, de-

ren Oberleder aufwendig in Falten gelegt wurde. Verkauft werden ihre Schuhwerke international in Boutiquen, in Basel etwa bei «Set & Sekt» am Rümelinplatz.

«Ich mag Schuhe mit Absätzen», sagt sie. «Aber man soll damit auch aufs Tram rennen können.» Selber trägt Anita Moser ebenfalls am liebsten Highheels. Das beeinflusst den Gang ebenso wie flache Treter. Bewegung hat sie, die sich vor ihrer Designkarriere in Antwerpen zur Ballettänzerin ausbilden liess, immer gereizt.

**TECHNISCHER BACKGROUND.** Erstmals kann Anita Moser auch mit einer eigenen Männerkollektion aufwarten. Mit handfesten Schnürbooten und Stiefeletten. Produziert werden die an robuste klassische Bergschuhe erinnernden Modelle in der Schweizer Manufaktur Kandahar, die sich mit winterlichem Laufwerk einen Namen gemacht hat. Um die 670 Franken kostet dann so ein bodenständiger und dennoch eleganter Herrenschuh.

Ihr Handwerk lernte Anita Moser von der Pike auf, als Modellertein in den Bally Schuhfabriken. Die technische Basis eruchte irritieren», erklärt sie ihr Konzept, das ihr schon etliche Designpreise und Auszeichnungen beschert hat. Für ihre neusten Modelle für den kommenden Winter liess sich Anita Moser vom aalglatten Autodesign inspirieren. Spielerisch greift sie auf, was Motorhaube, Heckflosse oder Kühlergrill formal hergeben. Herausgekommen sind extravagante Stiefeletten und edle Pumps, de-

**> www.anitamoser.ch**