



MIKE MCGREGOR / CONTOUR BY GETTY IMAGES

Spanx-Gründerin Blakely: Mutter des modernen Mieders

MODE

Pimp your Po

Flacher Bauch, stramme Schenkel: Weltweit schwören Frauen auf Unterwäsche, die den Körper formt. Auch Männer tricksen neuerdings drunter.

In Hollywood gilt sie als inoffizielle Uniform. TV-Moderatorin Oprah Winfrey hat sie einst zum Produkt des Jahres ernannt: „Spanx“, straffende Unterwäsche, deren Prinzip so schlicht wie altbewährt ist: Drunter schummeln, damit es drüber besser aussieht.

Neuerdings wird auch in Deutschland gemogelt, was die Naht hält, wie ein Besuch in einem Hamburger Wäschegeschäft zeigt. „Spanx haben wir da hinten“, sagt die blonde Verkäuferin und deutet auf eine komplette Wand im hinteren Teil des Ladens. Aufgereiht auf Plastikbügeln schmiegen sich dort weiße, schwarze und hautfarbene Schummel-Fummel aneinander.

Wer sich allerdings fleischfarbene Mieder aus Omas Kleiderschrank vorstellt, irrt. Mittlerweile bieten große Hersteller wie Triumph, Palmers oder Chantelle

komplette Produktlinien an, die „Diamond Sensation“ oder „Sexy Shaping“ heißen – und auch so aussehen: modische Dessous in allen Farben und Formen, denen man ihre Eigenschaften nicht anfühlt.

„Das ist keine Funktionsunterwäsche mehr, sondern das sind Produkte, in denen Hochtechnologie steckt“, sagt Eva Monika Renk-Klenkhart vom österreichischen Wäschehersteller Palmers, als ginge es um Innovationen geradewegs aus der Weltraumforschung.

Straffen, formen, pushen. Das Geschäft mit der „körperformenden Unterwäsche“ boomt jedenfalls. Allein der Hamburger Wäscheladen führt den Nylon-Elasthan-Body-Wrap in vielen Variationen: Slips und Höschen, die Bauch, Beine oder Po modellieren – oder gleich alles auf einmal. Dazwischen hängen Tailienformer, Bodys, Pantys, Tops mit Klemm-weg-Funktion.

Ein Unterkleid namens „Simplicity“ wirbt mit einem „Open-Bust“-Ausschnitt. Frei übersetzt: offener Balkon. Es soll ja nicht alles plattgemacht werden. Preis: knackige 120 Euro.

Inzwischen haben 98 Prozent aller hiesigen Fachhändler sowie alle Abteilungen in Textilhäusern die figurschmeichelnde Unterwäsche im Sortiment. Das Statistische Bundesamt verzeichnet seit 2009 einen Anstieg der Warengruppe um fast 20 Prozent.

Führende Hersteller schwärmen: Allein von 2009 auf 2010 habe man den Umsatz verfünffacht, im Jahr darauf verdreifacht. Palmers rechnet aktuell mit einem Wachstum von 20 bis 30 Prozent. Bei Triumph freut man sich, das Potential in Deutschland sei noch nicht ausgeschöpft – „ganz im Gegenteil!“.

Tatsächlich ist die Bundesrepublik noch Entwicklungsland, was die Presswurstmode angeht. In den USA ist Spanx seit Jahren erfolgreich und dort wie hier längst zum Synonym für Formwäsche geworden – wie Tempo für Taschentücher.

Als Mutter des modernen Mieders gilt Sara Blakely. Die Blondine arbeitete schon als „Goofy“ bei Disney World, verkaufte dann sieben Jahre lang Faxgeräte und schnitt eines Tages die Beine ihrer Strumpfhose ab, weil sie keinen Slip fand, der ihr diesen schönen Strumpfhosen-Hintern machte. Jetzt ist sie 41 und die jüngste Selfmade-Milliardärin der USA. Im März 2012 schmückte sie das Cover des Wirtschaftsmagazins „Forbes“.

Vor zwei Jahren brachte Blakely ihre erste Männerlinie auf den Markt. Darunter T-Shirts und Tops, die Bauch und Brust maskulin in Form bringen sollen. „Und da fragen nicht nur Homosexuelle nach“, stellt die resolute Herrenwäscheverkäuferin eines Hamburger Kaufhauses gleich mal klar. Männern die Formwäsche von sich aus anzubieten käme allerdings weniger gut – der eine oder andere fühlte sich auf den Schlips getreten. „Die sind eben noch nicht so weit“, sagt die Verkäuferin und grinst.

Zumindest nicht, was den Wäschekauf im Laden angeht. Die Herren bestellen die Bodytuner eher im Netz. Der Vorteil: Weniger peinlich, und das Angebot ist größer. Neben Tops und Shirts gibt es online auch Produkte für eine Etage tiefer.

Zum Beispiel die Boxer-Shorts mit „Push-up-Funktion“: integrierte Gummis sollen den Po optisch anheben und auch vorn rum die Konturen straffen.

Ein Kunde mit dem Pseudonym „Graupapa28“ bewertet im Online-Forum: „Sehr gute Passform. Guter Effekt!“ Bei der „Shaping-Boxer“ mit angesetztem Bauch-weg-Gürtel soll dagegen ein „Powernetz“ aus 90 Prozent Polyamid und zehn Prozent Elasthan die Problemzone „modellieren“. Kunde „Berni“ schreibt: „So eine Unterwäsche hab ich schon immer gesucht.“

Eine Hose mit Knackarsch-Effekt schneidet indes weniger gut ab: Die herausnehmbaren Po-Pads „sitzen aus meiner Sicht zu weit unten“, meint ein enttäuschter Käufer. Egal, ob Mann oder Frau, klar ist: Kein Shirt dieser Welt quetscht eine XXL-Wampe ins Waschbrettformat.

Zitat eines SPIEGEL-Kollegen: „Spätestens auf der Bettkante sieht man das Elend ja eh.“

SUSANNE AMANN, ANTJE WINDMANN