



Die Bündnerin Lis Lareida entstaubt mit ihrem Label das Image der Bluse und hat damit international Erfolg. Ihre Entwürfe vereinen Schlichtheit mit Qualität

Ein Leben für die Bluse

Diese Blusenmarke zählt zu den meistverkauften Labels in unserem Sortiment! Der Satz von Bettina Müller, Mitinhaberin der beiden Zürcher Boutiquen Eclectic, lässt deshalb aufhorchen, weil sie von einem Schweizer Label spricht. Lareida - der Name klingt exotisch, er ist selbst Kennern unbekannt. Wie man von Gründerin und Inhaberin Lis Lareida erfährt, existiert das Label allerdings schon seit sieben Jahren. Der Familien- und Markenname: ein altes Bündner Geschlecht. Der Hauptsitz: ein Atelier und Showroom im Zürcher Kreis 5. Das Produkt: hochwertige Blusen in modernem Look - und dazu noch waschmaschinenfest.

Strahlende ägyptische Baumwolle
Warum hören wir zum ersten Mal von diesem Label? Wohl, weil Lis Lareida stark mit dem Auslandsgeschäft beschäftigt ist. Hauptmarkt ist der deutschsprachige Raum mit über 70 Verkaufsstellen, darunter etwa das Edelkaufhaus Kadewe in Berlin und das Lifestyle-Haus Reyer im österreichischen Hallein. In den USA zählt zu den rund 40 Läden, in denen Lareida vertreten ist, die Boutique Ikram in Chicago, wo auch Michelle Obama einkauft. Die Schweiz macht mit einem knappen Dutzend Verkaufsstellen einen

kleinen Anteil aus; ausser bei Eclectic oder Apartment Store in Zürich gibt es die Blusen auch bei Ciolina in Bern oder bei Phänomen in Luzern und Baden.

Auch Müller ist im Ausland auf die Marke aufmerksam geworden, auf den Messen in Paris und New York. Geschätzt werden die Blusen der 52-jährigen Lareida aber sowohl in Japan, Taiwan, Deutschland, in den USA als auch in Zürich aus dem gleichen Grund: Das Produkt stimmt rundum, von der hochwertigen Stoffqualität über die gänzlich ohne sogenannte Overlocks auskommende Kehrmaht-Verarbeitung bis hin zu Passform, Farben und Look. Weiter sei Lareida eine flexible Geschäftspartnerin, bei der Händler ihre individuellen Farb- und Materialwünsche angeben können, wie etwa Barbara Müller erzählt. Andere schätzen Lareidas Blusen wegen der weissen ägyptischen Baumwolle, die von einer strahlenden Qualität ist, die sich sichtbar von anderen Baumwollqualitäten in Weiss abhebt.

Beim Treffen mit der Designerin selbst fallen deren jugendliche Stimme und die leuchtenden Augen auf, mit 52 Jahren strahlt Lareida eine sympathische Mischung aus Frische und Ruhe aus. Geboren und aufgewachsen ist sie in Graubünden, vom Kleidungsstück Bluse

fasziniert ist sie seit den ersten Erfahrungen im Businessalltag nach der Handelsschule und ihrem Marketingstudium: «Ich trage selbst selten T-Shirts», meint die Designerin, die sich als Quereinsteigerin im Modebusiness sieht, und meint: «Das Kleidungsstück passt zu allem, und man ist darin immer gut angezogen, egal zu welcher Gelegenheit.»

In den neunziger Jahren hat sie in die Textilbranche gewechselt. Ihr erster Kunde damals: eine Blusenmarke. Mitte dreissig sammelte sie als Retail-Direktorin bei einer internationalen Marke Erfahrung in der internationalen Bekleidungsbranche. Lareida war auch für den Aufbau eines Ladennetzes mitverantwortlich, für das Personal, das Merchandising oder den Einkauf. «Es war ein Traumjob, weil ich mit Mode, schönen Materialien und durchs viele Reisen mit unterschiedlichen Leuten, Sprachen und Mentalitäten zu tun hatte», sagt Lareida.

Selbständig mit 42

Als 42-Jährige wagt sie den Schritt in die Selbständigkeit. Ende Juni verliess sie ihren damaligen Arbeitgeber, und schon im Juli stand - dank einigen Monaten Ferienkompensation - die eigene Kollektion bereit. «Ich habe ein paar Blusen produziert und mich auf den Weg gemacht, um diese zu verkaufen. In der Branche war mein Name ja schon seit Jahren bekannt.»

Gleich mit der ersten Kollektion, bestehend aus einem knappen Dutzend Modellen, konnte Lareida das damals grosse Düsseldorfer Traditionshaus Eickhoff als Kunde gewinnen. Alle Blusen waren weiss - vom körperbetonten Modell mit Super-Stretch bis hin zu Varianten aus Baumwolle mit weiten Schnitten, einmal mit, einmal ohne Kragen, mit durchgehender Knopfleiste oder mit Polokragen.

Schnell wuchs das Sortiment auf 40 Teile an. Von den rund 20 verschiedenen Entwürfen werden Varianten in unterschiedlichen Qualitäten und Farben angeboten. Im Sommer kommt nach Lust und Laune der Designerin noch eine Hose dazu, zurzeit gar ein Loungewear-Anzug oder ein Tunika-Kleid. «Für mich war von Anfang an klar, dass meine Produkte nicht nur meinem persönlichen Geschmack, sondern auch dem Zeitgeist zu entsprechen haben», so Lareida. Die Blusen seien vom Herrenhemd inspiriert, sie sind bloss «fliessender und weicher» und natürlich schmaler geschnitten. Getragen werden die Kreationen immer mit einem Tanktop drunter - diese Kombination passt zum Business-Look genauso wie zur

zerrissenen Jeans. Lareida bietet ihre Modelle in den Grössen 34 bis 44 an. «Es ist wichtig, die Bluse nicht stiefmütterlich zu behandeln. Eigentlich lässt sie sich wie ein T-Shirt tragen. Mit einem Tanktop erreicht man genau dieses Gefühl.»

Bestseller sind aber nach wie vor weisse Baumwollblusen wie der Longlife-Artikel «Lennon» mit klassischem Hemdschnitt, aber langem Hinterteil. Seit einigen Saisons kommt auch eine fünffädige Vintage-Seide zur Verwendung, die blickdicht, vorgewaschen und schmutzabweisend ist. Mit rund 500 Franken ist diese fast doppelt so teuer wie die Baumwollblusen.

Lareida positioniert sich bewusst in einem Hochpreissegment. Für die Luxus-Preisfrage fehle indes das Werbebudget. «Das Preissegment ergab sich von selbst durch meine Affinität für schöne Stoffe», sagt Lis Lareida, «gute Materialien wirken sich auf den Preis aus, aber auch die Produktionskapazitäten.»

Auch wenn die alleinstehende Designerin aus Zeitgründen nicht viel von der hiesigen Modeszene mitbekommt, versteht Lareida ihr Label als Schweizer Modemarke: «Ich bin gern in der Schweiz, und ich liebe meinen Wohnort Zürich.» Auf ihrer «Payroll» sind fünf Personen, mehr Hilfe benötige sie nicht: «Vieles machen wir einfach selber, zum Beispiel Booklets nähen.» Die Unternehmerin hat sich den Traum der eigenen Marke ganz ohne Fremdfinanzierung, dank dem Verkauf einer geerbten Liegenschaft, realisiert. Sie könne von ihrem Job gut leben, schon nach drei Jahren habe man schwarze Zahlen schreiben können. Der Preis dafür: ständiges Arbeiten. Zwar werde zu Hause nicht gearbeitet - doch nur, weil Lis Lareidas Tage im Atelier im Kreis 5 oft sehr lang sind. *Kim Dang*



Lis Lareida

Das Unternehmen ist so schlank und überschaubar wie das Sortiment. Zum dreiköpfigen Team zählt auch Lis Lareidas Schwester Gary, die sich um Administration und Finanzen kümmert. In der Produktion in Portugal werden eine Produktionsverantwortliche und eine Schnittmacherin beschäftigt. Im Vertrieb arbeitet man mit Agenturen und Vertretern. (kid.)
● www.lareida.com

Links: Tunika «Lyn» aus ägyptischer Baumwolle, etwa 310 Fr.
Rechts: Baumwollbluse «Louise» mit St. Galler Sticker, etwa 450 Fr., Jogging-Anzug «Fabienne» aus Terry cloth, etwa 380 Fr.

