



UNPRÄTENTIÖS
Designerin Claudia
Güdel in ihrem
Kleinbasler Atelier –
das Berufswerkzeug
allzeit griffbereit
um Hals und Hüfte.

Text **GIORGIO GIULIANI**
Fotografie
FABIAN HUGO

Sie verbindet Work
mit Werten,
Eleganz mit Funk-
tionalität, Nach-
haltigkeit mit Indi-
vidualität. Die
Prinzipien der
Designerin Claudia
Güdel wecken
Interesse weit über
die Modebranche
hinaus.

HAND- UND KOPFWERK

INTERVIEW

Unpräntiös wie ihre Kreationen wirkt auch die Designerin selbst. Trifft man sie in ihrem lichten, hohen Atelier, einer ehemaligen Seifenfabrik in Kleinbasel, hat sie ein fröhliches Lachen im Gesicht, das unverzichtbare Messband um den Hals, die Schere am Bündel vor der Brust – und griffbereit um die Hüfte wie eine Colttasche ihre Zeichenstifte. Claudia Güdel ist eine ausgeprägte Handwerkerin, die gern alles noch ganz analog und von Hand macht.

Dabei hatte sie direkt nach der Design-Ausbildung in Basel und Praktika in New York und Los Angeles die Nase eigentlich ziemlich voll, nicht vom Kleidermachen an sich, aber vom ganzen Modezirkus drum herum. Da sie sich auch für Informatik und interaktive Medien interessierte und sich im Basler HyperStudio entsprechend ausbilden liess, gibt sie bald auch IT-Kurse an verschiedenen Kunsthochschulen. Um ein Haar wäre das Doppeltalent ins Digitale abgewandert.

Aber die Liebe zu stofflichen Kreationen siegt. 2002 eröffnet sie mit dreissig Jahren ihr eigenes Atelier und entwirft zuerst Kleider nur für Männer. 2007 gewinnt ihre Männerkollektion den Schweizer Designpreis. Ab 2008 kommen unter dem Label Wo/Men's Wear auch Kleider für Frauen hinzu.

Wir sprechen mit der innovativen Unternehmerin in ihrem Atelier über Karriere, Inspiration, Konsumwut, Glück, Durchhaltevermögen, Angst und Mut.

BOLERO Claudia Güdel, Ihr Weg ins Design-Business verlief nicht nur geradlinig. Heute gehören Sie zu den bekanntesten eigenständigen Schweizer Labels für Männer- und Frauenkleider. Welches war für Sie rückblickend der wichtigste Punkt in Ihrer über zwanzigjährigen beruflichen Entwicklung – das, was man gern den «Durchbruch» nennt?

CLAUDIA GÜDEL Es ist eher eine gepunktete Linie, die mich bis heute begleitet, eine Aneinanderreihung von Begegnungen, Entscheidungen und Möglichkeiten, die mich stetig Schritt für Schritt weiterbringen. Ein zentraler Aspekt ist sicher, dass ich meinen Dickkopf, meine Offenheit und Eigenständigkeit behalten habe.

Gab es in Ihrer Berufskarriere auch Momente, in denen Sie sich fragen mussten: Aufgeben oder weitermachen?

Klar. Diese Momente gab es. Vor vielen Jahren, als meine Energie und meine Finanzen erschöpft schienen, bat ich die Designerin Ruth Grüninger um ein Gespräch. Ihr Rat war ernüchternd: «Du musst einfach dranbleiben, weitermachen. Mit der Zeit wirst du wahrgenommen.» Das war harte Kost, aber sie hatte recht.

...

«Meine Kleider sollen Halt verleihen und das Rückgrat stärken.»

CLAUDIA GÜDEL, Modedesignerin

BOLERO Sie betonen immer wieder, dass Sie auf Ihrem Weg auch viel Glück hatten. Welches waren die wichtigsten Glücksmomente?

CLAUDIA GÜDEL Ich würde ziemlich alles dem Glück zuschreiben. Ich habe zum Beispiel einen unglaublich starken Motor, der mich antreibt, und einen gesunden Schlaf, der mich quasi über Nacht regenerieren lässt. Es ist ein Glück, diese Eigenschaften zu haben. Ein ganz wichtiger Punkt ist zweifellos mein langjähriges Team mit seinem unglaublichen Spirit! Und nicht zuletzt bin ich seit vielen Jahren glücklich verheiratet und sehr wohl in Basel. Mein privates wie mein berufliches Leben ist gezeichnet von einer Aneinanderreihung von glücklichen Begebenheiten.

Der fast bandenmässige Teamspirit in der Designtruppe um Güdel zeigt sich auch darin, dass sie gemeinsam immer wieder mehrtägige Ausflüge in die Natur unternehmen. So fuhr man diesen Winter zum Schlittelplausch ins abgelegene Berggasthaus Heimeli im bündnerischen Sapün bei Arosa und setzte die eigene Winterkollektion im reichlich vorhandenen Schnee gleich einem Härtetest aus. Work-Life-Balance im freudvollen Kollektiv.

Was nervt Sie heute noch am meisten am Modezirkus?

Es ist immer wieder beängstigend, zu sehen, wie viele Menschen einem Trend nachrennen, ohne zu überlegen, wieso sie dies tun. Wieso bezahlen Menschen viel Geld dafür, um ein Logo auf der Brust zu tragen von einem Konzern, dessen Wertvorstellungen sie niemals teilen würden?

Versucht man Claudia Güdels Kleiderstil zu beschreiben, kommt man gern und zu Recht auf den Begriff Alltags-tauglichkeit – mit dem besonderen Chic. Klare Linien, kein Chichi, gut designt. Funktional, elegant, casual in einem. Durch den reduktionistischen Stil wirken ihre Kleider zeitlos. Eine Daunenjacke wird man bei Güdel nicht finden, da nicht nachhaltig produzierbar. Dafür hat sie ein wärmendes Wollfleece aus Schweizer Schafwolle in der Kollektion. Nicht selten sind ihre Kreationen auch zweiseitig tragbar – ein völlig neuer Look im Handumdrehen.

Als ihr jemand Werbebanner zum Start des Onlinemagazins «Republik» und zur Konzernverantwortungsinitiative vorbeibringt, sagt sie sich: «Die hänge ich jetzt nicht einfach ins Schauenfenster, sondern mache eine Jacke draus» – und übergibt das fertige Stück jedem, der es durch die Stadt tragen will. Eine modische Einzeldemo, hübsch verspielt und aus tiefer Überzeugung. Die jeweiligen Farbmuster übernimmt sie auch für neue Kreationen in ihre Kollektion.

Produziert werden alle Kleider in der Schweiz und im nahen europäischen Ausland. Das Güdel-Motto seit vielen Jahren: «Ich mache nicht Mode, sondern langlebige Kleider, in denen man sich wohlfühlt.» Und: «Die Mode braucht keine neuen Outfits, sie braucht eine neue Haltung.»

Sie sagen auch: «Meine Kleider sollen Halt verleihen und das Rückgrat stärken.» Ein toller Anspruch, ein grosses Wort. Wie meinen Sie das?

Ich beschäftigte mich schon in der Ausbildung mit der Idee von Schutz-

kleidung, etwa gegen Elektrosmog, heute eher gegen die konstante Übersättigung, der wir ausgesetzt sind. Entsprechend liegt der Schutzgedanke meiner Designs in ihrer reduzierten Form. Wie beim Einkochen einer Sauce braucht es viel Zeit, bis sich die verschiedenen Zutaten zu einem feinen Sugo zusammenfügen. Ich arbeite so lange an einem Modell, bis Komfort, Style und Funktion so zusammenfinden, dass es ganz selbstverständlich daherkommt. Dieses Entwickeln von Hüllen, die uns Halt und Stärke vermitteln, ist mir beim Kleidermachen letztlich wichtiger als das repräsentative Statement.

Zu einem spannenden neuen Bereich entwickelten sich bei Claudia Güdel in den letzten Jahren ihre Entwürfe für Arbeitsbekleidung von Gastrobetrieben. Ein ideales Feld zur optimalen Vermählung von Funktionalität und Eleganz. Ein erster Auftrag kam vom Basler Designhotel Nomad. Bald zog das Hotel Krafft am Basler Rheinufer nach. Und der dritte Betrieb, der sein Personal von Claudia Güdel einkleiden lässt, ist das neu eröffnete Casino in Bern unter der Direktion von Ivo Adam. Aktuell arbeitet die Designerin an einem Projekt für das Restaurant der Fondation Beyeler in Riehen.

Der Bereich Arbeitskleidung scheint ein enormes Potenzial zu haben. Was ist für Sie besonders attraktiv daran?

Für meine Designs suche ich stets die Balance zwischen Funktionalität und Ästhetik, Komfort und Style sowie zwischen Wirtschaftlichkeit und gesellschaftlicher Verantwortung. Daraus entsteht Kleidung, die den täglichen Herausforderungen in den unterschiedlichsten Situationen gewachsen ist. Dieses Prinzip bietet sich auch für Arbeitsbekleidung an. Vielen Betrieben ist die lokale Vernetzung und die Nachhaltigkeit ihrer Produkte ein grosses Anliegen. Dieses Engagement habe ich während Corona immer wieder gesehen: Hotelbetriebe und Restaurants, die ihre Räumlichkeiten zu lokalen Märkten umfunktioniert haben, um ihren Lieferanten weiterhin einen Absatz zu ermöglichen. Das ist nicht nur solidarisch, sondern auch weitsichtig. Denn ohne gute Produkte kann kein gutes Essen zubereitet werden. Zu diesem Gesamtauftritt passt eine Arbeitsbekleidung, die genauso für solide Qualität wie für nachhaltige Produktion steht.

BOLERO

Wo liegen für Sie die Grenzen des Wachstums? Oder anders gefragt: Angenommen, ein Modegrossverteiler wie Globus, Jelmoli oder PKZ macht Ihnen das Angebot, Ihre Kollektion ins Sortiment aufzunehmen. Würden Sie darauf eingehen?

Ich bin Designerin und will als Designerin arbeiten. Und meine Wertvorstellungen sind mir wichtig. Wenn das Wachstum mit meinen diesen zu vereinbaren ist und meine Kreativität weiterfliessen darf, dann spricht nichts dagegen.

Nachhaltigkeit ist ein aktuelles Megathema mit zahlreichen Aspekten. Und niemand kann auf Anhieb alles richtig machen. Zentral geht es um soziale und ökologische Gerechtigkeit, um Respekt für den Menschen und den blauen Planeten. Das Ziel: Alles,

was in ein Produkt hineingeht, muss auf die eine oder andere Art wieder zurückgewonnen werden können. Das heisst, es soll entweder in einem biologischen Kreislauf schadstofffrei abbaubar sein oder in einem technischen Kreislauf über mehrere Lebenszyklen immer wieder neu aufbereitet werden können. Das Konzept konsequenter Kreislaufwirtschaft. Hinzu kommen die Einhaltung sozialer Fairness, der Einsatz erneuerbarer Energien und die Reinigung möglicher Abwässer bis zur Trinkwasserqualität.

Heute verbraucht die Menschheit weit über hundert Millionen Tonnen Textilien pro Jahr. Zwei Drittel davon bestehen aus unverrottbaren Kunstfasern und landen mehrheitlich auf Müllhalden.

Nachhaltigkeit ist komplex und anstrengend. Welcher Aspekt ist Ihnen dabei besonders wichtig?

Das absolut Wichtigste ist, sich gegen diese sinnlose und zerstörerische Massenproduktion zu wenden. Nichts darf länger als eine Saison halten. Das ist Irrsinn. Vor allem kleine Labels gehen in eine neue, nachhaltigere Richtung.

Aber schaden Sie Ihrem Geschäft nicht selber, wenn Ihre Designstücke jahrelang halten?

Diese Frage kommt oft, aber die Kundenschaft ist so dankbar für solide Produkte, dass sie uns treu bleibt.

Von Nachhaltigkeit reden alle. Wie verhindert man Greenwashing?

Das ist eine grosse Frage. Wenn ich an der Tankstelle eingeladen werde, drei Rappen in einen «Nachhaltigkeitsfond für erneuerbare Energie» zu bezahlen, dann ist das ein Schlag ins Gesicht für echte Nachhaltigkeit. Das ist Greenwashing im Quadrat und an allen Enden und Ecken anzutreffen. Und leider funktionieren viele Menschen so – sie können ihr Gewissen mit drei Rappen beruhigen.

Ist volle Transparenz in der Wertschöpfungskette möglich und sinnvoll?

Für mich als Mikrounternehmen ist es nicht möglich, diese Transparenz vollständig zu gewährleisten. Zwar bestelle ich meine Materialien nur bei schweizerischen und europäischen Lieferanten mit den entsprechenden Ursprungsnachweisen, lasse meine von Hand gezeichneten Schnitte in der Schweiz gradieren, die Modelle in Polen nähen und in der Schweiz stricken. Aber ich bin darauf angewiesen, dass die Ursprungsnachweise meiner Stofflieferanten echt sind, dass die Schnitttechnikerin ökoverträgliches Papier verwendet und dass die Produktionsbetriebe nach europäischem Recht ihre Mitarbeitenden bezahlen und versichern. Aber das basiert alles auf Vertrauen.

...

HANDWERKLICH
Claudia Güdel arbeitet
wo immer möglich
analog und von Hand.



HERZLICH
Neben den Kleidern
schätzen Kunden
Claudia Güdels
fröhliche und auf-
richtige Art.



BOLERO Welches ist für Sie der spannendste, beglückendste Teil der Produktionskette?

CLAUDIA GÜDEL Es sind zwei: Wenn mich ganz am Anfang eine Idee quasi aus der Luft, aus einem ganz anderen Kontext anspringt – und wenn am Ende eine Kollektion mit allem Drum und Dran dasteht und eine Aussage macht.

Werden Sie kopiert? Und ist das eher Ärgernis oder Kompliment? Kann man, soll man sich dagegen wehren?

Kopieren ist ja mittlerweile salonfähig. Die Migros hat es vorgemacht, und mit der Donnerstag-Kopie der Freitag-Tasche hat es den Durchbruch geschafft. Spass beiseite. Heute wird alles kopiert. Meist aber nur von der Form her. Sobald man Qualität kopieren würde, lohnte es sich nicht mehr. Man muss das augenzwinkernd als Kompliment nehmen. Jeder kann sich selber fragen: Bevorzuge ich Fertigsauce oder selbst Eingekochtes?

Auch wenn man sich bemüht, nach den höchstmöglichen Standards von sozialer Fairness und ökologischer Verantwortung zu produzieren, ist es gerade bei Kleinbetrieben wohl immer nur ein Tropfen auf den heissen Stein. Wie gehen Sie persönlich mit dieser Tatsache um?

Nehmen Sie das Tragen von Pelz. Der Protest dagegen begann auf der Strasse und zog immer weitere Kreise. Heute trägt in der Schweiz kaum mehr jemand Pelz, obwohl sich das viele leisten könnten. Umdenken ist möglich. Wenn immer mehr Menschen Wert auf Nachhaltigkeit legen, kann das zu einer neuen Realität werden. Und es macht auch einfach mehr Spass, in einem sozial fairen und verantwortungsbewussten Umfeld zu arbeiten.

Sie orientieren sich an einem werte-basierten Arbeiten. Hat sich im Laufe Ihrer Tätigkeit in bestimmten Bereichen etwas verändert, und haben Sie vielleicht auch Abschied nehmen müssen von einzelnen Werten?

Wer weiss, welche Arbeit wie viel Wert hat? Und wieso? Klar ist, dass in einem kleinen Team jede einzelne Mitarbeiterin zählt.

Das Design kann noch so schön sein, aber wenn die Beratung im Geschäft schlecht ist oder die Materialwahl nicht entspricht oder die Jahreszeit verfehlt ist, dann bleibt auch das Design hängen. Als Team ziehen alle am selben Strick. Entsprechend war es mir auch wichtig, dass alle gleich viel verdienen. An diesem Lohnsystem habe ich jahrelang festgehalten. Unterdessen gibt es jedoch kleine Abstufungen nach Alter und Verantwortung. Denn irgendwann – es hat wohl mit dem Alter zu tun –, war der Erfahrungsunterschied zu gross, als dass dieses System weiter Bestand haben konnte.

Welche wichtige Idee tragen Sie mit sich herum, die Sie noch nicht realisiert haben?

Mich treibt schon lange die Idee um, wie man Solarenergie ganz breit in unseren Konsum reinbringen kann, auch in unsere Kleider und Schuhe, die

dann all unsere Geräte mit Strom versorgen. Aber dafür braucht es ein ganzes Team von Spezialistinnen.

Das A und O für ein kleines, originäres Modelabel ist der Aufbau einer treuen Kundschaft. Hört man sich bei Güdel-Trägerinnen um, zeigt sich, wie wichtig ihnen die Verbindung von unaufgeregter Originalität und gelebter Nachhaltigkeit in allen Bereichen ist. Zentral ist auch eine gute Beratung, auf die man sich verlassen kann. Eine Kundin sagt es so: «Claudia Güdel bequatscht einen nicht, sie gibt sehr gezieltes Feedback und sagt auch, wenn einem etwas nicht steht.» Eine andere meint: «Ich fühle mich in Güdel-Kleidern immer gut angezogen, aber nie overdressed. Ich kann das gleiche

Stück bei der Arbeit, im Theater oder an einem Fest tragen.» Und was passiert, wenn man einer weiteren Güdel-Trägerin im unverwechselbaren Design begegnet? «Ja, das passiert gar nicht so selten», schmunzelt eine andere. «Dann denke ich: «Ah, sie trägt auch ein «Güdeli» und freue mich – und staune gleichzeitig regelmässig, wie verschieden jedes Güdel-Stück an einer anderen Person wirkt.» Der diskrete Charme der Komplizenschaft.

Wie würden Sie Ihre typische Kundin, Ihren typischen Kunden beschreiben?

Ich denke, ich habe eine kritische Kundschaft, die wissen will, wer und was hinter einem Kleidungsstück steht. Es sind berufstätige, kunstaffine Menschen, viele aus der Architekturbranche, die wohl die reduzierte Form meiner Kleider anspricht. Und enorm viele meiner Kunden sind Velofahrer, die Produkte müssen also flexibel, bequem, bügelfrei, strapazierfähig und waschbar sein.

Wer bei Ihnen ein Kleidungsstück erwerben will, muss deutlich tiefer in die Tasche greifen als für Fast Fashion. Was raten Sie einer Person mit schmalerem Budget, der Nachhaltigkeit und Originalität trotzdem wichtig sind?

In Secondhand-Läden findet man recht günstige, tolle Stücke, manchmal auch meine (lacht). Auf Flohmärkten und in Brockis gibt es ebenso schöne und brauchbare Teile, die man gut mit anderem kombinieren kann. Und wenn man hie und da ein langlebiges Teil dazukauf, fährt man längerfristig sowieso günstiger als mit Schnelllebigem.

Sie sagen, Inspirationen für Ihre Arbeit fliegen Ihnen aus vielen Bereichen zu, zum Beispiel aus Geschichten in Ihrer Kindheit. Gibt es für Sie eine frühe und prägende Kindheitserinnerung, in der Kleider eine wichtige Rolle spielen?

Meine Mutter nähte Kleider mit unglaublicher Passion. Diese Leidenschaft und Detailfreude als Kind zu erleben, war für mich wahnsinnig schön. Da habe ich wohl etwas mitgenommen.

Sie sind selber sehr kunstaffin, mit Kunstschaaffenden gut vernetzt und waren auch Mitglied der baselstädtischen Kunstkreditkommission. Gibt es konkrete Beispiele, wie die Auseinandersetzung mit Kunst in Ihre Arbeit einfließt?

rund 1300 Musikschaaffenden und Techniker, die unter der Pandemie schwer leiden. Das ist eine grossartige Idee!

Ist Corona beruflich eine Bedrohung für Sie und Ihr Team? Wie wehren Sie sich dagegen?

Corona regt viele Menschen zum Denken an. Das ist sicher eine wertvolle Nebenerscheinung dieser Pandemie. Es wurde vielen bewusst, dass eine Entschleunigung nötig ist für unseren Planeten und für uns selbst. Jetzt hoffen wir, dass auch ein kleines Umdenken stattgefunden hat. Es wäre wirklich dringend nötig, dass die Konsumwut zurückgeht. Mein Team und ich haben diese Zeit dank unserer aufmerksamen Kundschaft gut überstanden, und ein bisschen entschleunigen konnten wir auch ...

Was ist der wichtigste Rat, den Sie einer jungen Designerin geben würden?

Wenn man ein eigenes Label aufbauen will, muss man unendlich viel Freude und Lust an dieser Arbeit haben. Dann kann man es probieren. Aber es ist ein Knochenjob und braucht einen sehr langen Schnauf. Und man muss sehr gern mit Menschen zu tun haben. Will man eher als freie Designerin arbeiten, ist ein gutes Netzwerk das Wichtigste.

Was wären Sie geworden, wenn es das Kleidermachen nicht gäbe, weil der Mensch wie das Tier bereits bekleidet zur Welt käme?

Wahrscheinlich wäre ich Bildhauerin geworden oder Managerin im IT- oder Event-Bereich. Oder ich hätte das Kleidermachen erfunden (lacht). Oder ich hätte Schutzkonzepte entwickelt.

claudiagudel.ch

«Mut machen mir Menschen, die ihren Eigensinn bewahren.»

CLAUDIA GÜDEL, Designerin