

Ida Gut zieht es nach Japan.

Die Zürcher Modedesignerin möchte künftig auch Japanerinnen einkleiden.



«Die Zusammenarbeit mit Tomoko Imagawa vom Swiss Business Hub in Tokio erlebte ich als sehr positiv, engagiert, konstruktiv und zuverlässig.»

Ida Gut, Modedesignerin und Bekleidungskonzepterin

Bereits 2006 initiierte die Modedesignerin Ida Gut ihre Japan-Aktivitäten. Der Swiss Business Hub in Tokio sondierte im Markt und vermittelte wertvolle Kontakte.

Ida Gut wurde in der Schweiz 2005 über die Modebranche hinaus bekannt als Schöpferin der Berufsbekleidung für das Verkaufspersonal der Migros. Bereits zuvor hatte die mehrfach preisgekrönte Zürcherin das Personal des Schweizer Pavillons an der Weltausstellung in Hannover 2000 eingekleidet und für die Swissair eine neue Uniform entwickelt. Ihre individuelle Kollektion verkauft die Modeschöpferin im eigenen Atelier-Laden an der Ankerstrasse in Zürich sowie in einer Handvoll ausgewählter Boutiquen in der Schweiz. Das Ausland war in jüngster Zeit kein Thema mehr gewesen.

Dass Gut jetzt gerne auch Japanerinnen einkleiden möchte, habe mit ihrer besonderen Sympathie für Japan und einer gewissen Seelenverwandtschaft mit dem Land der aufgehenden Sonne zu tun, wie sie selbst es nennt. Schliesslich habe auch in Japan die Meisterhaftigkeit im Handwerk einen hohen Stellenwert. Nach einem Besuch von Gut an der von Osec unterstützten Veranstaltung «Blickfang Tokio» kam eine Zusammenarbeit mit dem Business-Netzwerk zustande. Konkret analysierte Tomoko Imagawa vom Swiss Business Hub in Tokio zunächst für Ida Gut die Marktmechanismen der japanischen Modebranche und vermittelte in der Folge Meetings mit Agenten und organisierte Ladenbesuche – von der kleinen Modeboutique bis zum grossen Kaufhaus. Zum tadellosen Service gehörten auch wertvolle Dolmetscherdienste während der Gespräche. Japan soll weiter verfolgt werden, wohl gemeinsam mit einem Agenten vor Ort. So viel steht für Ida Gut fest. Ebenso klar ist für sie aber auch: «Wir werden das Ganze langsam und sorgfältig angehen und viel Geduld benötigen. Japan braucht Zeit. So viel haben wir bereits gelernt», sagt die Modedesignerin.

«Junge Akademikerinnen von Mitte zwanzig bis Ende dreissig sind in Japan sehr modebewusst und eine äusserst interessante Zielgruppe.»

Ida Gut, Modedesignerin und Bekleidungskonzepterin

November 2009