

Luxus-Secondhand-Label eröffnet Shop in Basel

Erfolgreich im Modegeschäft Dior, Chanel, Hermès – Produkte dieser Marken lassen sich auch in gebrauchtem Zustand gut verkaufen. Reawake hat sich darauf spezialisiert und ist auf Expansionskurs.

Dorothea Gängel

Am 20. April wird unter dem Dach von Bongénie Grieder an der Eisengasse ein neues Label eröffnet: der Luxus-Secondhand-Laden Reawake. Mit dem Basler Modehaus verbinden Reawake gemeinsame Werte. Beides sind Schweizer Familienunternehmen, denen Nachhaltigkeit und nachhaltiges Wirtschaften wichtig ist. Und beide verkaufen hochwertige Produkte. Im Zuge der Kooperation wird Reawake noch an anderen Standorten weitere Shops eröffnen.

Dass sich hochwertige Taschen, Kleider und Accessoires in gebrauchtem Zustand zu einem guten Preis verkaufen lassen, erkannte die Unternehmensgründerin Rea Bill vor 13 Jahren. Damals hatte die ausgebildete Pädagogin den Wunsch, mehr Zeit mit ihrer kleinen Tochter zu verbringen, und suchte daher nach einer Arbeit, die sich von zu Hause machen lässt. Sie fing an, gebrauchte Designer-Kleider und -Accessoires online zu verkaufen. «Damals habe ich begonnen, aus meiner Passion für schöne Materialien und Mode ein Business zu machen», sagt sie heute.

Fälschungen identifizieren ist eine Kerndisziplin

Durch Bills gute Kontakte zur Modeindustrie, in der sie lange Zeit als Model gearbeitet hatte, begann sie, das Geschäft professionell aufzuziehen. Damals war Secondhand eher noch eine Nische, doch der Markt war vorhanden. Immer mehr Kundinnen und Kunden brachten ihre Stücke zu ihr, bald war die Menge nicht mehr zu bewältigen. Ihr wurde klar, dass sie sich spezialisieren musste, und sie entschied sich für den High-End-Bereich. «Ich habe mich auf dieses Segment konzentriert, weil der grösste Teil dieser Stücke hochwertig verarbeitet ist und schon deshalb eine längere Lebensdauer hat», sagt sie. Heute erhält Reawake pro Monat mehr als 1500 Teile auf persönlichem Weg oder per Post.

Einer der wichtigsten Aspekte in diesem Segment ist die Identifikation von gefälschten Produkten, die «Authentifizierung». Hierfür hat Bill unterdessen ein ganzes Team aus Spezialistinnen



Alles, was in der Modewelt Rang und Namen hat, kommt bei Reawake ins Angebot. Fotos: Reawake



Eine Expertin sorgt dafür, dass die Stücke in neuem Glanz erstrahlen.

und Spezialisten, das über eine grosse Expertise verfügt. «Gerade bei den gesuchten Marken wie Chanel und Hermès gibt es extrem gute Fälschungen, da braucht mein Team teils Stunden, bis jedes Detail geprüft ist», sagt Bill. Sehr schwer zu fälschen sei Leder, für dieses Material hat Bill echte Profis im Team. «Bis jetzt hatten wir Glück und haben

«Das sind echte Wertanlagen, für die man mit Glück das Doppelte verlangen kann.»

Rea Bill
Gründerin Reawake

jeden «faulen Fisch» erkannt», sagt sie. Bei der kleinsten Unsicherheit nimmt Bill das Stück lieber nicht an, sondern retourniert es. «Das ist mir zu heikel und würde das Vertrauen unserer Kundschaft extrem stören.»

Nach der Authentifizierung geht es an die Aufbereitung der gebrauchten Stücke. Hierzu wurde ein eigenes Atelier in Zürich eingerichtet. «Das ist mein Herzensprojekt und unser Beitrag zum Thema Upcycling», sagt Bill. Zwei Jahre hat es gedauert, bis die heutige Atelierleiterin gefunden war. Diese schafft es, Leder so aufzufrischen, dass es sich anfühlt wie vorher und seine Struktur nicht verliert. «Ein handwerkliches Kunstwerk bei den vielen Lederkategorien, die es gibt», sagt sie. Manchmal sind es nur Ecken, die eingefärbt werden müssen, manchmal ein Verschluss, der angepasst wer-

den muss. «Wir machen aber auch ganze Einfärbungen von Taschen, dazu sind ganz viele Schritte notwendig», sagt sie.

Warum trennt sich jemand von seiner Gucci-Tasche?

Jedes Stück, das bei Reawake zum Verkauf steht, soll bald ein eigenes Zertifikat bekommen. Für dieses wird aktuell noch am richtigen Wording gefeilt. «Eigentlich darf ein Echtheitszertifikat nur von der Marke selbst ausgestellt werden», weiss Bill. «Wir können lediglich das Versprechen geben, dass wir die Authentizität eines Stückes nicht bezweifeln.» Ihre Kundschaft ist in erster Linie weiblich und zwischen 35 und 45 Jahre alt. «Wir haben aber auch ein kleines Sortiment für Männer», sagt Bill.

Das Thema Wertschätzung ist Bill wichtig. «In einer Gesellschaft, wo alles zunehmend

schnellebiger wird und man schnell etwas wegwirft, anstatt es zu reparieren, sollte man ab und zu innehalten und darüber nachdenken», sagt sie.

Warum trennt sich jemand von seiner Gucci-Tasche? «Das hat verschiedene Gründe», verrät Bill. Zum einen verändere sich der Geschmack, zum anderen gäbe es Menschen, die sich beim Kauf einer neuen Tasche gleichzeitig von ihrer alten verabschieden. Häufig seien es auch finanzielle Gründe. «Es gibt Taschen, die gerade ein Revival erleben wie die Baguette Bag von Fendi oder die Saddle Bag von Dior», sagt Bill. «Hat man die vielleicht vor 20 Jahren einmal gekauft, kann man heute einen echten Gewinn machen.» Auch die Preise für die Marken Hermès und Chanel seien extrem gestiegen. «Das sind echte Wertanlagen, für die man mit Glück das Doppelte verlangen kann.»

Den Verkaufspreis setzt das Team aufgrund seiner Expertise und der Kenntnis der Marktverhältnisse fest. «Unsere Kundschaft vertraut uns, dass wir den bestmöglichen, für beide Seiten fairen Preis finden», sagt Bill. Bei einem Verkaufspreis ab 6000 Franken erhält der Kunde 70 Prozent davon ausbezahlt. Liegt der Preis unter 400 Franken, sind es lediglich 40 Prozent. «Jedes Stück generiert gleich viel Arbeit, daher finanzieren wir uns aus einem Mittelwert», sagt Bill. Die Verkaufsrate liegt hoch. Reawake gibt sich selbst eine Frist von drei Monaten, die meisten Produkte verkaufen sich aber bereits im ersten Monat.

Wie widersteht man dem Reiz, öfters selbst zuzugreifen, wenn man in diesem Business arbeitet? «Man wird sehr selektiv, wenn man tagtäglich mit diesen Produkten konfrontiert wird», erwidert Bill lachend.

Leserbriefe

Ausgabe vom 6. April
«Die Gefahr der Selbstvergottung»

Gefährliche Vereinfachung

In vielem kann ich Andreas Brenner zustimmen. Doch wenn er vom «unsäglichen Begriff der Verschwörungstheorie» spricht, hört mein Verständnis auf. Der Philosoph Karl Popper, der für eine offene Gesellschaft eintrat, trug zur Popularität des Begriffs «Verschwörungstheorie» bei. Eigentlich müsste man von Verschwörungsmythen sprechen, denn Theorien lassen sich rektifizieren bzw. falsifizieren. Wenn Brenner von einer «Verschwörungstheorie-Politik» spricht, nimmt er Leute wie Daniele Ganser in Schutz, die das Misstrauen in die Demokratie fördern und etwa

die Narrative Russlands übernehmen. Verschwörungsmythen gehen immer von der Vorstellung aus, dass eine kleine Elite die Gesellschaft unterdrücken will. Meist sind diese Mythen mit antisemitischen Zügen versehen. Echte Verschwörungen, wie etwa die Watergate-Verschwörung, werden von den oft beschimpften «Mainstream-Medien» meist innert Kürze aufgedeckt.

Thomas Brunnschweiler, Breitenbach

Ausgabe vom 11. April
«Manchmal ist kriminelles Verhalten von Kindern ein Ruf nach Hilfe»

Straftaten bei Jugendlichen

Kein Jugendlicher kommt als Straftäter zur Welt. Wenn das Familiennetzwerk der Jugendlichen funktioniert, ist die Chance, mit dem Gesetz in Konflikt zu geraten, eher klein.

Urs Eble, Basel

Ausgabe vom 6. April
«Der FC Basel muss in seine Fans wieder mehr investieren»

Schluss mit dieser Unkultur
#mirsinbasel twittert der FC Basel offiziell. Nein danke! Was während und nach dem Cup-Halbfinal zwischen dem FCB und YB passierte, das ist nicht Basel, sondern unterste Schublade. Skandalös waren vor den Ausschreitungen nach dem Match auch schon die Pyros auf den Tribünen und die

aufs Spielfeld geworfenen WC-Papierrollen. Ohne klare Distanzierung der Clubverantwortlichen von diesen Vorgängen fällt die Unkultur der Pseudofans auch auf den Verein selbst zurück. Doch Worte allein genügen nicht: Wann kommt endlich die aktive Nulltoleranz gegenüber Pyrotechnik und Vermummung bei Fussballanlässen?

Christof Laumont, Basel

Ausgabe vom 8. April
«Sie blockieren fürs Klima den Gotthard – und ernten Wut»

Mutige Aktion am Gotthard
Sich im Osterreiseverkehr vor dem Gotthard-Strassentunnel anzukleben, ist gefährlich. Es braucht Mut, die Blechlawine zu

stoppen und aufgebrachte Autolenker zu ertragen. Immerhin konnte der Verkehr für eine halbe Stunde «beruhigt» werden, die Polizei intervenierte rasch und verhältnismässig. Die symbolische Aktion ist ein wichtiges Zeichen gegen Gleichgültigkeit und Gedankenlosigkeit. Der unreflektierte Umgang mit dem fahrbaren Untersatz – wie auch der erneute Run auf Flugreisen – steht quer zur Notwendigkeit, den CO₂-Ausstoss markant zu reduzieren. Soll das 1,5 Grad-Ziel gerade noch erreicht werden, müssen bis 2030 die Emissionen von Treibhausgasen um 50 Prozent reduziert werden. Die Schweiz mit ihrem hohen Konsum trägt überproportional zur Klimaerwärmung bei. Im Juni folgt die Abstimmung über das

Klimaschutz-Gesetz. Es setzt Leitplanken und Ziele, die bis 2040 zu erreichen sind. Das neue Gesetz bietet Anreize zur Abkehr von fossiler Energie und verlangt Entsprechendes von der Finanzwirtschaft. Freiwilligkeit bringt leider wenig.

Albert Braun, Binningen

Schreiben Sie uns, Ihre Meinung ist uns wichtig

Wir bedanken uns für Ihre Zuschrift und bitten um Verständnis, dass die Redaktion eine Auswahl trifft und Kürzungen ohne Rücksprache vornimmt. Es wird keine Korrespondenz geführt. Für Leserbriefe füllen Sie bitte das Formular auf dieser Webseite aus: www.bazonline.ch/leserbriefe