

Junge Münchner Designer haben Kinder als Kundschaft für ihre Kreationen entdeckt

# Modemacher setzen auf den Nachwuchs

Von Stephanie Geiger

STATT KINDERMODE zu entwerfen, könnte Constanze Thiere heute auch als Archäologin nach Schätzen und Zeugnissen vergangener Kulturen fahnden. Denn gleich nach dem Ende ihrer Ausbildung an der Esmod-Modeschule wollte sie sich eigentlich an der Universität für Archäologie einschreiben. Dafür war sie allerdings zu früh dran.

Um die Zeit bis zur Einschreibungsfrist zu überbrücken, fing die heute 27jährige Designerin an, Kindermode zu schneiden – und dabei blieb sie. Fünf Jahre ist das jetzt her. Seither entwirft und näht sie in ihrem Geschäft im Glockenbachviertel, dem „Thierchen. Atelier für Kindermoden“, was Mädchen und Buben (und vor allem den Eltern) gefällt.

Und das Geschäft mit exklusiver Mode für den Nachwuchs läuft. 2,6 Milliarden Euro gaben die deutschen Mütter und Väter 2003 für Kinderbekleidung aus. Das war zwar ein Minus von sieben Prozent. Doch betroffen waren dabei, so der Bundesverband des Deutschen Textileinzelhandels, vor allem Billigmarken.

Ein paar Straßen weiter arbeitet Ina Kappes in ihrer Wohnung an dem Label „Kuni“. Eigene Geschäftsräume kann sie sich noch nicht leisten. Seit zwei Jahren entwirft die 27jährige Modeschulab-solventin Accessoires für Kinder und „Erwachsene, die noch ein bißchen Kind geblieben sind“. Zum Beispiel „suBÄRstars“. Das

sind Stoffbären die um das Handgelenk geknüpft werden und deshalb nicht verlorengehen können.

Kappes ist Designerin und Schneiderin zugleich. Ihre Kreationen, neben den Bären auch Taschen und T-Shirts bis Größe M, fertigt sie selbst. Vertrieben wird das Label „Kuni“ im Internet und einigen Boutiquen in München, Starnberg und Nürnberg. Eineinhalb Jahre nachdem Ina Kappes mit „Kuni“ auf den Markt gegangen ist, sehe sie jetzt Licht am Ende des Tunnels, sagt Kappes. Die Marke etabliert sich langsam.

Denn in der Modebranche Fuß zu fassen, ist schwierig. In den vergangenen Jahren habe eine Bereinigung stattgefunden, die noch nicht beendet ist, sagt Siglinde Zisler, die Leiterin der Münchner Meisterschule für Mode. „Doch wenn sich jetzt jemand mit einem guten Konzept selbstständig macht, ist das sicherlich eine gute Sache.“

Mit der zunehmenden Uniformierung durch Modeketten wie H & M oder Zara wachse bei den Kunden der Wunsch, sich und ihre Kinder individuell zu kleiden. Und die Münchner („Die Stadt ist ein gutes Plaster für Designer“) seien ohnehin recht gut angezogen, sagt die Leiterin der Meisterschule. „Viele Leute suchen besondere Kleidung, Design und Qualität.“ Und was für Erwachsene gilt, wird eben auch gern auf den Nachwuchs übertragen.

Ein Trend, von dem auch Constanze Thiere in den vergangenen fünf Jahren profitierte. Auch wenn nur ganz selten jemand seinen Nachwuchs von Kopf bis Fuß bei „Thierchen“ einkleide. Meist würden ihre Kreationen zu Basics getragen, die es bei den großen Ketten günstiger gebe, sagt Constanze Thiere. Und oft ist es auch nur ein Pulli oder ein T-Shirt, das sich Eltern leisten. „Manche sparen regelrecht, um sich etwas Besonderes für ihr Kind leisten zu können“, sagt Constanze Thiere.

Dabei versucht die Designerin, gute Qualität zu moderaten Preisen anzubieten. 32 Euro kostet zum Beispiel ein Pulli, das Kleid 70 Euro und ein Mantel darf nicht teurer als 120 Euro sein. Bis nach New York liefert Thiere ihre Pullis, Mäntel, Hosen, Röcke und was sonst noch in ihrem kleinen Atelier für Babys mit drei Monaten oder Kinder im Alter von sechs bis sieben Jahren entsteht.

Noch hängen ein paar Teile aus der Winterkollektion in den beiden Verkaufsräumen. Sie werden in den kommenden Wochen billiger verkauft, um Platz zu schaffen, für die beiden Sommerkollektionen, die Constanze Thiere für Buben und Mädchen entworfen hat. In der Werkstatt arbeitet Thiere gerade mit zwei Praktikanten zusammen. Sie fertigen die kleineren Teile: Kissen, Spielschlangen, Täschen oder stilisierte Blüten aus buntem Stoff, die mit Pailletten verziert vor allem den Kreationen für Mädchen das Unverwechselbare geben sollen. Die Kleidungsstücke näht die Designerin selbst. Nur in der heißen Phase, wenn neue Kollektionen fertig werden müssen, holt sie sich Unterstützung bei einer Schneiderin.

Besonders viel zu tun hat Constanze Thiere in den nächsten Wochen. Dann müssen die Ideen in Stoff umgesetzt werden. Die Stoffballen für den Sommer liegen schon in den Regalen bereit. Rosa und Pink, die typischen Farben für Mädchen, aber auch Rot und Orange werden im Sommer getragen. Für Buben hat Constanze Thiere Grün-, Blau- und Türkistöne ausgesucht. „Daraus sollen Stücke werden, die cool aussehen. Das wollen Jungs nämlich“, sagt Thiere. Aber auch einen knallig apfelgrünen Nickstoff hat sie eingekauft. „Der ideale Stoff für Bademäntel“, sagt sie. Denn cool hin oder her: „Wenn etwas kratzt, dann wird es nicht angezogen. Da sind Kinder knallhart.“

Typische Kindermuster mit Bären und Fischen suchen die Kunden bei Thierchen vergessens. Meist sind die Stoffe, die Constanze Thiere verwendet, einfarbig. Sie arbeitet gern mit Applikationen, die dann besser zur Geltung kommen. Auf dem Sweater für den jungen Mann prangt dann ein Dinosaurier, für die kleine Dame gibt es die Blüten aus Stoff. Und noch ein Kriterium müssen die Stoffe erfüllen: „Kinderbekleidung muß funktionell sein und sich leicht waschen lassen“, sagt Constanze Thiere.

Funktionell, das heißt bei Kindern auch: Es muß passen. Und weil Kinder sehr schnell wachsen, ist bei „Thierchen“-Kleidung eines im Preis begriffen. Umschneiden, wenn die Hose oder der Rock plötzlich zu kurz sind.



Constanze Thiere in ihrem Atelier mit „Kundin“ Antonella, 4

SCHULZ

ANZEIGE

**Die schönsten Teppiche aus Persien, China und Nepal**

Seit 1950  
**Teppichhaus Saemmer**  
Maximilianstraße 33  
(neben ROMA)  
80539 München  
Tel. 089/29 41 07



## An zwei Modeschulen schneidert der Nachwuchs

### MODESTADT

München ist eines der Zentren der deutschen Modebranche. Neben zahlreichen großen Designern wie Escada, Bogner, Aigner ist München auch Heimat lokaler Größen wie Natascha Müllers, Susanne

Wiebe oder Gabriele Blachnik.

### AUSBILDUNG

Zwei Ausbildungsstätten konkurrieren in München um den modischen Nachwuchs. Die Münchner Meisterschule für Mode und die 1989 etablierte Esmod, Ableger der bereits 1841 in Frankreich gegründeten École Supérieure des

Arts et Techniques de la Mode. Sie bietet auch einen Studiengang für Kindermode an. Die Aufnahme ist begehrt. Für 70 Plätze bewerben sich jährlich rund 700 Kandidaten.

### SPARWELLE

Die Konjunkturkrise macht auch vor der Mode nicht halt. Rund fünf Prozent ihres Einkommens geben die

Deutschen im Schnitt für Mode aus. 2,6 Milliarden Euro allein für Kindermode (2003). Im ersten Halbjahr 2004 verzeichnete der Einzelhandel einen Rückgang um zwölf Prozent.

**Handbärchen (li.) und Bärenäsche von Regina Kappes**



## Kachelöfen liegen im Trend. Theo Holtebrinck hat sich auf die Restaurierung antiker Exemplare spezialisiert

### Heizen wie das Bürgertum im Biedermeier zum Preis eines Luxusautos

WER DIE ALTE Schule in Murnsee bei Bad Heilbrunn betritt, begibt sich auf eine Zeitreise. Kachelöfen aus mehreren Jahrhunderten und verschiedenster Stilrichtungen empfangen den Besucher, manche bis zur Decke der hohen Räume reichend. Biedermeier neben Klassizismus, Art déco neben Barock, Öfen aus Deutschland neben solchen aus Südtirol, Schweden oder dem Baltikum. Schlicht die einen, verspielt die anderen. „Kachelöfen haben Persönlichkeit und verleihen jedem Haus

eine sinnliche Atmosphäre. Sie spenden nicht nur Wärme, sie erzählen auch ein Stück Geschichte“, sagt Theo Holtebrinck, 57, der sich auf das Geschäft mit alten Kachelöfen spezialisiert hat.

Weit über fünfzig Stück hat er hier aufgebaut. Im Lager kommen noch einmal 200 Modelle hinzu. „Wer einmal einen Kachelofen erlebt hat, wird nie mehr darauf verzichten wollen“, sagt er. Seit rund dreißig Jahren dreht sich sein Leben um die historischen Wärmespeicher. Als Student der Archäo-

logie begann diese Leidenschaft, die bis heute nicht erloschen ist. Damals restaurierte er antike Keramik und verkaufte sie auf dem Schwabinger Flohmarkt. Dabei stieß Holtebrinck auf alte Öfen, die niemand mehr haben wollte.

Erst mit der Energiekrise 1972 kam der Wandel. Alternativen zum Heizöl waren auf einmal wieder gefragt. Holtebrinck fand einen pensionierten Ofensetzer, der ihn das Handwerk lehrte. Heute mauert er selbst den Brennraum und schleift per Hand die Kacheln in die perfekte Paßform. Holtebrinck ist in ganz Europa unterwegs, sucht in verlassenen Bauernhöfen, skandinavischen Bürgerhäusern und russischen Datschen. „Gerade im Baltikum gehörten stilvolle Kachelöfen bis in die 30er Jahre zur Grundausstattung der Häuser“, erzählt er. Holtebrinck sieht sich aber nicht als reinen Händler, der nur seine Gewinnspanne zum Preis addiert. Viele der Öfen sind beschädigt und müssen von ihm mit viel Geduld und Aufwand restauriert werden.

Bereits für die Reise betreibt der Spezialist einen immensen Aufwand. Stück für Stück und mit großer Umsicht baut er die Öfen ab. Keine Fliese darf zerbrechen, kein Millimeter Glasur abspringen. Jedes Einzelteil wird nummeriert, so die Position in der Ofenarchitektur markiert. Sorgsam in Ki-

sten verpackt, wird das Puzzle dann in Holtebrincks Werkstatt nach Bad Heilbrunn verfrachtet.

Daß antike Kachelöfen nicht zu Schnäppchenpreisen zu haben sind, liegt auf der Hand. Doch nicht immer sind selbst 100 Jahre alte Stücke unbedingt teuer als neue. Die Preise bewegen sich zwischen 5000 und 60 000 Euro. Ein absolutes Spitzenstück, das auch für Museen interessant ist, ist ein Braunschweig-Lüneburgischer Ofen von 1748 mit handbemalten, blauen Kacheln und gußeisernem Brennraum für 68 000 Euro.

„Wer glaubt, ein Kachelofen würde bloß in ein Bauernhaus oder in ein Chalet passen, unterschätzt die stilistische Vielfalt gewaltig“, betont Holtebrinck. Seine Öfen schmücken Häuser in ganz Europa. „In Sachen Eleganz können Öfen es mit jedem hochherkunftlichen Kamin aufnehmen.“ Kunden sind vor allem Anwälte, Ärzte und Unternehmer, die etwas Besonderes wollen.

Jeder zweite Ofen wird in neue Häuser eingebaut. „Männer legen vor allem Wert auf Technik, Frauen schätzen Ästhetik. Hoch im Kurs liegen derzeit schwedische Öfen, weil sie weiß und schlicht sind. Durch ihre zeitlose Schönheit passen sie zu jeder Art von Einrichtung“, so Holtebrinck. Aber auch bayerische Sesselöfen erfreuen sich gerade bei jungen

Leuten großer Beliebtheit, weil man auf ihnen mit Pfanne und Wok kochen kann. „Öfen darf man die Zeit anmerken, aber man soll sie ihnen nicht ansehen“, betont Holtebrinck. Nach alter Hafner-Manier mauert er jedes Stück mit Lehm auf und statet es mit neuem Innenleben aus. Dann wird der

Ofen von Fachleuten nach modernen Abgasnormen aufgebaut und in Betrieb genommen. So, sagt der Ofenspezialist, garantiert er auch für nächste Generationen gesunde Strahlungswärme. Sonja Schön

Infos im Internet: [www.antike-kacheloefen.de](http://www.antike-kacheloefen.de)

## Pizza aus dem Holzofen



**Restaurant-Tip**  
Von Susanne Specht

Das Lokal ist bis auf den letzten Platz besetzt, Bedienungen wuseln durch die Gänge und das aufgeregte Stimmengewirr der vielen Gäste dringt bis in den Loungebereich oben auf der Galerie. Wir sind im „Nero“, der neuen Edelpizzeria mit Bar im Gärtnerplatzviertel. Schon der Vorgänger, das Restaurant „Rincon“, war lange Zeit stadtbekannter In-Treff und Ausstellungsfläche für junge Münchner Künstler.

Sechs Meter hohe imposante Fensterfronten geben Einblick und machen neugierig: Lange Tafeln schaffen Platz für zwölf Personen, kleine Zweiertische geben Raum für ungestörte Stelldicheins. Noch mehr Aufmerksamkeit als das beeindruckende Raumkonzept aber verdient die einzigartige Lichtinstallation des Münchner Architektenteams Landau & Kinkelbacher: Eine sechs Meter hohe und acht Meter breite, grün leuchtende Wand aus Glassplittern.

Erfreulich ist auch die flexible Preisgestaltung. Alle Vorspeisen, Salate und Zwischengerichte gibt es auch als kleine Gerichte. So kostet unser kleines „Carpaccio“ statt acht nur sechs Euro. Das hauchdünn geschnittene Rindfleisch liegt in einer zarten Zitronenmarinade und ist mit Rucola und Parmesan garniert. Interessanter im Geschmack ist der „Polipo Condito“ (6,50 Euro), ein Oktopussalat auf Rucola, Knoblauch, Sellerie und Tomaten.

Jetzt aber zur eigentlichen Attraktion des „Nero“ – der Holzofen-Pizza, wie man sie sonst nur in Italien bekommt. Die ist nicht nur hauchdünn, knusprig und riesengroß, sie punktet auch mit ungewöhnlichen Belägen. Die „Noricina“ (7,80 Euro) ist mit einem Belag aus Tomaten, Mozzarella und der italienischen Wurst Salsiccia schön pikant. Nicht ganz so würzig, dafür aber noch ausgefallener die „Umbricella“ (9,50 Euro) mit Caciotta-Käse, Radiccio und schwarzer Trüffelcreme.

Obwohl pappstark, naschen wir natürlich noch an den herrlich süßen „Profiteroles“ (3,60 Euro), den kleinen Windbeuteln aus Brandteig. Als klassisches Dessert der italienischen und französischen Küche werden sie meist mit Schlagsahne, Vanille- oder Mokka-creme gefüllt und mit einer dicken, dunklen Schokoladensauce überzogen serviert.

■ **Nero**  
Rumfordstraße 34;  
Telefon: 089 / 21 01 90 60

**Öffnungszeiten:** täglich von 18 bis 2 Uhr, Freitag und Samstag bis 3 Uhr  
**Service:** sehr nett, herzlich und schnell  
**Sitzplätze:** 107 im Restaurant und 30 in der Lounge.  
**Publikum:** quirliger Mix aus dem Gärtnerplatzviertel.  
**Fazit:** Angesagte Location für einen netten, unkomplizierten Abend mit anschließendem Besuch der oben liegenden Lounge.



Theo Holtebrinck und seine Schmuckstücke

SCHULZ

ANZEIGE

**Gesundheit aus dem Allgäu**

**Kneipp und Thermal**  
Erleben Sie die vitalisierende Kraft von Kneippwendungen (auch Wellness genannt) und genießen Sie die wohl schönste Thermo Deutschlands. Fordern Sie unsere Infos an oder besuchen Sie uns im Internet.

**Kneipp zum Kennenlernen**  
1 Wo. im \*\*\*Hotel ab € 275,-  
**Thermenwoche**  
im \*\*\*Hotel ab € 250,-

**Die Schrothkur**  
Im Schroth-Haillbad Oberstaufen wird seit über 50 Jahren mit der original Oberstaufener Schrothkur natürliches Anti-Aging praktiziert. Die Kur hilft bei vielen zivilisationsbedingten Leiden. Fordern Sie unser kostenloses Schrothkur-Infopaket an.

**Schroth-Schnupperwoche**  
im \*\*\*Hotel ab € 349,-  
**2 Tage Wellness-Urlaub**  
im \*\*\*\*Hotel ab € 213,50 p.P.

**BAD WÖRISHOFEN**  
KNEIPP & THERMAL IM ALLGÄU  
Städtische Kurdirektion - Postfach 1443 - 86817 Bad Wörishofen  
Telefon: 0 82 47/99 33 55 - [www.bad-worishofen.de](http://www.bad-worishofen.de)

**Oberstaufen**  
...einzigartig im Allgäu  
Kurverwaltung - Postfach 80 - 87528 Oberstaufen/Allgäu  
Telefon: 0 83 86/93 00 0 - [www.oberstaufen.de](http://www.oberstaufen.de)