

MODEERSCHEINUNG



Birkenstocks bald teurer, aber noch cooler?

VON JENNIFER WIEBKING

Man muss weit vorne in den Geschichtsbüchern der Mode blättern, aber dort findet man sie: Spuren von in Deutschland aufgewachsenen Menschen, die mit Unternehmen später woanders groß wurden. Thierry Hermès etwa wurde 1801 als Nachkomme von Hugenotten in Krefeld geboren. Dort absolvierte er eine Sattlerlehre, 1828 zog er nach Paris, 1837 eröffnete er ein Geschäft. Hermès ist heute – Hermès eben.

Die spanische Antwort auf Hermès lautet: Loewe. Damit ist nicht das Fernseher-Unternehmen aus Kronach gemeint, sondern ein feiner, erfolgreicher Hersteller von Lederwaren und Mode aus Madrid. Er geht zurück auf einen gewissen Heinrich Loewe Rössberg, 1844 in Kassel geboren.

Auch Dr. Martens, längst Teil der britischen Popkultur, wurden einst in Deutschland erdacht.

Sollte in vielleicht zweihundert Jahren jemand die Ursprünge von Marken untersuchen, könnte er feststellen: Birkenstocks kamen auch einst aus Deutschland. Noch ist die Sandalen-Instanz, 1744 gegründet, in Familienhand in Linz am Rhein, aber das könnte sich bald ändern – Birkenstock steht zum Verkauf.

Die Firma könnte einen ähnlichen Weg nehmen wie Rimowa. Die Alukoffer aus Köln waren schon lange ein Statussymbol, als sie noch in der Hand der Familie Morszeck waren. 2016 aber übernahm der Luxuskonzern LVMH, stilisierte den Koffer zum absurden Luxusobjekt und erhöhte dabei für den Kunden, der auf seinen Schatz am Gepäckband wartet, ordentlich die Preise.

Können Birkenstocks unter neuer Führung wie dem angeblich interessierten LVMH-nahen Private-Equity-Unternehmen L Catterton noch cooler werden? Cooler, als dass die ehemalige Celine-Designerin Phoebe Philo sie nacentwarf? Cooler, als dass alle selbsternannten Weltverbesserer von Brooklyn bis Kreuzberg in ihnen herumschlappen? Oder erfolgreicher als die 23,8 Millionen Paare, die das Unternehmen zuletzt pro Jahr verkaufte?

Auf jeden Fall ist mit aktuell 60 Euro pro Paar noch Luft nach oben. Die gute Nachricht: Wer jetzt noch zuschlägt, hat lange etwas von seinem Paar. Es hält ja ewig.



Birkenstocks in ihrem natürlichen Umfeld in New York. Foto Getty

Das Jahr begann mit einem Apple-Crumble, den ich um zwei Uhr nachts zusammen mit einem fetten Klecks Sahne verdrückte. Und es begann mit Selbstzweifeln und Unwohlsein. Beim Blick in den Spiegel wenige Stunden später blitzten sie wieder auf, die Vorsätze, gesünder zu essen, mehr Sport zu machen und abzunehmen. Ich verwarf sie wieder.

Los werde ich – heute 24 Jahre alt – diese Gedanken seit 15 Jahren nicht. Das ärgert mich, denn ich weiß, das Problem sitzt nicht an meinem Bauchspeck, sondern in meinem Kopf – erzeugt von der Werbeindustrie. Und vielleicht von Heidi Klum, die seit Donnerstag wieder und nun in der sechzehnten Staffel mit „Germany’s Next Topmodel“ auf Sendung ist. Ich weiß um meine privilegierte Position als weiße Frau in einem insgesamt eher schlanken Körper. Ich weiß um die Absurdität der Schönheitsideale, von Photoshop und der manipulativen Beautyindustrie.

Wieso lasse ich mir davon den Start ins neue Jahr verderben? Wieso verschwende ich so viel Energie, um über vermeintliche Problemzonen oder im besten Fall schöne Stellen an meinem Körper nachzudenken? Und wie komme ich davon weg?

Um Antworten zu finden, da bin ich mir sicher, ist es entscheidend zu wissen, wie diese Ideale in meinem Kopf entstanden sind. Ich muss also erst einmal bewusst über meinen Körper nachdenken und somit das tun, was ich doch eigentlich endlich vermeiden möchte.

Wie so viele Frauen in meinem Alter bin ich zwischen „Germany’s Next Topmodel“, Pflegemasken und Mädchenzeitschriften aufgewachsen. Trotzdem wollte ich nie oberflächlich sein. Ich wollte von Natur aus schön sein. Wollte nicht Barbie, sondern Meggie aus Cornelia Funkes „Tintenwelt“ sein. Ich habe nie Schmink-Tutorials geschaut und selten meine Nägel lackiert. Doch sobald ich unter Leuten war, fühlte ich mich in dieser natürlichen Version unwohl, unrein, nackt. Am Ende bat ich meist Freundinnen darum, mich doch noch für die Party zu schminken und mir die Haare zu glätten.

Trotz guter Schulnoten, eines engen Freundeskreises und einer unterstützenden Familie habe ich mich nie nur über meine Einstellungen oder meinen Intellekt definiert. Mein Körper bestimmte meinen Selbstwert. Mein niemals perfekter Körper. Ich machte mich selbst zu einem Objekt. Und die Gesellschaft feierte das. Mit Kommentaren wie: „Du hast so schöne Beine“ oder „Probier doch laktosefreie Ernährung gegen deine Pickel“. Mit SchülerVZ-Gruppen wie „Hot or Not“, in denen Fremde meine hochgeladenen Bilder bewerteten.

Susie Orbach schreibt in ihrem Buch „Bodies: Schlachtfelder der Schönheit“: „Unser Körper ist Gegenstand eines Krieges.“ Sie meint den Krieg um Gestaltungsmöglichkeiten für unsere Körper. Ich denke an den Krieg um meinen Selbstwert. Einen, den ich nur verlieren konnte. Denn unsere Körper und seine vielen vermeintlichen Probleme waren das Zentrum, um das wir in diesen Teenager-Jahren kreisten. Bauchfett, Pickel, kaputte Haare, unschöne Füße, Cellulite, gelbe Zähne.

Diese vermeintlichen Probleme führten dazu, dass wir an unserem Können zweifelten. Horn-Effekt nennt man das: Menschen schließen von einem schlechten ersten Eindruck auf negative Eigenschaften einer Person. Es funktioniert auch umgekehrt: Wir schreiben schönen Menschen mehr Intelligenz und Disziplin, mehr Vertrauenswürdigkeit und mehr Gesetzestreue zu. Sie sind erfolgreicher im Leben, schneiden in Schule und



Egal, wie das eigene Spiegelbild im Fenster aussieht.

Foto Vism

Weil ich es mir wert bin

Unsere Autorin wehrt sich gegen Oberflächlichkeit. Und doch denkt sie viel zu oft über ihr eigenes Aussehen nach. Über die Suche nach einem Ausweg.

Von Nelly Ritz



Ganz einfache Steuerung per Fernbedienung.

Ein privater Aufzug von Lifton bietet Komfort und Freiheit.

Der Lift ist unsichtbar, wenn er in der anderen Etage parkt.

V. i. S. d. P.: Maximilian Seick, Lifton GmbH, Horbeller Straße 33, 50858 Köln

Lifton Homelift

Für das komfortable Zuhause: der eigene Lift

Komfortabel, stilvoll, unkompliziert – die neuen Privatlifte für zu Hause ermöglichen eine angenehme Fortbewegung von Etage zu Etage, sind elegant im Design und fast überall einbaubar.

Nie wieder Treppen steigen oder schwere Koffer, Staubsauger & Co. hoch- oder runterschleppen: Die privaten Aufzüge von Lifton Homelift sorgen für ein Plus an Wohnkomfort und Lebensqualität. Denn sie erleichtern den Alltag jedes Menschen – und bieten noch mehr.

Das Design ist elegant und der farbliche Look individuell wählbar. So fügen sich die Mini-Aufzüge nahezu unsichtbar in das Wohnumfeld ein. Überhaupt sind sie sehr platzsparend. Das kleinste Modell, der LiftonDUO, benötigt nur 0,8 Quadratmeter, gerade mal so viel wie ein Sessel und bietet dennoch Platz für 2 Personen. Auch die Platzierung ist an fast jedem Ort im Haus möglich. Die filigranen Leichtgewichte sind

selbsttragend und bestehen nur aus zwei Streben plus Kabine. Das heißt, sie benötigen keinen klassischen Aufzugsschacht. Eine TÜV-Abnahme ist nicht erforderlich. Um von Etage zu Etage zu fahren, genügt ein einfacher Deckenausschnitt, oder sie gleiten – falls baulich machbar – durchs Treppenauge. Dank dieser modernen Konstruktion passt ein Lifton Homelift in fast jedes Haus und bringt Sie bequem in die nächste Etage.

Schneller und kostengünstiger Einbau

Der Strom kommt einfach aus der Steckdose. Der Einbau dauert maximal zwei Tage. Für eventuell nötige bauliche Anpassungen steht den Kunden ein persönlicher Ansprechpartner zur Seite. Alle individuellen Bedürfnisse werden im Vorfeld in die Planung mit aufgenommen. Je nach Modell sind die Homelifte mit bis zu drei Personen oder einem Aktivrollstuhl nutzbar. Die offene Kabine mit halbohoher Tür sorgt für einen leichten Einstieg. Und selbst in der kleinsten Ausführung ist noch genug Platz zum Transport großer,

schwerer Gegenstände. Modernen Komfort bietet die Fernbedienung und die angenehm leise Fahrweise. Hinzu kommt: Ein Lifton ist deutlich günstiger als herkömmliche Aufzüge. Zusätzlich sind staatliche Förderungen von bis zu 5000 Euro möglich. Ein Komfort, den man sich gönnen sollte – ob mit oder ohne Mobilitätseinschränkung.



Noch Fragen?

Informieren Sie sich unter www.lifton.de, oder lassen Sie sich gebührenfrei unter 0800 / 228 23 88 beraten.

Gerne prüfen wir die Machbarkeit auch unverbindlich und kostenfrei bei Ihnen zu Hause. Jetzt Termin vereinbaren!