

Dessousboutique

## An die Wäsche gegangen

Dessous? Langweilig. Bei „Superschlüpfer“ feiert die Unterhose ihr Revival.



Viel Farbe. Nina Tönnies und ihre Schlüpfer-Hausmarke. Foto: Doris Spiekermann-Klaas

Von Gunda Bartels  
17.3.2009 0:00 Uhr

String, Thong, Tanga – das, was Leute untendrunter tragen, heißt nicht mehr einfach Unterhose. Seit die Firma Schiesser sie vor rund 150 Jahren erfunden hat, ist die Miederware erst übliche Bekleidung, dann Mode und natürlich erotisches Accessoire geworden. Handelsübliche Wäscheläden und supersexy Dessousboutiquen kennen die tollsten Namen für ihre sparsam mit Stoff, aber dafür mit viel Spitze ausgestaffierte Lingerie.

Nina Tönnies findet so was affig. Sie ist 31 Jahre alt, studierte Kommunikationsdesignerin und hat sich vor kurzem einen Traum erfüllt: mit einem Unterwäscheladen in der Wühlischstraße in Friedrichshain. „Superschlüpfer“ heißt das Ding.

Warum ausgerechnet Schlüpfer? „Das ist ein vom Aussterben bedrohtes, schützenswertes Wort“, sagt

sie und sortiert die korallenrot oder türkis leuchtende Frühjahrsware. Jeder reagiere darauf und assoziiere damit entweder Omawäsche in XXL oder eben witzige Wäsche.

Die fängt schon an der gläsernen Ladentür an. Da hängt ein weißer Slip, auf dem die Öffnungszeiten stehen. „Das bot sich zwingend an“, sagt Tönnies mit Augenzwinkern. Sie hat vorher in der Werbung gearbeitet und weiß, wie ein schlüssiges Geschäftskonzept aussieht. Rund 80 Schlüpfer-Modelle hängen im lichten Laden, auf einer Seite Männermodelle, auf der anderen Damenschlüpfer. Dazu ein paar Hemden, BHs und neue Bademode. Bei den Männern schaut sich gerade ein Friedrichshainer Szenetyp um. Ob er Hilfe braucht? Nö, ist die Antwort, „will nur mal gucken“, und schon flüchtet er. Ist ja auch was Intimes, das Schlüpferkaufen.

Was für Leute zu „Superschlüpfer“ kommen? Männer und Frauen von 16 bis 50 Jahren, meint Nina Tönnies, auch viele Paare, die zusammen einkaufen. Von denen hätten durchaus auch einige Spitzenwäsche im Schrank, aber was Bequemes, Peppiges wollen sie trotzdem haben.

Seit zehn Jahren lebt die gebürtige Münchenerin in Friedrichshain und hat den Kiezwandel miterlebt. Auf die Schlüpfer – oder besser auf Berlinisch: Schläppa – ist sie nach einer Marktanalyse gekommen. „An so was hat’s hier gehapert.“ Einige ihrer skandinavischen Marken sind erstmals in Deutschland zu haben. Retrodesign wie der Jockey, eine Art Ur-Schlüpfer mit Y-Front, der seit mehr als 100 Jahren

auf dem Markt ist, geringelte Häkelware, die sich passgenau dem Popo anschmiegt, oder die androgyne Baumwoll-Hausmarke zeigen: bequeme Wäsche muss nicht tantig sein.

Wie ein guter Schlüpfer sein muss, weiß Nina Tönnies ganz genau: „Gut geschnitten und angenehm zu tragen – sowohl zum Sport als auch zum heißen Date.“ Und zu Ostern kann man sie sich – als Ei mit Schleifchen verpackt – gegenseitig ins Nest legen.*Gunda Bartels*

Superschlüpfer, Wühlischstr. 25, Friedrichshain, Mo–Fr 11–20 Uhr, Sa 11–18 Uhr, Tel. 83030152, [www.superschlüpfer.de](http://www.superschlüpfer.de)

*(Erschienen im gedruckten Tagesspiegel vom 17.03.2009)*