



Evelyn Huber (stehend), Ramona Keller: «Bei uns verkehren keine Luxusweibchen»

## Viel zeigen, aber nichts entblößen

Zwei stilsichere Dessous-Macherinnen ziehen die Fäden beim Label Lyn

VON SILVIA AESCHBACH (TEXT)  
UND SASKJA ROSSET (FOTO)

Es war eine schwierige Geburt. Lynmay sollte die erste Kollektion verspielter französischer Wäsche heissen. Visitenkarten wurden gedruckt, Presseunterlagen entworfen. Und dann stellte sich heraus: Den Namen gab es bereits. Als bekannte Figur in einem einschlägigen Genre. «Das war eine böse Überraschung», erinnert sich Evelyn Huber. «Also begannen wir von vorn.» Und aus Lynmay wurde Lyn.

Evelyn Huber, 25, und Ramona Keller, 27, beide studierte Modedesignerinnen, kreieren zweimal pro Jahr eine Dessouskollektion, lassen sie in der Schweiz produzieren und verkaufen sie im eigenen Geschäft in Zürich. Damit sind sie einzigartig. Denn der Beruf der Dessousnäherinnen, früher auch Weissnäherinnen genannt, ist praktisch ausgestorben. Natürlich produzieren die beiden nicht in riesigen Mengen. Aber sie haben sich in den letzten vier Jahren, seit der Gründung des Labels, eine stetig wachsende Kundschaft aufgebaut.

### Männer kennen oft die Grösse ihrer Liebsten nicht

Was 2006 in einem kleinen Atelier begann, ist immer noch ein Geheimtipp. Die Käuferinnen von Lyn Lingerie sind zwischen 25 und 70 Jahre alt. Viele müssen auf ein Dessous sparen, denn die handgefertigte Wäsche ist nicht billig. «Bei uns verkehren keine Luxusweibchen, sondern Frauen, die sich selber eine Freude machen wollen», sagt Huber. Und diese Freude hat ihren Preis: Für einen BH zahlt man um die 250 Franken, Slips, Pantys und Strings kosten zwischen 75 und 105 Franken. Die Jungen kaufen von der Stange. Ältere Frauen lassen sich gern ein Modell an den Körper anpassen», so Keller. Und dann

gibt es noch die Frauen, die nach einer Brustkrebsoperation spezielle Wäsche suchen. Dies und die Tatsache, dass die verwendeten Stoffe von Schweizer Lieferanten stammen und im Atelier handgenäht werden, scheinen erfolgreiche Verkaufsargumente zu sein. Und der Erfolg spornt die beiden Jungunternehmerinnen an: Ihre Modelle werden inzwischen an Modeschauen und in Magazinen gezeigt.

Im Verkaufsraum von Lyn dominieren sanfte Farben, die mit der Lingerie harmonieren. Alles wirkt leicht, luftig und vor allem

sehr weiblich. Verirrt sich auch mal ein Mann in dieses Paradies aus Satin und Seide, Schleifen und Spitzen? «Aber sicher», sagt Ramona Keller, «aber 99 Prozent der Männer, die etwas kaufen wollen, kennen die Grösse ihrer Liebsten nicht. Und sind dann leicht überfordert.» Ein Gutschein ist dann oft die Lösung des Problems.

Im hinteren Teil des Ladens liegt das Atelier, das von einem Holztisch und einem Glasschrank dominiert wird, der prall mit Zeitschriften, Lookbooks, Schnittordnern und Stoffboxen gefüllt ist. Und natürlich sind da auch Näh-

und Stickmaschinen und eine lebensgrosse Büste zu finden. Hier ist quasi die Zentrale, das Herz von Lyn Lingerie.

Woher nehmen die beiden Jungdesignerinnen ihre Inspiration? Beide lieben die Handarbeit, das Detailorientierte und natürlich die Selbstständigkeit. Evelyn Huber ist klar die Verspieltere von beiden. Ihr liegt der französische Froufrou am Herzen. Sie liebt alles, was süss und elegant ist. «Wenn ich ein Macaron sehe, kommen mir die besten Ideen.» Ramona Keller ist die perfekte Ergänzung. Die gelernte Buchhändlerin liebt gradlinige Schnitte und klare Formen. Bei der Frage ihres Lieblingsmodells sind sich die Designerinnen allerdings einig: «Wir würden lieber für Kate Winslet als für Pamela Anderson entwerfen.»

### Unterschwellige Sexualität der Fifties als Inspiration

Allzu platte Erotik lehnen die beiden Jungunternehmerinnen ab. «Unsere Wäsche soll verführen und Fantasien wecken, aber nicht alles preisgeben», lautet ihr Credo. Vielleicht erinnern darum viele Modelle von Lyn an die 50er-Jahre und die unterschwellige Sexualität, wie sie auch heute in der Mode wieder aktuell ist.

Apropos Mode. Im Gegensatz zu den Trends auf dem Laufsteg gibt es bei Dessous keine wirklichen modischen Tendenzen. Ausser vielleicht, dass die Dessous wieder verspielter geworden sind und der String vom Slip abgelöst wurde. Das Spektrum ist zu klein. Ein Dessoussortiment ist beschränkt auf BHs, Leibchen, Slips und Nachtwäsche.

Wie soll es mit dem jungen Label weitergehen? «Wir arbeiten täglich an der Entwicklung unserer Designs», sagt Evelyn Huber. Da wäre auch noch dieser Traum von einer grossen Modeschau in Paris. Aber der hat noch Zeit. Viel Zeit.

[www.lynlingerie.ch](http://www.lynlingerie.ch)



### Migros und Coop: In Sachen Unterwäsche ganz oben

Marktführer in Sachen Unterwäsche-Verkauf in der Schweiz sind Migros und Coop. Mit ihren eigenen Shops spielen auch Beldona, Calida und Perosa eine führende Rolle. Die Labels Isa Swissline und Zimmerli of Switzerland sind die einzigen Schweizer Labels, die ausschliesslich in der Schweiz produziert werden. Vor allem Zimmerli hat sich mit seiner neuen Kampagne und dem Aushängeschild Sarina Arnold verjüngt und gilt heute als trendige Marke. Hanro of Switzerland, einstmalig in Schweizer Besitz, ist heute in österreichischer Hand.

THOMAS HAEMMERLI

### Die Salomitaktik der Umerzieher



Die EU, so las ich jüngst, werde den Kampf gegen Raucher verstärken und noch mehr unternehmen, um ihnen das Leben schwer zu machen. Zigi dürften nicht mehr offen angeboten werden, keinen Markennamen mehr tragen, sondern nur noch Bilder mit geteerten Lungen und andere Mei!Mei!-das-passiert-falls-du-weiter-rauchst-Schockbilder. Die Schweiz, las ich weiter, werde wohl nachziehen. Das zeigt, wie verlogen die Beteuerungen waren, Rauchverbote schützten lediglich die zartrosa Lungen bemitleidenswerter Nichtraucher. Ich sage das als einer, der seit vielen Jahren nicht mehr raucht und Nikotinabhängigkeit zu den erbärmlichsten Süchten rechnet. Ich weiss aber auch, dass jede Handbreit Freiheit, die man den Umerziehungsfanatikern preisgibt, noch mehr Verbote nach sich zieht.

So polemisierte ich hier vor geraumer Zeit gegen das vom Bund vorgeschlagene Velohelm-Obligatorium. Weil der Helm grauenhaft aussieht und – im Gegensatz zu den Propagandamärchen – kaum etwas nützt. Nun verlangen die Verkehrsbürokraten clever ein Helmobligatorium nur bis zum Alter von 14 Jahren. Jeder, der seine Tassen im Schrank hat, weiss, sind erst einmal die Kids unters Joch gezwungen, verbieten Verkehrskommissare auch für alle anderen helmfreies Radeln. Deshalb ist der blumig «Via sicura» betitelte Verbotskatalog zu bekämpfen. Soll Velohelm tragen, wer will, als aufgezwungener ist er – à la Gesslerhut – ein Unterwerfungssymbol schafgewordener Bürger unter die Allmachtsfantasien einer wild gewordenen Obrigkeit. Mehr auf: [www.haem.ch](http://www.haem.ch)

ANZEIGE

fashion meets function

**Kandahar CLASSIC**

COMFORT AND EMOTIONS IN SHOES

HANDMADE IN SWITZERLAND  
[kandahar.com](http://kandahar.com)