

Die Bekleidungsindustrie setzt zunehmend auch auf Übergrößen

Modisch und mollig ist kein Widerspruch

VON FLORIAN BÜTTNER

Sie ist ohne Zweifel eine pralle Persönlichkeit: Andrea Göpel, bekannt durch RTL-Sendungen wie „Upps – die Pannenshow“, entspricht so gar nicht dem Klischee der gertenschlanke TV-Moderatorin. Im Gegenteil: Die 38-Jährige wirkt ziemlich bildschirmfüllend.

Seit einem Jahr flimmert die üppige Ulknudel nicht nur über die Mattscheibe, sondern strahlt auch von zahlreichen Plakaten. Denn Göpel ist das neue Gesicht der XL-Kollektion von C&A – und als solches auch in der Nürnberger Filiale stets präsent. Damit verkauft die Entertainerin dralenden Damen nicht nur eine Marke. Sondern auch ein neues Selbstbewusstsein. Ihr Credo: Modisch und mollig – das ist kein Widerspruch.

XL – zwei mannshohe Lettern mitten im Raum verkünden selbstbewusst, welche Größen hier verkauft werden. Für einen normalen Werktag herrscht in der Damenabteilung der Nürnberger C&A-Filiale ziemlicher Andrang: „Die Kollektion kommt gut an“, sagt eine Verkäuferin, „die Kunden sind glücklich, dass sie trotz ihrer rundenlichen Figur schöne Kleidung finden.“

Das Angebot umfasst Größen von 44–60. Mode im Marine-Look, Türkis- oder Schwarz-Weiß-Töne liegen diesen Sommer im Trend. Einen Stock höher macht Rainer Hunold in voller Lebensgröße auf „dicke Hose“. Als Pendant von Andrea Göpel wirbt der stämmige Schauspieler für die Herren



Andrea Göpel, bekannt aus RTL-Serien wie „Upps – die Pannenshow“, macht bei C&A Werbung für XL-Konfektion (links). Auch auf den Laufstegen von Modemetropolen sind Übergrößen ein Thema, wie hier in Rom (rechts). Fotos: C&A, rtr



Leben im Großformat

XL-Shops, die sich bundesweit in 330 C&A-Kaufhäusern finden.

Speziell „Splitting“-Anzüge, bei denen Hosen und Sakkos einzeln kombinierbar sind, dürften für Männer mit ausladenden Proportionen praktisch sein. Für die Herren der Schöpfung gelten allerdings andere Dimensionen. Da reichen zwei Buchstaben nicht aus. Größe XXXXXXXL verrät das Schild an einem T-Shirt. „Diese Abteilung läuft sehr erfolgreich und entwickelt sich von Jahr zu Jahr weiter“, sagt C&A-Sales-Manager Wolfgang Hanning.

Ohne Zweifel: Die Modeindustrie hat eine neue, zahlungskräftige Käuferschicht entdeckt. Und der Bedarf an XL-Mode sei zweifellos da, sagt Manfred Gawlas, Pressesprecher des Quelle-Unternehmens mit Sitz in Fürth. Er bezieht sich dabei auf Angaben des Hohensteiner Instituts, das regelmäßig im Auftrag der Bekleidungsindustrie die Bevölkerung vermisst. „Seit Jahren werden die Menschen größer und breiter.“ Um Übergrößen überzeugend zu präsentieren, braucht es allerdings Werbe-Träger, die diese Kleidung entsprechend aus-

füllen. Im Gegensatz zu ihren weiblichen Kollegen seien mollige Männer in der Branche jedoch eine Ausnahmeerscheinung, sagt Gawlas. Aus diesem Grund rief das Versandhaus Quelle in einem bundesweiten Casting erst kürzlich zur Wahl des „Mister XXL“ auf – und kürte einen Erlanger mit Konfektionsgröße 56/58 zum Gewinner.

„Dicke müssen nicht in Sack und Asche gehen“

„Auch Dicke müssen nicht in Sack und Asche gehen!“, heißt es selbstbewusst im „Dicke-Forum“, einer Internet-Plattform für Übergewichtige. Voll und ganz das modische Motto von Claudia, Mitglied besagten Forums. Obwohl sie keine Figur hat, die „von der Stange“ ist, legt die Frau aus dem Raum Nürnberg viel Wert auf schicke Kleidung. Weil Claudia jedoch nicht nur mehr als der Durchschnitt wiegt, sondern mit 1,80 Metern auch ziemlich groß ist, gestaltet sich der Kleiderkauf in „normalen“ XL-Abteilungen für sie kompliziert. Fündig wird sie oft bei Ulla Popkin, ein auch in Nürnberg vertretenes Unternehmen, dessen Kollektionen speziell auf Kundinnen im oberen Größenbereich ausgerichtet sind. Kleidung von Konfektionsgröße 42 an auf-

wärts bietet das Modehaus an – weshalb Hungerhaken dort nicht anzutreffen sind. Das schaffe eine angenehme Atmosphäre, sagt Claudia. „Man fühlt sich dort ganz unter sich.“

Ob Versandhändler oder Boutique: Grundsätzlich hat die Bekleidungsbranche ihr Angebot in den letzten Jahren zunehmend auch auf fülligere Formen ausgeweitet, was den Einkauf erleichtert. „Eine kleine Einschränkung im Vergleich zu Normalgewichtigen wird es aber immer geben“, sagt Claudia. Stehen spezielle Anlässe wie eine Hochzeit an, bleibt oft nur die teure Maßanfertigung – oder Frau greift selbst zur Nadel.

Bei ausgefallenen Wünschen hilft aber nicht einmal mehr das: So sucht ein User des „Dicke-Forums“ derzeit verzweifelt nach einem Taucheranzug.



„Meine Größe“ nennt sich die Mode für Mollige aus dem Hause Quelle. Foto: Kaufmann

Auf Rollen die Sonne genießen



Endlich hat sich das Wetter dem Kalender angepasst, für alle Freiluft-Fans eine wunderbare Gelegenheit, die Inline-Skates vom Dachboden herunterzuholen und zusammen mit dem Wauwau zu

einer Spazierfahrt am Dutzendteich aufzubrechen. Das Rollvergnügen auf Skates hat sich schon längst vom Modetrend zu einer ernstzunehmenden Bewegungsform gemauert. Foto: Niklas

Nicht nur bei der „Süddeutschen“

Magazin liegt im Trend

„Wer von Ihnen hat heute die Seite-3-Reportage in der Süddeutschen Zeitung gelesen?“ Dominik Wichmann, Chefredakteur des SZ-Magazins, schaut in die Runde. Obwohl er das Resultat schon erwartet hatte, ist er ein bisschen enttäuscht, dass sich nicht ein einziger Finger in die Höhe streckt. Die jungen Leute in der Aula der Kunstakademie in der Bingstraße, die meisten von ihnen angehende Grafik-Designer, lesen eben etwas anderes, wenn überhaupt.

Für Wichmann ist das Ergebnis symptomatisch für die Situation der Printmedien im Zeitalter des Internets. Denn diese müssen sich wandeln, lautet einer seiner Kernthesen. Schließlich war die Süddeutsche Zeitung vor Jahren führend, als sie die Seite drei für große Hintergrund-Reportagen bereitstellte.

Doch nichts ist so alt wieder Trend von gestern, und das gilt vor allem für den Magazin-Journalismus. Aber der ist wieder im Kommen. Das SZ-Magazin, lange Zeit einziger Überlebender im Supplementbereich großer Tageszeitungen, erhält wieder Mitstreiter. „Die Zeit“ hat ihr Magazin auferstehen lassen und laut Wichmann wird die Frankfurter Allgemeine Zeitung „in voraussichtlich vier Wochen“ ebenfalls ihrer Printausgabe wieder ein Magazin beilegen.

Obwohl sich diese Titel nicht am Kiosk bewähren müssen, entscheidet das Titelbild maßgeblich über den

Erfolg einer Ausgabe, berichtet der erfahrene Blattmacher, der seit 2005 alleiniger Chefredakteur des SZ-Magazins ist. Denn der Leser entscheidet anhand des Titelbildes, ob er das Heft aufschlägt und liest oder nicht. Deswegen möchte ihn die Redaktion immer wieder aufs Neue überraschen, sagt Wichmann.

Mal gelingt das besser, manchmal schlechter, manchmal hat sich die Redaktion in ein Titelbild verliebt, das aber den Leser kalt lässt, mal ist es umgekehrt: Wichmann vermittelte Einblicke in die Mechanismen eines erfolgreichen Produkts. 1,2 Millionen Leser greifen nach seinen Angaben regelmäßig zu dem Magazin. „Würden es nur 1,1 Millionen sein, würde ich den Vortrag hier nicht halten, sondern mein Nachfolger“, erzählt er selbstbewusst und macht klar, dass bei allen Heftkonzepten immer die kaufmännische Komponente mitschwingt.

Das hindert die Redaktion aber nicht daran, „sich gerade wieder einmal neu zu erfinden“, meint. Durch das Internet steige das Bedürfnis nach Orten, die Orientierung bieten. Das SZ-Magazin soll ein solcher Ort sein. Petra Nossek-Bock

Mehr über aktuelle Trends in den Medien und die Redaktion der Nürnberger Zeitung erfahren Sie in dem Blog Marienstraße 9 im Internet: <http://blog.nz-online.de/marienstrasse/>

Partys am Wochenende

Viele Geister, aber keiner davon ist heilig

Pfingsten ist das Fest des Heiligen Geistes – in der Metropolregion aber weht vor allem ein Geist, der des Erlanger Berges. Seine Kraft reicht bis nach Nürnberg, wer sich dem Bann entziehen kann, rettet sich beispielsweise heute in die Desi, wo die „Russophobie“ tobt: Da pusten die „Global Shtetl Band“ und ihre artverwandten Kollegen den Gästen die Ohren frei, dass mancher russische Sounameister mit seinem Brutal-Aufguss blass daneben aussieht.

Wer den Geist des Geldes schätzt, kann sämtliche Logo- und Label-Wear aus dem Schrank holen und sich auf ins Mach 1 machen: Dort wird zur „Royal Club Night“ geladen, geh bisschen, an House, Party und Black hamma im Angebot, a bisserl Funk geht allerweil.

Am Samstag kommen die Geister der Vergangenheit: Im Zoom-Club schmeißt sich Marusha ins Partyleben – eine der wenigen Nürnberger, die es außerhalb dieser schönen Stadt zu einer Ikone der hippen Szene

Runter vom Sofa!

gebracht hat. Sie gibt ihr Bestes am Plattenteller und will an diesem Abend zeigen, dass ihr auch Popmusik liegt.

Klassische Vernebelung des Geistes ist im Hirsch möglich: Bei 1-2-3 Hirsch ist alles drin: Party, Elektro – und billigerer Eintritt. Dann kommen noch billigeres Bier und billigerer Jägermeister dazu, mancher braucht nicht mehr zum Glückchsein.

Wem Marusha schon damals zu hart war, aber trotzdem die Geister des Gewesenen beschwören möchte, kann sich ins Parkcafé begeben. Dort ist 80er Park angesagt, bei dem alle, die die erste Knie-OP und die ersten Moorpackungen schon hinter sich haben, den jungen Dingen mal zeigen, dass mit 30 das Leben nicht vorbei ist – auch wenn es nach durchtanzter Nacht aufs Kirschkerneknissen aus der Mikrowelle geht.

Da Feiertag ist (der mit dem Heiligen Geist), kann auch am Sonntag noch gefeiert werden: Wer sich etwas schlapp fühlt, mag es dennoch zu Mr. Lazyman in den Nano Club schaffen. Der lädt mit seinem Freunden zu Jungle, D'n'B und einer Prise Dancehall. Und wer dann den Geist der Kultur wiederentdeckt, geht in den Kunstverein im Z-Bau, wo die lange Muttertags-Liedermachernacht herrscht. Dort tritt unter anderem unser wunderbarer Zeichner Gymmik auf, begleitet wird er beispielsweise vom Erfurter Klappstuhlrocker „Onkel Hanke“. Das sind dann die Geister der Zukunft. isi

In wenigen Worten

Reise in die Vergangenheit

Unter der Leitung einer Patrizierin können sich Kinder zwischen sechs und zehn Jahren am Donnerstag, 15. Mai, von 12–16 Uhr auf eine Reise in die Vergangenheit Nürnbergs begeben. Treffpunkt ist am Schönen Brunnen. Anmeldung im Kinder- und Jugendhaus „Alf“ unter ☎ 83 43 31. Bei Regen fällt der Rundgang aus.

Jahrestag der Bücherverbrennung

An den 75. Jahrestag der Bücherverbrennung erinnert am Samstag, 10. Mai, um 19.30 Uhr der Schriftsteller Gerd Berghofer mit einer Lesung im Doku-Zentrum, Bayernstraße 110. Karten sind vorab an der Kasse des Doku-Zentrums erhältlich oder können unter ☎ 231-56 66 reserviert werden.

Goldene Äpfel

Die Ausstellung „Die goldenen Äpfel in Nürnbergs Hesperidengärten“ ist am Samstag, 10. Mai, von 13–16 Uhr im Gartenhaus des Barockgartens, Johannisstraße 13, geöffnet. Das Gartenbauamt zeigt Wissenswertes zu Nürnbergs Gartengeschichte.

Nürnberg **plus**

Telefon: (09 11) 2351-2026
Fax: (09 11) 2351-2000
E-Mail: nz-plus@pressenetz.de