

«Ich bin dick!»

Plus-Size-Models? Kennen wir von den Frauen. Nun entdecken auch Männer grosse Grössen – so unverkrampft wie Claus Fleissner ist dabei keiner



Tina Huber

Die Grösse, die stimmt bei Claus Fleissner: 184 cm. Damit erfüllt er die wichtigste Anforderung an ein männliches Model. Die müssen, so verlangt es die High Fashion, zwischen 183 und 190 Zentimeter gross sein. Aber das ist auch schon alles. Taillenumfang? Interessiert ihn nicht. «Ich hab ja keine Taille», sagt Fleissner, «ich hab einen Bauch.» Fleissner ist Plus-Size-Model, hat einen Bauchumfang von 126 Zentimeter und einen erfolgreichen Mode-Blog namens «Extra-Inches». Er ist einer der wenigen Männer, die Kleider in Übergrösse präsentieren. Und im deutschsprachigen Raum einer der erfolgreichsten, was auch daran liegt, dass er mit seiner Fülligkeit so herrlich unverkrampft umgeht, dabei aber nie ins Missionieren gerät.

Bei den Frauen sind manche Plus-Size-Models, auch Curvy-Models genannt, Instagram-Stars und laufen bei den Oscars über den roten Teppich. Etwa die Amerikanerin Ashley Graham, 7,3 Millionen Instagram-Follower. Oder ihre Kollegin Molly Constable, sie bekam als erstes Curvy-Model eine Fotostrecke im «Playboy».

Bei den Männern gestaltet sich die Sache etwas schwieriger. Das fängt bei der Etikettierung an: Wie soll man Männer nennen, die Fettpölsterchen statt Sixpack haben? Kräftig? Füllig? Gemütlich? Auch optisch ist das offenbar nicht ganz

einfach. Die Inhaberin der Schweizer Modelagentur Option, Ursula Knecht, sagte vor einem Jahr zu «20 Minuten»: «Bei einem Mann wirken zusätzliche Pfunde schnell schwabbelig. Bei einer Frau betonen sie im Idealfall vorhandene Kurven.» 2016 schuf die internationale Agentur IMG Models eine Plus-Size-Abteilung für Männer und verpflichtete den Amerikaner Zach Miko. Er gilt als erstes männliches Plus-Size-Model und hat heute 81400 Instagram-Follower. Die Agentur nennt ihn lieber «brawn», was mit «Muskelkraft» übersetzt werden kann. Die Message: Männer, die mehr auf den Rippen haben, sind nicht dick, sondern stark.

Der Bergler-Typ ist derzeit gefragt

Oder «kerlig», wie es Claus Fleissner ausdrückt, und das trifft durchaus auf ihn zu: Er ist eine markante Erscheinung mit dunklem Vollbart, bunten Tattoos auf Armen und Schultern, Piercing in der Nase. Ein Bergler-Typ, wie ihn die Modewelt derzeit liebt. Brawn, kerlig – der 40-jährige Frankfurter wehrt sich nicht gegen solche Hüllwörter. «Aber ich kann es auch direkt sagen: Ich bin dick!» Sieht man ja. «Ich habe kein Problem mit dem Begriff, er ist einfach eine weitere Kategorie in der Mode.»

Auf Instagram präsentiert Claus Fleissner, 13600 Follower, seine Outfits: mal mit Anzug und Flie-

ge, dann mit weissem Hemd und Hosenträgern, vor allem aber: bunte, fast grelle Kombis. Pink-gelb-blau-gestreifter Pulli, Kolibri-Hemd zu gespiegelter Sonnenbrille, Leoprint zu Flipflops. Warum so laut? Muss er auffallen, weil sich die Leute ohnehin nach ihm umdrehen? Fleissner sagt, er habe einfach Spass an knalliger Kleidung. «Ich will zeigen, was mit meiner Figur möglich ist. Nicht verstecken – geniessen!» Wenn sich dann einer nur die Sonnenbrille oder das Hawaii-Hemd abschaut: Ziel erreicht.

Diese Saison ist sein Lieblingsteil ein granatapfelrotes Hemd mit weiss-schwarzem Blumenprint, Claus Fleissner trägt es gerade bei der Arbeit, als wir ihn am Telefon erreichen. Modeln tut er nebenbei, hauptberuflich ist er Content Manager bei Happy Size, einem Anbieter von XXL-Mode.

Eine zweite Claudia Schiffer gibts wohl nicht in Plus-Size

Fleissners Traum wäre: für Gucci modeln. Sein Alltag ist: Bonprix, Lidl, Zalando. Ziemlich unglamourös, nicht? Falsch, sagt Fleissner, diese Aufträge – meist für Kataloge und Onlineshops – seien gut bezahlt. «Da leckt man sich die Finger danach.» In der Mode geben Aufträge entweder Prestige oder Geld, aber selten beides gleichzeitig. Fleissner sieht das alles pragmatisch. Auch die Tatsache, dass Plus-Size nie eine neue Claudia

Schiffer oder Naomi Campbell hervorbringen wird. «Man kann einer Gesellschaft nicht diktieren, was ihr gefallen soll, diese Schönheitsideale existieren nun mal», sagt er. Die Zeit der Supermodels à la Schiffer sei ohnehin vorbei.

Muss man sich daran stören, dass Übergrossen-Models als Antwort auf den Magerwahn gefeiert werden – und auf Catwalks und Hochglanz-Covers doch nur eine Nebenrolle spielen? Denn es ist ja schon so: Wenn Modelabels Aufmerksamkeit brauchen, benutzen sie gerne Begriffe wie «authentisch» oder «Diversität» und schicken Models mit Pigmentstörungen, Cellulite oder Falten über den Laufsteg. Die Tatsache, dass dann alle begeistert in die Hände klatschen, zeugt nicht davon, dass die Modewelt vielfältiger und farbiger wird, sondern unterstreicht im Gegenteil, wie sehr Menschen, die nicht dem westlichen Schönheitsideal entsprechen, in der Mode Aussenseiter sind.

Darauf entgegnet Fleissner nur: «Dann müssten wir ja auch keine schwulen Bürgermeister abfeiern.» Auch wenn heute Diversity-Models noch eine kleine Sensation seien – mit der Zeit würden sie normal, auch dank der Aufmerksamkeit, die sie erhalten. Er sei deshalb überzeugt, sagt Fleissner, dass Plus-Size die Branche und, ja, auch ein bisschen die Gesellschaft verändern könne. Irgendwann. Bunte Hemden bis dahin hat er genug.

«Nicht verstecken – geniessen!», lautet Claus Fleissners Motto
Foto: Pascal Triponez

Barometer



Zauberwort

Dieses allercharmanteste Schild befindet sich im Restaurant des Zürcher Hafens Enge. Hoffentlich legen Eltern für die kostenlose pädagogische Nachhilfe was drauf.

Jaah!

Daniela Lager ist zurück! Finden wir wahnsinnig gut. Und fordern das Moderations-Tandem Lager/Lüthi für den «Club».



Clever

Die eleganteste Methode, das Nachfärben des Ansatzes zu überbrücken: Haarpuder von John Frieda, für knapp 20 Stutz bei Coop City.

Tierliebe

Richtig: Wir haben erst gerade Leo-Print angepriesen, aber mustermässig geht es aktuell Schlag auf Schlag, deshalb ist jetzt Schlangen-Print de rigueur.



Melancholie

Diese Kerze riecht nach Lindenbaum. Und damit nach Sommer. So zögern wir die Herbst-Depression hinaus.



Gut zu Fuss

Diese klobig-unansehnlichen Turnschuhe heissen in der Fachsprache «ugly dad sneakers». Wir gestehen, uns gerade fatal für diese zu erwärmen.

Selbstgespräche

Jennifer Lawrence interviewt Emma Stone, Gwyneth Paltrow, Drew Barrymore: Das ist der neue Magazin-Trend aus den USA. Gute Nacht.



Grmpf

Es war sooo schön leer in der Stadt während der Ferien. Jetzt sind sie alle zurück. Und verstopfen wieder links stehend die Rolltreppen.

