

Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Band: 24 (2011)
Heft: 5

Artikel: Taschen machen : drei Designer zeigen, wie sie entwerfen
Autor: Kiesewetter, Rebekka
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-287098>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 17.11.2024

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

TASCHEN MACHEN Auch wenn wir darin praktische Dinge mit uns herumtragen, ist uns die Tasche mehr als ein Gefäss. Drei Designer zeigen, wie sie entwerfen.

Text: Rebekka Kiesewetter, Fotos: Florian Kalotay
Auch wir Schweizer haben unsere Kulttasche. Freitag heisst sie. Doch wir haben noch mehr: Designer wie den Luxus-Künstler Peter Nitz zum Beispiel, die modisch-schlichten Katka und Zuzka Griesbach und die auf Funktion bedachten Fabrice Aeberhard und Christian Kaegi, die im «Qwstion»-Kollektiv für die Gestaltung verantwortlich sind. Sie alle realisieren mit ihren Taschen ganz verschiedene Ansätze.

LEIDENSCHAFT ALS MOTIVATION Peter Nitz hat das Brand seines eigenen Namens realisiert. Der Amerikaner konzentriert sich auf luxuriöse Clutchbags und er verarbeitet nur das Beste. Das ist teuer. Nitz arbeitet manchmal mit Ziegen- oder Kalbs- und oft mit Alligator- oder Pythonleder. Die exotischen Häute bezieht er in Singapur und den USA: «Die Krokodile werden auf Farmen gezüchtet oder leben frei im Mississippi-Delta. Zweimal jährlich ist Jagd, so wird die Überpopulation reguliert», erklärt der Designer. Wieso fertigt Nitz nicht alle Taschen aus Leder, das günstiger ist und nicht so umstritten, wie es gerade Krokodilhaut auch heute noch ist? Denn immerhin werden in einer Peter-Nitz-Clutch zwei Alligatorenhäute verarbeitet. «Das Farm- und Aufzuchtprogramm der Tiere folgt strengen Richtlinien und hat die Krokodile mit vor dem Aussterben bewahrt. Sie werden wie Kühe oder andere Nutztiere gezüchtet und ausser ihrer Haut werden auch das Fleisch und andere Teile verwertet», lautet die Antwort.

An einer kleinen Tasche schneidet, hämmert und näht Peter Nitz in seinem Atelier in der Zürcher Altstadt drei Tage lang, an einer grossen fünf. Lange sucht der Gestalter auch auf Flohmärkten, bei Händlern und Auktionen nach den Broschen, die – meist in Insektenform – seine Abendtaschen zieren. Zahlt Nitz viel für ein Bijou, wirkt sich dies auf den Preis der Tasche aus. «Dieser antike Bienen-Anstecker hat mich 5000 Dollar gekostet», sagt Nitz und zieht aus einer hübschen Schatulle vorsichtig eine tiefblaue Clutch hervor, die er neben eine schwarze, etwas breitere Tasche legt: «Deshalb kostet das kleinere Modell 18 000 Franken – 3000 Franken mehr als das grössere, das mit einer preiswerteren Brosche verziert ist.»

«Ja, meine Kunden haben Geld», stellt Nitz ohne Überheblichkeit fest, «und sie brauchen keinen bekannten Markennamen. Sie sind in Bezug auf Mode gebildet und selbstbewusst genug, um die



^Peter Nitz realisiert unter seinem Namen luxuriöse Clutchbags, fotografiert im Café Schober in Zürich.



^Die Schwestern Katka und Zuzka Griesbach richten sich nach dem Rhythmus der Mode.

Einzigartigkeit meiner Clutches zu erkennen.» Er empfängt seine Kundinnen im Atelier. Doch trotz des engen Kontakts hat er beim Entwerfen nicht sie vor Augen. «Bei meiner eigenen Kollektion mache ich das, was ich möchte. Nicht Tüfteln an Funktionen ist mein Hauptfokus. Die Taschen sind Show-Pieces.» Und weil sie für grosse Auftritte wie gemacht sind, wurden Lifestyle-Magazine schnell darauf aufmerksam. «Das hat mir neue Kunden beschert», freut sich Peter Nitz, der ganz auf Mund-Propaganda setzt.

Erworben hat er seine Fertigkeit spät. Ein Bekannter machte ihn mit einer ehemaligen Näherin aus dem Hermes-Atelier bekannt. Die alte Dame vertraute dem jungen Amerikaner die vom Hersteller streng gehüteten Geheimnisse der Lederverarbeitung an: «Das Trara um die Fertigung hat mit Promotion zu tun. Auch das, was die berühmten Taschenhersteller machen, ist nicht viel mehr als solides Sattler-Handwerk. Kleine Tricks, aber kein grosses Geheimnis.»

SCHLICHTE FORM, EXKLUSIVES MATERIAL

«Unser Ziel ist es, etwas Schönes und Nützliches zu machen», sagen die Schwestern Katka und Zuzka Griesbach. Was sie entwerfen, soll im Alltag kein Fremdkörper und auf ästhetische Weise funktional sein. Die Griesbach-Schwestern sind in der Slowakei geboren und leben seit über 25 Jahren in der Schweiz. Katka, die sich ihre Fertigkeiten in Praktika und Kursen angeeignet hat, begann vor über zehn Jahren Lederaccessoires zu nähen. Die Nachfrage war gross, bald war die Idee da, sich selbstständig zu machen. Mittlerweile haben Zuzka und Katka Griesbach ein Büro und einen grosszügigen Showroom in einem alten Winterthurer Industriegebäude. Dort recherchieren und entwerfen sie, wählen Farben und Leder aus, stellen neue Kollektionen zusammen. Neben Arbeitstischen und Computern stehen auch Nähmaschine und Werkbank, doch produzieren lassen die Schwestern in einer kleinen Manufaktur im Tessin. «Es ist wichtig, einen Produzenten zu haben, der die Designs nach unseren Vorstellungen umsetzen kann, der uns auch mal bremsst, wenn wir verrückte, finanziell oder verarbeitungstechnisch schlecht realisierbare Ideen haben. Verständnis und Kompromissbereitschaft sind wichtig.»

Extravaganz erlauben sich die Schwestern allerdings ausschliesslich bei der Materialwahl. In jeder Kollektion verarbeiten sie mindestens ein Leder mit einer besonderen Oberfläche, einmal geprägt, dann wieder glänzend, metallisierend mit Craquelée-Effekt oder bunt. Die griesbachsche Schlichtheit hat weniger mit wirtschaftlichen Überlegungen als mit Überzeugung zu tun. «Schliesslich», sagt Katka, «muss eine Tasche kleiden, sich unterschiedlichen Trägerinnen anpassen, deren Stil aufnehmen und reflektieren.» Mit ihrem Konzept liegen die Schwestern heute richtiger denn je. Man trage wenige, hochwertige Stücke zu verschiedenen Gelegenheiten und »



^ Fabrice Aeberhard und Christian Kaegi sind beim Kollektiv «Qwstion» für die Gestaltung zuständig.

» Outfits, wissen sie. Die Schwestern machen keine modischen Gags, sondern entwerfen Lebens-Begleiter, die mit Preisen ab 500 Franken durchaus erschwinglich sind.

Die Griesbach-Taschen werden vorwiegend aus Rinds- und Kalbsleder gemacht, die Designerinnen arbeiten mit grossen Lederflächen. Träger, Böden und Wände schneiden sie aus derselben Haut, für den grossen Weekend-Bag werden rund zwei Quadratmeter Leder verarbeitet. Zweimal jährlich entsteht eine Kollektion. Die beiden beobachten, was in der Fashion-Welt geschieht: «Wir schauen, wie Taschen getragen werden, ob sportlich oder eher chic. Und wir untersuchen bei Stücken, die uns gefallen, wie Details, Verschlüsse etwa oder Nähte, gearbeitet sind und lernen immer wieder etwas.»

STRUKTURIERTER ENTWURFSPROZESS Fabrice Aeberhard und Christian Kaegi, die beim Zürcher Kollektiv «Qwstion» für die Gestaltung zuständig sind, sind Industriedesigner. Sie arbeiten in verschiedenen Bereichen und folgen bei allen Projekten den gleichen Grundsätzen. Ob Interieurs, eine Yacht oder Taschen: Sie übersetzen formale, technische, soziologische und finanzielle Aspekte in ein Produkt.

«Qwstion» ist aus einem Bedürfnis nach modisch eigenständigen, praktischen und vielseitigen Taschen entstanden. Wie einst die Freitag-Brüder waren die Macher mit den Taschen unzu-

frieden, die sie auf dem Markt fanden. Die klassisch-eleganten Designs waren ihnen zu bieder, sie wollten etwas kreieren, das sie auch selbst gerne tragen. Es sei einfacher, die Sehnsüchte der Konsumentinnen und Konsumenten zu erkennen, wenn es die eigenen sind. Zu wissen, was die Bedürfnisse sind und diese zu erfüllen, sei mit das Wichtigste, sagen Aeberhard und Kaegi. Nur so könne der Käufer eine emotionale Bindung zum Produkt aufbauen, es lange gebrauchen. Die beiden lassen sich aber nicht unter Druck setzen und verzichten darauf, jede Saison eine komplett neue Kollektion zu lancieren.

Während die Freitag-Brüder auf Recycling setzen, lassen sich die «Qwstion»-Leute von der Fallschirmspringer-Ausrüstung inspirieren. Sie benutzen für den Aussenstoff Baumwolle, Leinen und Wolle und beschichten ihn wasserabweisend mit Wachs oder Polyurethan. Die Gurten und Bänder bestehen aus Nylon oder recykliertem Polyester. Das Rindsleder wird vegetabil gegerbt, die Metallteile sind Aluminium oder Stahl. Die «Qwstion»-Macher entwerfen strukturiert, zielgerichtet und weniger intuitiv als Peter Nitz oder die Griesbachs: Sie erarbeiten Briefings, durchlaufen Recherche-Phasen, visualisieren ihre Konzepte, testen Materialien, entwerfen Modelle und Muster. Bis aus der Idee eine Tasche wird, dauert es zwischen 60 und 120 Stunden. «Wir lassen in einem Familienbetrieb in China nach internationalen ISO-Normen produzieren»,

sagt Christian Kaegi und er betont, wie wichtig die enge Zusammenarbeit mit dem Hersteller ist. Aeberhard und Kaegi reisen oft nach China. Auch dort habe Qualität ihren Preis, doch sie sind gerne bereit, ihn auch zu zahlen: Sie haben langfristige Pläne und sind nicht bereit, sie für kurzfristige Gewinne zu opfern. Noch fliessen alle Erträge in neue Entwicklungen und die grösste Herausforderung sei es, Wachstum mit Eigenmitteln zu finanzieren.

Fazit: Ein Stück Stoff, eine Kordel. Vielleicht noch einen Stock – die intuitiv nahe liegendste Methode der Taschenherstellung, das Schnüren eines Bündels, war einst des Wanderburschen liebste Lösung. Heute ist sie gerademal beim Survival-Training eine valable Option. Denn: Auch wenn wir darin praktische Dinge mit uns herumtragen, ist uns die Tasche mehr als ein Gefäss. Sie ist ein Stück Heimat und Spiegel der Persönlichkeit, mit Taschen wird Lebensgefühl verkauft – und Glamour. Man denke an Kultstücke wie die Kelly- oder die Birkin-Bags, für die sich Kundinnen sogar auf Wartelisten setzen lassen.

FLORIAN KALOTAY, FOTOGRAF

Der Zürcher setzt Charaktere spielerisch um, inszeniert sie im bedeutungsgeladenen Umfeld und stärkt so die Darstellung der Personen.

MEHR IM NETZ

Die aktuellen Taschen-Kollektionen:

> www.links.hochparterre.ch

