

Die Entscheidungshelfer



Zwei Zürcher eröffnen einen Laden, in dem es bloss vier verschiedene Produkte zu kaufen gibt

Einfach ist gar nicht so einfach. Einfach ist ziemlich schwierig. So viel Info, zu viele Wahlmöglichkeiten. Beispiel Haushaltswaren: Sofern man nicht zu den wenigen gehört, für die ein Glas einfach ein Glas ist und in erster Linie hohl sein muss, sind beim Kauf zu beachten: Dekor. Form. Material. Qualität. Verarbeitung. Preis-Leistung. Es macht es nicht einfacher, dass man zwischen 1000 Dingen wählen kann. Und jedes sagt von sich, es sei gut. Doch welches ist das Beste? Und wie entdeckt man es in der Masse?

Zum Glück gibt es Experten, die sich uns Multi-Options-Gequälten annehmen: Aleli Leal ist Stylistin, und Kaspar Fenkart ist Koch. Zusammen gründeten sie in Zürich die Edition Populaire: Im Laden an der Lagerstrasse können ausgewählte Alltagsgegenstände der je-

Links: Der selber umgebaute Laden an der Lagerstrasse.

Mitte: Kaspar Fenkart und Aleli Leal, die Macher von Edition Populaire.

Rechts: Das Schuhputzset von Redecker ist eines von vier Produkten aus der ersten Edition und kostet 58 Franken.

weils neuesten Edition während zweier Wochen gekauft werden. Danach bleibt der Laden vier Wochen geschlossen und öffnet dann mit einer neuen Edition von drei bis fünf Produkten. Als Summe der einzelnen Editionen soll im Laufe der Zeit ein ganzer Haushalt zusammenkommen oder doch zumindest eine Sammlung schöner, funktionaler Gegenstände.

Die erste Edition: ein Glas. Ein Schuhputzset. Eine Nagelbürste. Ein Wecker. «Nützlich», hätte Grossmutter gesagt. Aber hinter dem vordergründig wenigen steht viel. Viel Sorgfalt. Bei der Präsentation, bei der Auswahl: «Was würden wir kaufen, wenn unser Haus und Besitz abbrennen würde?», fragen sich Aleli Leal und Kaspar Fenkart und spüren nach handwerklich verarbeiteten Produkten aus hochwertigen Materialien, mit klarem Design und fairen Preisen. Sie suchen und finden, wägen ab, verwerfen, ver- und entlieben sich in Dinge. Sie diskutieren viel. Eins führt zum anderen. Ihr Projekt begleitet sie im Alltag, sitzt mit am Frühstückstisch. Aleli und Kaspar kennen die Unterschiede zwischen einem Glas und einem Glas. Was sie ins Sortiment aufnehmen, ist besonders. Nicht billig, aber auch nicht unerschwinglich, etwas für

(fast) alle: die Edition Populaire. «Bei uns zahlt man so viel, wie etwas wert ist», sagt Aleli. Weil sie pro Edition nur wenige Produkte anbieten, können Aleli und Kaspar über jedes umfassend informiert sein und informieren. «Und wir geben den Dingen im Laden genügend Raum, um zu wirken.»

Aber sind wir zur Abgabe der Auswahlkompetenzen denn bereit? Heisst kaufen nicht auch, mit Verschiedenem zu liebäugeln? Wird die Frage der Kunden nicht immer sein: «Gibt es die Gläser auch in Blau, mit Stiel?» Nein, prognostiziert Kaspar Fenkart: «Die Leute werden denken: Das ist schön, das kaufe ich.» Der Laden soll Laden sein. Kein Café, keine Galerie, keine Disco. Nur zur Lancierung der Kollektionen finden Events statt, eingeladen wird per Post. «Und», sagt Kaspar, «an den Sonntagen servieren wir Gonfibrötli.» Zopf und Marmelade werden dann, nach dem Motto der Edition-Populaire-Macher, wohl selbstgemacht oder zumindest sorgfältig ausgewählt sein. *Rebekka Kiesewetter*

Edition Populaire, Lagerstrasse 93, 8004 Zürich, Tel. 043 243 90 92, www.editionpopulaire.ch. Erste Edition vom 14. bis 26. September.

Design

www.schulthess.ch

«Genau mein Stil.»

Endlich eine Waschmaschine,
die meine Gewohnheiten
kennt – mit myTop5.

– Fiona Hefti –



Die neue Schulthess Spirit eMotion 7040i:

- Erste 20°C-Taste für Buntwäsche
- Express-Programme für alle Temperaturen
- sanaPlus-Programm für Allergiker
- myTop5-Taste – merkt sich Ihre Waschgewohnheiten
- Schmutzsensoren

Schweizer Qualität in ihrem Fachhandel.

SCHULTHESS
Wäschepflege mit Kompetenz

MARTI & PARTNER

Swissmade