



Asandri, Rütli ZH

Jäger und Sammler

Bio und Fair-Trade sind im Trend. Konsumentinnen und Konsumenten wollen verstärkt Transparenz und Qualität. Für das Designerpaar Alexandra Pfister und Stefan Wiedmer aus Rütli in Zürich ist Nachhaltigkeit nicht nur eine zeitgemässe Strömung, sondern eine Haltung. Ihr DOB-Label Asandri widerspiegelt das.

Gisèle Luther

Manchmal überrascht es mich, dass Einkäuferinnen und Einkäufer sowie Konsumentinnen und Konsumenten in der heutigen Zeit die Augen vor Tatsachen verschliessen. Da zählt zuerst der Preis – Nachhaltigkeit, Fairness und Qualität kommen erst danach», so Designer Stefan Wiedmer, Mitinhaber des 2009 gegründeten Labels Asandri. Für ihn und seine Lebenspartnerin und Designerin Alexandra Pfister sind Nachhaltigkeit eine Haltung, die sie in ihren Alltag integrieren. Wenn sie Kaffee servieren, gibts dazu Zucker aus biologischem Anbau, ihre Kollektion wird komplett in Europa produziert und besteht aus zertifizierten (Bio-)Stoffen – darunter Produkte von Schweizer Unternehmen, wie etwa Hausamann + Moco und Weisbrod.

Auf der Suche nach innovativen Materialien

Umstrittene Materialien wie Pelz verwenden die beiden Designer nur fürs Styling und dann nur Vintage: «Neue Pelze mit fragwürdigem Hintergrund kommen für uns nicht in Frage», so Alexandra Pfister. Derzeit experimentieren die kreativen Köpfe von Asandri, die beide seit mehr als zwölf Jahren als Designer und Consultant für Modeunternehmen tätig sind, mit einem weiteren

Trend-Produkt: Fischleder. «Wir haben einen Betrieb entdeckt, der die Häute der Fische, die in einem Zuchtbetrieb zum Verzehr heranwachsen, nicht als Abfall entsorgt, sondern innovativ verarbeitet», erzählt Alexandra Pfister. Überhaupt würden all ihre Kreationen auf dem Lustprinzip «Sammeln und Jagen» basieren. Beide tragen leidenschaftlich gerne Stoffetzen und Zeitungsausschnitte, Erlebnisse und Ideen zusammen. «Unsere Kreationen entstehen durch viele Eindrücke von Reisen und durch unsere Leidenschaft, immer wieder etwas Neues zu finden», so Stefan Wiedmer. Als das Designerpaar sein Label gründete, war schnell klar, dass man auf Damenmode setzen möchte. «Natürlich ist Herrenmode auch denkbar. Aber in der DOB lässt sich viel mehr machen und als junges Unternehmen kann man einen grösseren Eindruck hinter-



Asandri steht für hochwertige DOB, die für Frauen gedacht ist, die viel reisen und Wert auf bequeme, gut sitzende Bekleidung legen, mit der man zu jeder Gelegenheit passend angezogen ist.

Textil-Revue Nr. 22/23, 1. Juli 2011

lassen. Dagegen empfinden wir die Haka fast etwas langweilig», erzählt Stefan Wiedmer.

Schöne Lieblingsteile und hochwertige Basics

Gestartet ist das Label auf der Selements in Berlin, wo das Designer-Duo zuerst nur seine Beach- und Loungewear präsentierte. Danach folgten Reisen mit der Sommerkollektion auf die Pariser Messe, zur Berliner Fashion Week und nach New York. Mit Erfolg. Die knitterarmen, qualitativ hochwertigen und gut kombinierbaren Teile kommen an. «Die Frau, die sich Asandri kauft, sucht schöne Lieblingsteile und Basics in hochwertiger Qualität, die sie in ihren Alltag als erfolgreiche Geschäftsfrau, die viel reist, integrieren kann. Wir wollen elegante, aber bequeme Bekleidung bieten, die koffertauglich ist und mit der man zu jeder Gelegenheit passend angezogen ist», beschreibt Alexandra Pfister ihre Zielkundin. Als «Yoga-Freak» hat sie natürlich auch an leichte, atmungsaktive Bekleidung für Sport und Freizeit gedacht, die wie eine zweite Haut sitzt. Sowie so «hat Alexandra ein unglaubliches Auge für die weibliche Körperform. Auf der Stange sehen viele Styles normal aus, aber angezogen formen sie bei jeder Frau eine unglaublich schöne Silhouette», begeistert sich Sandra-Larissa Wirth, Marketing-Verantwortliche des Labels.

Ab Herbst im Modehaus Widder 7 erhältlich

Preislich bewegt sich Asandri zwischen 99 Franken für ein Shirt und 695 Franken für ein Seidenkleid. Neben den Verkaufsabenden im Atelier in Rütli, das sich zusammen mit der Wohnung des Designerpaars in einer 140 Jahre alten ehemaligen Seidenfabrik befindet, ist die Kollektion auch online erhältlich. Ausgewählte Teile wurden sogar von Boutiquen in den USA ins Sortiment aufgenommen. Ab August wird das Modehaus Widder 7 in Zürich als erster Händler der Schweiz

Textil-Revue Nr. 22/23, 1. Juli 2011



Stefan Wiedmer und Alexandra Pfister sind die Kreativen hinter dem Schweizer Label Asandri, das für Nachhaltigkeit und subtilen Luxus steht.

Asandri im Sortiment führen. Auch in Hamburg konnte ein Kunde gewonnen werden.

Die Geschichte dahinter rechtfertigt den Preis

Wie für jedes Label ist ein eigener Laden ein grosses Ziel, denn «wir empfinden das Internet zwar als absolutes Must, glauben aber nicht, dass ein Online-Shop den Fachhandel ersetzen kann», so Alexandra Pfister. Ausserdem seien Faktoren wie Haptik und Beratung gerade bei hochwertigen Produkten, die ihren Preis haben, sehr wichtig. «Natürlich muss man die Preise teilweise rechtfertigen. Kundinnen hören aber sehr gerne die Geschichte, die hinter einem Bekleidungsstück steckt. Wenn man ihnen erzählt, woher etwas kommt und wie es produziert wurde, erklärt sich auch der Preis», weiss Stefan Wiedmer aus Erfahrung. Das Designerduo ist überzeugt, dass seine Kreationen auch deshalb nachhaltig sind, weil sie über mehrere Saisons getragen werden können. «Die Kundin wird im Selbsttest feststellen, dass ein Bikini von Asandri, der zwischen 150 und 200 Franken kostet, jeden günstigen Kaufhaus-Bikini in Sachen Langlebigkeit und Qualität schlägt. Wobei das natürlich sowohl Vor- als auch Nachteil ist. Trotzdem wünschen wir uns, dass die Kundin jede Sommersaison einen neuen kaufen will», lacht Marketing-Profi Sandra-Larissa Wirth. Obwohl der Preis oftmals

ein entscheidender Faktor ist, glaubt das Designer-Duo nicht, dass man die typische Asandri-Kundin nach Alter oder Budget einteilen kann. Frauen zwischen 20 und 66 hätten schon den Ateilverkauf genutzt. «Es ist eher eine Stilfrage oder Einstellungsache, wer uns kauft. Manche Frauen setzen auf Qualität und Nachhaltigkeit und sparen für ein teureres Teil», erklärt Alexandra Pfister. Obwohl bereits prominente Frauen wie Shawne Fielding und Tanja Gutmann Asandri tragen, passe es nicht zum Label, Prominente gezielt anzugehen und dafür zu bezahlen, dass diese sich darin ablichten lassen, so wie das viele Designer machen. «Das ist nicht authentisch, und gerade das ist uns wichtig», erklärt die Designerin. «Das kann ich unter-

streichen: Alexandra und Stefan sind wirklich so! Nachhaltigkeit ist bei ihnen kein billiges Verkaufsargument!», bestätigt Sandra-Larissa Wirth.

Asandri an der Berliner Fashion Week

Im Juli 2011 wird Asandri auf dem «grünen» Catwalk Lavera Showfloor im Kosmos im Rahmen der Berliner Fashion Week präsentiert. Hier stellen zwölf internationale Designerinnen und Designer an drei Abenden ihre Kollektionen mit dem Fokus auf Faktoren wie Nachhaltigkeit, ökologische Produkte und Fair-Trade vor. Asandri hat am 6. Juli seinen grossen Auftritt. ■

Neue Namen an der Fashion Week Berlin

Insgesamt stehen nun 43 Designerinnen und Designer fest, die ihre Kollektionen auf der Mercedes-Benz Fashion Week Berlin vom 6. bis 9. Juli präsentieren werden. Erstmals mit dabei sind Basler, Wood Wood, Iris van Herpen, Mariusz Przybyski, Minx by Eva Lutz, Hien Le, Malaika Raiss und Rebekka Ruetz. Ausserdem kehren Strenesse Blue und Rena Lange zurück. In der neuen Plattform Studio, die in der neuen, grösseren Location im Zelt auf der Strasse des 17. Juni hinter dem Brandenburger Tor erstmals für Installationen eingerichtet wird, präsentieren sich Newcomer, wie die Taschen-Designerin Celia Czerlinski und die Jungdesigner Hannes Ketritz und Karlotta Wilde.



Minx 79