

Flip!

Der Sound des Sommers wird 50

Flop!

Sohle. Riemchen. Fertig ist das Schuhwerk der Saison. Vor einem halben Jahrhundert brachte eine brasilianische Firma die Mutter aller Flipflops auf den Markt. Der Anfang eines Kultobjekts

Von Vanessa Assmann

Die einen würden ihre Füße am liebsten in gar nichts anderes stecken. Manche tragen sie nur im Schwimmbad oder am Strand. Und andere packen sie bloß für den Fall in den Urlaubskoffer, dass die Hoteldusche an hygienischen Standards scheitert. Die Rede ist von Flipflops. Jenen Zehensandalen oder auch Zehentangas, deren Schlapprgeräusch so wunderbar lautmalend in unseren Sprachschatz gefunden hat. Flip. Flop. Flip. Flop.

In diesem Sommer feiert die Mutter aller Flipflops, die Havaianas, 50. Geburtstag: 1962 kamen die Schlappen in Brasilien auf den Markt. Inspiriert von der japanischen Zori-Sandale, den traditionellen Schuhen der Geishas, setzten die Erfinder auf wasserun-

empfindlichen Kautschuk und ein simples Design. In ihrer Form erinnerten die Treter an die ersten Schuhe, die Menschen überhaupt anfertigten. Das zuständige Patentamt sollte die Havaianas später beschreiben mit der „Form einer Steinschleuder“. In Wahrheit entwickelten sich die Havaianas zu einer wahren Verkaufschleuder.

Die Idee: möglichst günstige Schuhe verkaufen, die sich die vielen armen Brasilianer leisten konnten. Das Konzept ging auf, in den folgenden Jahrzehnten gab es kaum einen brasilianischen Haushalt ohne Havaianas.

In den Neunzigern bekam die Marke Probleme. Das Image des Arme-Leute-Schuhs machte dem Mutter-Unternehmen Alpargatas zu schaffen. Doch es gab eine Lösung: Die Firma brachte pro-

minente Brasilianer dazu, Havaianas bei großen Veranstaltungen zu tragen – und plötzlich war das Image aufpoliert. „Auf einmal galten die Sandalen auch in reicheren Schichten als angesagt“, sagte Alpargatas-Chef Márcio Utsch kürzlich der „Financial Times Deutschland“. „Vorher hatten viele Brasilianer Flipflops zum Hausputz getragen, nun auf einmal auch im Einkaufszentrum oder am Strand.“ Ein Trend, der um die Welt ging: Heute sieht man die Havaianas auch an den Füßen von Hollywood-Stars wie Jennifer Aniston und Jude Law oder an den Füßen von US-Präsident Barack Obama (zumindest am Strand).

Ebenfalls in den Neunzigern kam's zur Design-Revolution. Mehr als 30 Jahre hatten die Havaianas immer gleich ausgesehen, die Sohlen-Unterseite in einer bunten Farbe, die Oberseite in Weiß. Doch auf den Straßen machte sich ein Trend breit: Die Menschen wendeten die Sandalen und steckten die Riemchen um. Der Hersteller reagierte und brachte einfarbige Havaianas auf den Markt. Der Gebrauchsgegenstand wurde zum modischen Accessoire.

Die Neunziger veränderten auch hier in Deutschland die Einstellung zu Zehensandalen. Bislang kannte man aus Sauna und Schwimmbad vor allem die praktischen Adilet-

ten, die bereits 1963 erfunden, aber erst in den Siebziger Jahren auf den Markt gekommen waren. Jetzt brachten Bekannte von ihren Urlaubsrei-

Eine Münchnerin ließ sich den Namen Flip-Flop patentieren

sen Havaianas mit. Und auch eine deutsche Marke machte von sich reden: Flip-Flop. Die Gründerin, die Münchner Triathletin Stefanie Schulze, ließ sich den Namen – erkennbar durch den Bindestrich – 1997 markenrechtlich schützen.

Seit der Jahrtausendwende setzten die Zehensandalen ihren Siegeszug unbeirrt fort. Außer der großen Freiheit für die Zehen und dem Aufschwung für bunte Nagellacke brachte der Trend jedoch auch eine Zahl wiederkehrender Debatten mit sich: Von orthopädischen Bedenken besorgter Eltern über die Experten-Warnung vor gefährlichen Weichmachern in den Kunststoffen bis hin zur Stil-Frage im Job. Fest steht: Heute gibt's kaum ein Modeunternehmen, von Louis Vuitton bis Prada, das nicht selbst Flipflops auf den Markt bringt.

Die Havaianas aber sind bis heute die nach eigenem Bekunden weltgrößte Flipflop-

Marke – mit 2,3 Milliarden produzierten Paaren in den letzten 50 Jahren. Jedes Jahr kommen rund 300 neue Designs auf den Markt. Auch berühmte Designer haben sich schon beteiligt, zum Beispiel das Modehaus Missoni.

In Brasilien gibt's die Treter mancherorts für umgerechnet 3,50 Euro. In Deutschland zahlt man schnell mal das Zehnfache. Viele Träger belassen's freilich nicht bei einem Paar, sondern haben je nach farbllichem Outfit passende Havaianas. Dabei würde man laut Hersteller auch mit einem Paar ganz schön weit kommen: Die Sohle bricht nicht, so das Versprechen, eher 2600 Kilometer rum sind.

Nur barfuß ist noch schöner!

Elisabeth Vallentin (16), Schülerin: „Am liebsten gehe ich barfuß, aber meine Flipflops habe ich im Sommer immer dabei. Ich gebe nicht viel Geld dafür aus, deswegen halten die nur ein Jahr. Ich habe auch schon schlechte Erfahrungen mit Billig-Flipflops gemacht.“

Marie Baumgärtner (17), Schülerin: „Bei mir halten die Flipflops auch nur ein Jahr. Ich trage die eigentlich immer, so lange es warm ist. Egal zu was. Auch wenn ich mit Freunden ausgehe.“

Interviews: lku/sbr. Fotos: v. Loeper

So fünf Paar zuhause

Martin Herler (30), Sachbearbeiter: „Ich trage meine Flipflops fast immer, wenn es warm genug ist. Außer zur Arbeit, da passen die nicht. Ich habe so fünf Paar zuhause, ein Paar billige und ein Paar etwas teurere. Die sind auch sehr bequem, damit kann ich locker den ganzen Tag rumlaufen.“



DRESSCODE

Vorsicht im Büro und beim Autofahren!

„Im Büro sind Flipflops in der Regel ein No-Go“, sagt Karolin Felicitas Hallinger aus Landsberg am Lech. Meistens passen Flipflops einfach nicht ins professionelle Bild der Firma. Und: Wer rumschlurft, nimmt seine Aufgaben nicht ernst. Oft geht's zusätzlich um ästhetische Fragen: „Im besten Fall sind die Zehen gepflegt und schön, aber das bringt die Männer durcheinander. Wenn die Fußhygiene dagegen nicht stimmt, ist's einfach unangenehm.“

In manchen Unternehmen geht's lockerer zu: „In jüngeren Unternehmen mag es sogar Chefs geben, die ihre Zehen zeigen“, sagt die Etikette-Trainerin und empfiehlt: „Zur Sicherheit nachfragen.“

Wann aber kann man die Designer-Flipflops tragen, quasi ein Prestigeobjekt? Ein guter Anlass sei eine Sommerparty, sagt Hallinger. Wer sicher gehen will, nimmt ein Paar geschlossene Schuhe mit. Und noch ein Tipp: „Machen Sie kleine Schritte.“ Sieht eleganter aus.

Zum Problem können Flipflops beim Autofahren werden. Passiert ein Unfall, könnten Flipflops vor Gericht als Verstoß gegen die Sorgfaltspflicht gewertet werden, warnt der ADAC. Und: Die Vollkaskoversicherung könnte Flipflop-Trägern ihre Leistungen teilweise oder sogar ganz verweigern. **va**

Nur nicht in der Arbeit

Arber Berisha (22), Zahnarzthelferin: „Ich gebe nicht so viel Geld für meine Flipflops aus, und dadurch, dass ich sie jeden Tag trage, muss ich mir jedes Jahr neue kaufen. Ich trage sie die ganze Zeit im Sommer, auch auf dem Weg zur Arbeit. In der Arbeit ziehe ich aber andere Schuhe an.“

Wisar Berisha (26), Angestellter: „Meine halten länger, so zwei Jahre. Ich trage sie auch nur in der Freizeit, aber da kann man sie immer tragen.“

Leder hält länger als Plastik

Holger Hauptmeier (35), Selbstständig: „Die Plastik-Flipflops gehen immer so schnell kaputt, der Steg zwischen den Zehen sollte deshalb schon aus Leder sein. So halten die auch ein paar Jahre.“

Stefanie Hauptmeier (34), Lehrerin: „Hochwertige sind auch bequemer, dafür kann man auch etwas mehr ausgeben. Ich besitze drei Paar und trage sie fast immer, außer bei eleganteren Anlässen. Das fände ich unpassend.“

Sommer-Schluss-Verkauf

Gartenhäuser
alle Muster zum Selbstabbau

40%
reduziert

Terrassenböden
Versch. Holzarten

- Restposten
- Sonderposten

bis zu
50%
reduziert

Gartenmöbel

bis zu
50%
reduziert

HolzLand Kern

Ihr Holzfachmarkt

Siriusstraße 3-7
(direkt an der B 304)
85614 Kirchseeon-Eglharting
Tel.: 0 80 91/55 01-0
E-Mail: info@holzland-kern.de

Öffnungszeiten:

Mo - Fr 8.00 - 18.30 Uhr
Sa 9.00 - 16.00 Uhr

www.holzland-kern.de