

Kultur

Bum-Bum am Zuckerhut

Bikinis in brasilianischen Landesfarben in Hamburger Boutique

09.09.2006 / Lesedauer: 3 Min.

Brasilien: Das sind Fußball, Samba, Caipirinha - und Tangas. IMACULADA GUHR präsentiert in ihrer Hamburger Boutique »Zuckerhut« Kreationen junger Designer aus dem größten Staat Südamerikas. ND-Autor RENÉ GRALLA hat sich dort umgesehen.

ND: Sind Sie vor allem ein Spezialgeschäft für Tangas?

IMACULADA GUHR: In Brasilien gibt es nicht nur Tangas, um mit einem Vorurteil aufzuräumen. Andererseits ist klar: Brasiliens Frauen tragen gerne Tangas, weil die eben einen besonderen Reiz ausstrahlen.

Warum ist der Tanga gerade in Brasilien erfunden worden?

Ein schöner Körper, »um corpo bonito«, wie wir sagen, der ist bei uns Kult. Der Tanga betont einen schönen Körper fast unverhüllt. Das ist sexy, und die Brasilianerinnen ziehen sich gerne sexy an.

Obwohl Brasilien eigentlich katholisch geprägt ist?

Komisch, nicht wahr? Im Grunde genommen sind wir Brasilianerinnen tatsächlich eher prüde.

Wie also kommt der Tanga nach Brasilien?

Auf den Einfluss der Kirche ist zurückzuführen, dass kaum eine Brasilianerin am Strand ihr Bikinioberteil ablegt. »Oben ohne« kommt nicht in Frage. Dafür zeigt eine Brasilianerin gerne »o bum-bum«, den Po. Deswegen ist der Tanga so beliebt.

Sie verkaufen Tangas in verschiedenen Variationen.

Die Bandbreite reicht von Modellen mit handgemalten Motiven - so Ananas oder Erdbeeren - bis hin zu Dessous im Tanga-Schnitt.

Die Partystimmung der Fußball-WM ist verflogen. Haben Sie noch T-Shirts der »Seleção«?

T-Shirts passen nicht zur Konzeption meines Ladens. Aber Sie finden bei mir Bikinis in den brasilianischen Landesfarben.

Die WM 2006 ist ohnehin recht unglücklich für Ronaldo und Co. gelaufen.

Die Mannschaft hat keine guten Leistungen gebracht. Die müssen mehr trainieren, wenn sie 2010 Weltmeister werden wollen.

Umso besser die Leistungen, mit denen die junge brasilianische Mode glänzt.

Inzwischen jedoch hat sich Brasilien auf den Modemärkten Europas etabliert.

Wie hat Ihr Einstieg ins Modegeschäft angefangen?

Schon als 15-Jährige war ich Mannequin auf Modenschauen. Vor 18 Jahren bin ich nach Deutschland übersiedelt und habe u. a. auch gemodelt. Ich wollte immer meine eigene Chefin sein, und irgendwann war dann die Idee geboren für den »Zuckerhut«.

Woher beziehen Sie Ihre Ware?

Von führenden Designern, die Meisten von ihnen sind regelmäßig präsent in Brasiliens Medien.

Gibt es ein allgemeines Merkmal für Brasiliens Mode?

Unsere Mode ist sinnlich, ohne vulgär zu sein. Eine Frau, die ein Teil aus Brasilien am Körper trägt, sieht gleich viel schöner aus!

Ferner gibt es bei Ihnen Jeans.

Die sind die wahren Waffen einer Frau, viel mehr noch als ein Tanga. Die Hose besteht zu 96 Prozent aus Lycra und wirkt wie ein Push-up: Eine Frau, die ihren Po als Problemzone empfindet, kriegt so einen süßen brasilianischen »bum-bum«.

Zu Kleidern und Jeans gehören Accessoires.

Das sind chice Sandalen und Designertaschen.

Wer sich bei Ihnen brasilianisch einkleidet, übersteht gleich besser Herbst und Winter.

Unsere Mode ist fröhlich und macht fröhlich.

Obendrein kredenzen Sie exotische Fruchtcocktails.

Bald beginnt das Schmuddelwetter, jetzt müssen Sie Ihr Immunsystem stärken. Meine Drinks wirken wie eine vorbeugende Kur. Allein der Saft der Acerola-Frucht hat den zwanzigfachen Vitamingehalt einer normalen Orange.

Werden Sie auch eine Filiale in Berlin eröffnen?

Darüber denke ich nach. In Berlin treffen sich die Kulturen, das ist der spannendste Ort der Republik.

»Zuckerhut«, Rödingsmarkt 27, 20459 Hamburg. Geöffnet Montag - Freitag 10 - 18 Uhr, Sonnabend 10 - 16 Uhr; Tel. 040/414 24 910, Weitere Informationen unter:

www.zuckerhut.net

Hat Ihnen dieser Artikel gefallen? Dann teilen Sie ihn doch mit anderen



► Leserbrief schreiben

[zur Startseite](#)

Mehr aus: Kultur

