

# Aus Alt mach Neu

Vintage-Shop Inhaberin **REA BILL** kommt mit einem Pop-up-Store ihrer Boutique «Reawake» in das Zürcher Kaufhaus Jelmoli und verrät, bei welchen Pieces sich eine Investition lohnt



**Rea Bill**  
Gründerin «Reawake»

Noch bis Ende Mai wird Rea Bill mit ihrer High-End Second Hand und Vintage Fashion im Jelmoli präsent sein. Ein sorgfältig kuratiertes Angebot an Vintage-Raritäten von Labels wie Chanel, Dior, Celine oder Hermès wartet darauf, entdeckt zu werden. Mit Gala hat die Gründerin über die Idee zur Zusammenarbeit und über ihre Werte und Wünsche im Bereich Fashion gesprochen.

**Wie kam es zur Gründung von Reawake?**  
Vor über zehn Jahren habe ich unter dem Brand «Markentussi» damit begonnen, High-End Fashion aus zweiter Hand zu verkaufen. Weil mir die Natur schon immer sehr am Herzen lag, wollte ich mit der Umbenennung zu «Reawake» 2017 den Schwerpunkt auf den Nachhaltigkeitsaspekt von Second-Hand-Mode legen. Unser Slogan «Respect, Recircle, Reawake» fasst unser Anliegen zusammen und unterstreicht unsere Wertschätzung für Natur, Ressourcen und hochwertige Produkte.

**Und wie entstand die Idee zum Pop-up im Jelmoli?**  
Jelmoli kam im letzten Jahr mit dieser Idee auf uns zu. Nach einigen Monaten konkretisierte sie sich und wir freuen uns sehr darüber. Die Kooperation ist eine Win-Win-Situation für beide Partner: Für Reawake bedeutet sie, eine deutlich grössere Plattform in einem Department Store. Für

Jelmoli ist es ein spannendes Projekt, um die Kunden mit neuartigen und nachhaltigen Retail-Ansätzen anzusprechen.

**Woher stammen die Produkte aus Ihrer Boutique?**

Den Grossteil unseres Sortiments machen Schätze aus, die wir von unseren Kunden zum Weiterverkauf auf Kommission erhalten. Das bedeutet, wir zahlen den Anteil aus, sobald eines der Teile verkauft wurde. Darüber hinaus arbeiten wir mit Auktionshäusern zusammen.

**Welche Taschen-Icons liegen aktuell im Trend?**

Aktuell werden Klassiker-Taschen in ähnlicher oder gleicher Form wieder neu lanciert. Etwa die Saddle Bag von Dior, welche John Galliano 1999 für Dior kreiert hatte oder die Fendi Baguette Bag. Zudem sind Mini-Taschen gerade wieder sehr angesagt. Davon gab es bereits vor zwanzig Jahren schon viele – heute wieder top aktuell.

**Werden eure Taschen auf Echtheit geprüft und zertifiziert?**

Ja, das werden sie. Echtheit ist das zentrale Fundament von Reawake. Mit mehr als zehn Jahren Erfahrung und kontinuierlicher Weiterbildung wissen wir genau, auf welche Echtheitsaspekte wir achten müssen. Zudem gilt, dass wir, sollten wir nicht zu 100 % von der Echtheit überzeugt sein, lieber die Finger von einem Stück lassen.

**In welches Taschenmodell lohnt es sich zu investieren?**

Die Chanel Double Flap Bag, Hermès Birkin oder Kelly sind Taschen, die jedes Jahr an Wert gewinnen. Die klassische Chanel Double Flap Bag wird seit 2007 in Echtgold-Verarbeitung angefertigt. In den Taschen vor 2008 wurde noch mit 24 Karat-Gold gearbeitet. Da die wirklichen Klassiker so nicht mehr angefertigt werden, steigt der Wert jährlich. Wir hatten vor kurzem eine Chanel Vintage Maxi; diese wurde 1992 für



Die «Treasures»  
von Reawake

1950 CHF gekauft und genau das gleiche Stück wird heute Second Hand um ca. 4000 CHF herum gehandelt. Eine Investition, die sich lohnt.

**Was wäre Ihr Wunsch in Sachen Shopping-Verhalten?**

Ich wünsche mir für unseren Planeten und uns alle, dass möglichst keine neuen Sachen mehr produziert werden müssen. Wenn neu, dann nur Upcycling von bereits bestehenden Materialien.

**Haben Sie fixe Preise, oder lassen Sie sich auf Verhandlungen ein?**

Alle unsere Stücke sind mit einem Preis gekennzeichnet, den wir für fair halten und der mit dem Verkäufer abgestimmt ist. Daher geht es bei uns mit Sicherheit nicht zu wie auf dem Bazar, aber bei vereinzelt Treasures haben wir einen kleinen Spielraum.

**Mit dem Konzept von Reawake und damit dem «Auftragen» und Recycling von Kleidung sind Sie voll im Trend. Wird dieser einen Einfluss auf die Textilindustrie und deren negativen Auswirkungen auf die Umwelt haben?**

Ich hoffe es sehr! Und so wie sich die ganze Weltlage entwickelt, gehe ich davon aus. Wir müssen umdenken und unsere alten Shopping-Gewohnheiten hinterfragen, damit sich etwas verändern kann. Ich bin davon überzeugt, dass Second-Hand, also den Verwertungskreislauf verlängern, kein kurzfristiger Trend ist, sondern in Zukunft noch viel relevanter wird, auch für etablierte Designerbrands.