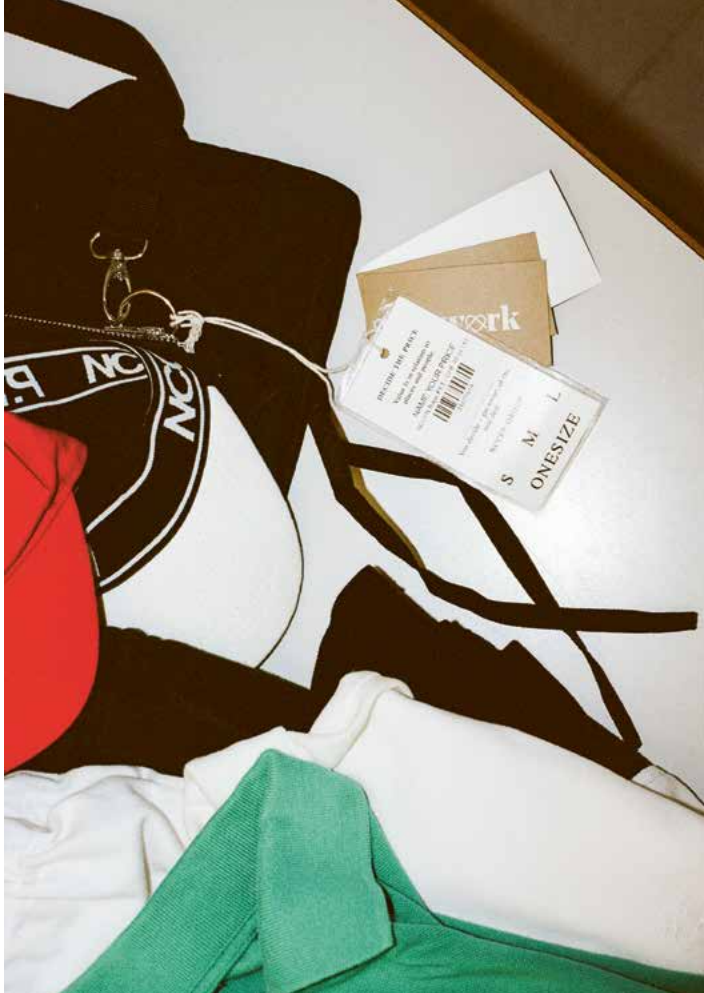


Handel-Story #01

Modern Bazaar

Nachhaltig bis zirkulär, modern, aber traditionsbewusst:
Im Handelsbereich des Kaiserhauses entsteht mehr
als nur ein Ort zum Einkaufen. Evelyne Roth und Michel Hueter
von Kaiserhaus Good Bee sprachen mit uns vor der
Eröffnung über die Zukunft des Einkaufens und die Vorzüge
eines Basars.



«Retail ist tot. Es lebe der Retail», erklären Modedesignerin Evelyne Roth und Kommunikator Michel Hueter gleich zu Beginn des Gesprächs den Ansatz von Kaiserhaus Good Bee. Der Handelsbereich schafft ein Schaufenster für Pioniermarken, Start-ups und Manufakturen, die zirkuläre Ansätze pflegen und leben.

In diesem Umfeld sollen auch die Besuchenden ermächtigt werden, ihre Rolle als bloss Konsumierende zu verlassen und gemeinsam mit den Produzierenden neue Arten des Tauschens, Austauschens und Mitgestaltens zu finden.

Innerhalb des Shop-Clusters erhalten etablierte Labels, aber auch Start-ups die Möglichkeit, ihre Produkte auszustellen. Denn viele ökologisch und sozial verantwortungsvoll agierende Marken sind Kleinunternehmen, die sich die Präsenz an prominenter Lage nicht leisten können.

Im ersten Stock befinden sich das Atelier und die Manufakturen. Hier wird repariert, upcycelt, produziert und in Workshops Wissen vermittelt. Vieles darf und soll im Dialog mit den Kundinnen und Kunden und aus dem Alltag heraus entstehen – zum Beispiel auf der grossen, offenen Fläche im Erdgeschoss.

Im Interview mit Evelyne Roth und Michel Hueter werfen wir einen Blick ins bunte Angebot im Kaiserhaus Good Bee – und sprechen mit ihnen über Visionen, Illusionen und Herausforderungen eines zukunftsfähigen Handels.

Im Bild: NCCFN

Das junge Berner Modelabel NCCFN wurde 2018 von der Designerin Nina Jaun mitgegründet und sieht sich als kritische Intervention im System der Überproduktionen. Das bedeutet: Das Netzwerk arbeitet jeweils einmalig mit überproduzierenden Firmen zusammen und setzt diesen durch die Kollaboration auf eine smarte Art einen Spiegel vor.

nccfn.group



Nina Jaun im NCCFN Atelier in Bümpliz.



NCCFN Workshop, IDM Thun.





Handel

Was genau erwartet uns im Handelsbereich des Kaiserhauses?

ER: Ein offener, zugänglicher, lustvoller Ort für alle. Wer reinkommt, wird mit einem Tee begrüßt. Man entdeckt hier Neues, kann Leuten über die Schulter schauen, sich mit Herstellenden austauschen oder selbst aktiv werden. Ein bisschen wie auf einem modernen Basar, mitten in der Berner Innenstadt.

MH: Wir bieten eine Bühne für Zirkularität und Manufaktur. Diese können nicht nur die Produzierenden, sondern auch die Konsumierenden mitgestalten. Bei der Zirkularität geht es nämlich immer auch darum, auf Augenhöhe mit der Kundschaft zu sein und sie nicht als reine Konsumentinnen und Konsumenten zu betrachten.

Reparieren, wiederverwerten, weiterverkaufen: Viele dieser Ansätze klingen eher nach Vergangenheit als nach Zukunft. Schreckt das nicht viele ab?

ER: Ich glaube, dass man Zukunft nur auf Erfahrungswerten aufbauen kann. Die Beschleunigung der vergangenen Jahrzehnte hat zu einem unglaublichen Warenverschleiss geführt und dafür gesorgt, dass wir den Bezug zum Wert der Dinge um uns herum immer mehr verlieren. Zirkularität baut darauf auf, diese Werte wieder erfahrbar zu machen. Zum Beispiel indem wir sie pflegen, reparieren oder auch selbst wieder in den Kreislauf zurückführen – letzteres wird ja auch ausgelagert. Wir möchten diesen Bezug und diese Beziehung zu den Dingen wiederherstellen und aufrecht erhalten. Das ist nichts, was man erfinden, sondern wiederentdecken muss.

Bislang ist Zirkularität oft ein Downgrade. Wird sich das ändern?

MH: Zirkularität ist an und für sich keine neue Idee, unsere Vorfahren haben kaum etwas weggeworfen. Der heutige Ansatz handelt aber aus dem Verständnis eines zukunftsfähigen Wirtschaftsmodells heraus und will Ressourcennutzung, Umwelt und Mensch gewinnbringend in Einklang bringen. Die Kreislaufwirtschaft ist derzeit erst im Aufbau. Daher ist vieles ein Ausprobieren ...

Finden sich gute Beispiele in der Schweiz?

MH: Die Firma ENGA aus Biel stellt aus dem Kunststoffsammelsack Interior Produkte her. Produktions- und Materialtechniken führen bei ihnen wirklich zu neuen Produkten, die mit einer Wertsteigerung des Materials einhergehen. Mover aus Lausanne macht kunststofffreie Outdoorbekleidung – auch sie werden unter dem Dach des Kaiserhauses neue Erfahrungen sammeln. Wir brauchen mehr solcher Projekte, um unseren Horizont zu erweitern und Aspekte von Zirkularität zu entdecken, die über einfaches Recycling hinausgehen.

Welche Rolle spielt die Regionalität im zirkulären Handel?

ER: Wir leben in einer derart global vernetzten Welt, dass wir als Produzierende praktisch nie ganz lokal agieren können. Vor allem in der Schweiz. Regionalität kann uns aber dabei helfen, zu verstehen, wie etwas überhaupt entsteht oder uns selbst als Stakeholder zu sehen, wenn wir einkaufen. Der Brand Rework macht zum Beispiel seit Jahren vor, dass man mit alter Kleidung eine neue Marke aufbauen kann. Ihre Produktion findet momentan in Indien statt. Das Atelier mit Produktion ist dort direkt an ein Altkleidersortierwerk angebaut. Nun wird ein Teil davon ins Kaiserhaus gebracht und erprobt, was es bedeutet, wenn man diese Arbeit hier vor Ort macht.

Inwiefern spielen bei euch Handelsformen jenseits von «Geld gegen Ware» eine Rolle?

ER: Labels und Firmen wie NCCFN gehen durch ihr flexibles Pricing immer aktiv in die Diskussion mit den Kaufenden. Das Preisschild variiert zum Beispiel von 60 bis 180 Franken. Hier startet das Gespräch: Was bezahle ich, was nicht? Was deckt mein Preis ab?

MH: Auch Tauschsituationen oder gemeinsame Investments interessieren uns sehr – vieles möchten wir gerne ausprobieren und miteinander erschaffen. Wir starten nicht als pfannenfertiges Projekt im April, sondern vieles wird gemeinsam entwickelt.

Geplant sind auch Events und Workshops.**Was wird dort diskutiert und vermittelt?**

ER: Manche Formate richten sich eher an ein professionelles, andere an ein breites Publikum. So sind zum Beispiel Sneaker-Refurbishing-Workshops geplant, in denen man lernt, seine Turnschuhe zu reparieren, aufzufrischen und zu putzen. Im Rahmen unserer Keramikmanufaktur wird die Reparaturtechnik Kintsugi in Veranstaltungen gelehrt werden. Vielen Produzierenden kann man hier zudem bei der Arbeit über die Schultern schauen, zum Beispiel einer Genfer Uhrenmanufaktur. Ähnlich wie auf einem Basar, wo es Darbietungen gibt, aber man auch den Leuten bei der Arbeit zusehen darf. Der Basar gilt uns sowieso oft als Vorbild.

Ihr habt beide in der Luxus- und Modebranche gearbeitet. Kann Mode jemals nachhaltig sein und sich trotzdem rentieren?

ER: Ich glaube schon. Für mich geht es dabei immer um das Mengenthema. Man braucht eine bestimmte Menge, um auswählen zu können und Trends abzudecken – Stil, Ausdruck und Kultur. Die heutige Fast Fashion hat für mich wenig mit einer solchen Kultur zu tun. Der Vergleich zwischen Fast Food und guter Gastronomie scheint mir hier recht passend. Schliesslich geht es bei beidem um Lust, Geschmack und Stil. Mode sollte darum auch weiterhin verspielt, ausgefallen und trendy sein dürfen und nicht beim Basic Shirt stehenbleiben.

Ist Nachhaltigkeit der neue Luxus?

MH: Das ist ein wunder Punkt. Unser Bestreben liegt sicher darin, dass Nachhaltigkeit erschwinglich bleibt oder wird. Um auf den Preis Einfluss zu nehmen, müssen aber nachhaltige Ideen skaliert werden oder es muss ein Umdenken in grossen Firmen geschehen. Je mehr Menschen mitmachen, desto höher ist die Zugänglichkeit.

ER: Da wir immer weniger Bezug zum Preis der Dinge haben, fühlen wir uns oft hintergangen, wenn wir mehr als den günstigsten Marktpreis bezahlen. Ich komme hier zurück zum Bild des Basars: Dort wird der Preis anhand der Qualität, unseres Kaufverhaltens und persönlicher Voraussetzungen miteinander ausgehandelt, bis es zum Abschluss kommt.

Auf dem Basar hat Handel viel mit gegenseitigem Vertrauen zu tun. Leistet ihr hier Vertrauensarbeit?

ER: Genau. Wir müssen das Handeln wieder erlernen. Es geht nicht um den tiefsten Preis, sondern um einen fairen Deal für beide Seiten. So werden bleibende Werte geschaffen – für die Gesellschaft und das Produkt. Das klingt heute alles super ideologisch. Dieses System funktionierte aber über Jahrhunderte hinweg ziemlich gut.

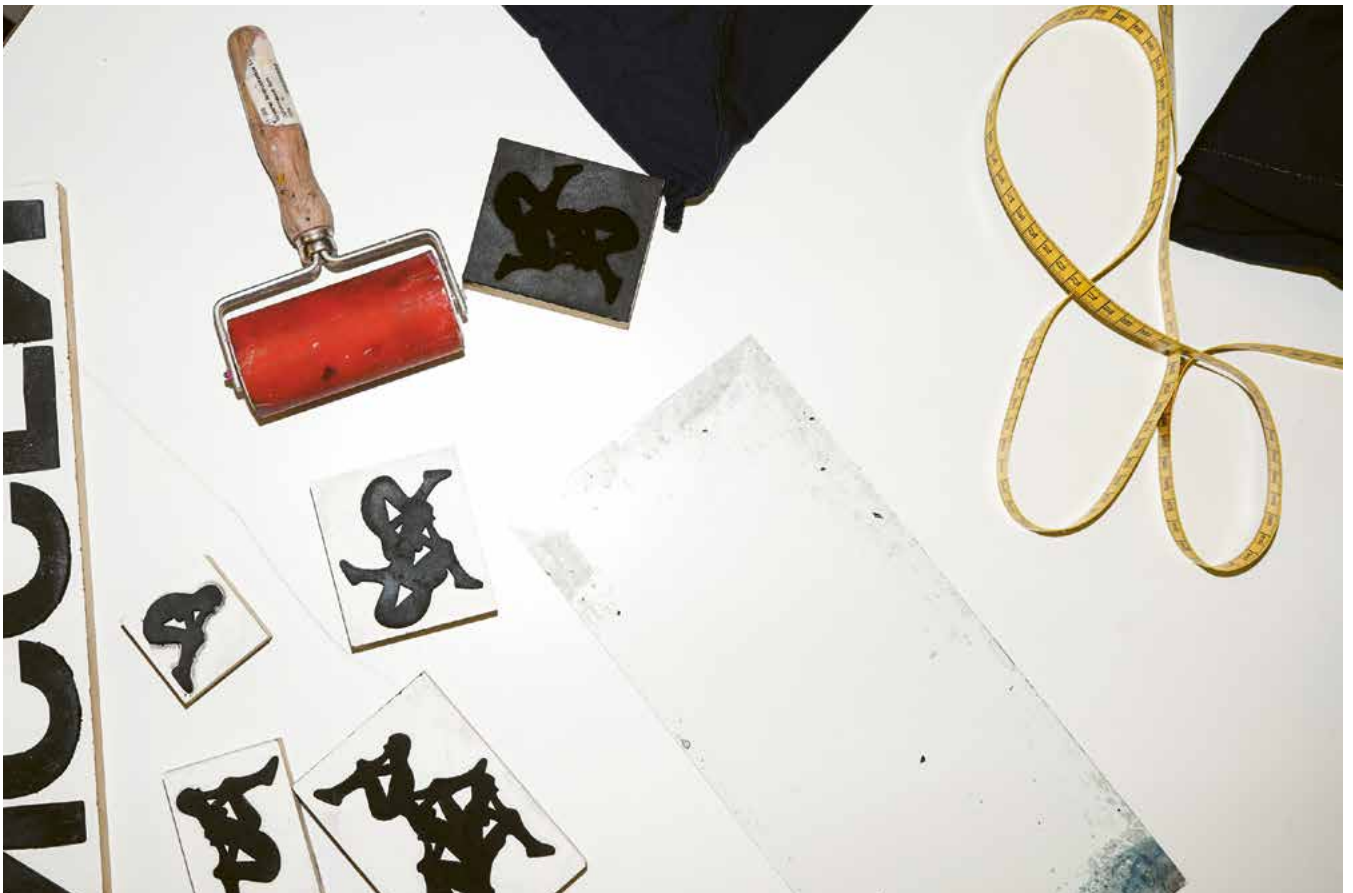
Handel im Kaiserhaus

In den Geschäften des Kaiserhauses entsteht ein Ort für zukunftsfähigen Handel. Hier wird eingekauft, ausprobiert, getauscht, repariert, überdacht und weiterentwickelt.

Atelier & Manufaktur: Das Praxis-, Forschungs- und Lernlabor: Hier entstehen Dinge von Dauer. Wir reparieren, upcyclen, produzieren – vor Ort und sichtbar für andere.

Kiosk & Shop: Lebendig wie ein Basar, sorgfältig kuratiert wie eine Ausstellung. Pioniermarken finden sich hier neben jungen Start-ups, Schönes neben Praktischem.

Events & Pop-ups: Mal Ausstellung, mal Workshop, mal Markt: Dieser Raum verändert sich mit den Ideen, die hineingetragen werden.







Handel





KH_Handel01_00004457



KH_Handel01_00007601



KH_Handel01_00007604



KH_Handel01_00007605



KH_Handel01_00007611



KH_Handel01_00007626



KH_Handel01_00007629



KH_Handel01_75980023



KH_Handel01_75980024



KH_Handel01_75980002



KH_Handel01_75980003



KH_Handel01_75980006



KH_Handel01_75980008



KH_Handel01_75980013



KH_Handel01_75980027



KH_Handel01_75980032



KH_Handel01_75980033



KH_Handel01_76130005



KH_Handel01_76130008



KH_Handel01_76130009



KH_Handel01_76130013



KH_Handel01_76130014



KH_Handel01_76130015



KH_Handel01_76130019



KH_Handel01_76150017



KH_Handel01_76170006



KH_Handel01_76170013



KH_Handel01_76170016



KH_Handel01_76170018



KH_Handel01_76170019



KH_Handel01_76170020



KH_Handel01_76170021



KH_Handel01_76170022



KH_Handel01_76170024



KH_Handel01_76170025



KH_Handel01_76170026



KH_Handel01_76170035



KH_Handel01_76190005



KH_Handel01_76190011



KH_Handel01_76190012



KH_Handel01_76190014



KH_Handel01_76190023



KH_Handel01_76190033



KH_Handel01_76190034



KH_Handel01_76210008



KH_Handel01_76210012



KH_Handel01_76210017



KH_Handel01_76210018

Das Kaiserhaus Bern – lokal, lebendig und offen für alle

Die Geschichte des Kaiserhauses an der Berner Marktgasse reicht bis ins 19. Jahrhundert zurück. Sechs Jahre lang wurden die denkmalgeschützten Gebäude rund um den Innenhof umfassend saniert, umgebaut und aufgewertet.

Ab dem 10. April 2026 erwartet die Besuchenden hier ein Zusammenspiel aus zukunftsorientiertem Handel, zeitgemässer Gastronomie und inspirierenden Erlebnissen. Neben dem Moneyverse, einem Erlebnis- und Lernort rund um das Thema Geld, beherbergt das Kaiserhaus lokale Geschäfte, Manufakturen, eine Café-Bar im Hof, den Kaiser Deli und die Brasserie Kaiser. So werden die historischen Mauern zu einem neuen, lebendigen Begegnungsort im Zentrum von Bern.

www.kaiserhaus.ch

Kaiserhaus Handel Story #01
Modern Bazaar

Text

Rainer Brenner

Fotografie

Joëlle Lehmann

Konzept und Design

sofies Kommunikationsdesign
Hella Studio Creative Services

Bild- und Textpool

www.kaiserhaus.ch/medien

Mediananfragen Kaiserhaus

media@kaiserhaus.ch

Kaiserhaus Bern

Marktgasse 37—41,
CH—3011 Bern
www.kaiserhaus.ch

Copyright © 2025 Kaiserhaus
Alle Rechte vorbehalten.