

# Die neue Lust am Stricken

Tolle Woll-Ideen, aber zwei linke Hände? Da fragen wir doch einfach die Strick-Omas! Die lassen auf Bestellung ihre Nadeln klappern und verbinden damit ganz nebenbei Alt und Jung, Trend und Tradition

TEXT: SILVIA TYBURSKI

**S**trick mir die roteste Mütze, die es im ganzen Königreich gibt!“, bittet die Prinzessin ihre Großmutter. Und die bekommt sie: kirschtrot, mit einem Umhang bis über die Schultern und einem 13 Meter langen Zipfel.

Dieses wollene Ungetüm ist zwar nur eine Requisite aus dem neuen Familienfilm „Das Märchen von der Prinzessin, die unbedingt in einem Märchen vorkommen wollte“ (Kinostart: 23. Mai). Doch es wurde auf Wunsch des Filmproduzenten tatsächlich von einer Großmutter gestrickt: von Sigrid Wiese, einer herzlichen, gut gelaunten Rentnerin.

Sigrid Wiese ist jung genug, um Jeans zu tragen. Und mit 64 Jahren alt genug, um Oma zu sein. Nicht nur für ihre drei Enkel, sondern auch als Strick-Oma auf Bestellung. Denn zusammen mit 25 Seniorinnen und einem Opa arbeitet sie für myoma.de, ein vor anderthalb Jahren im fränkischen Fürth gegründetes Internet-geschäft, in dem man alles kaufen kann, was Stricknadeln hergeben: Stulpen, Pullunder, Handy-Taschen oder Mützen. Jedes Stück ist handgemacht. Wenn der Kunde seine

Bestellung geliefert bekommt, liegt immer auch eine Autogrammkarte mit dem Foto der jeweiligen Strickerin bei.

Strickmode ist derzeit sehr gefragt. „Gerade in den letzten zwei Wintern hat sich da einiges entwickelt, sodass wir eine richtig tolle Vielfalt an neuen und wiederentdeckten Strickoptiken geboten bekommen“, sagt Nina Peter vom Deutschen Mode-Institut (DMI) in Köln. Neben Designern wie Missoni setzen besonders Kenzo und Michael Kors auf Strick, und auch A Détacher, Max Mara und Temperley haben viele luftig gestrickte Stücke in ihren Kollektionen für den kommenden Sommer.

Diese neue Woll-Lust hat nicht nur große internationale Firmen erfasst. Sie hat auch einen wahren Gründerboom von kleinen Start-up-Unternehmen ausgelöst. Sie alle arbeiten

mit Seniorinnen zusammen, die vom Stricken sicher mehr Ahnung haben als die meisten Kreativdirektoren großer Marken. Zu diesen neuen Labels gehören

zum Beispiel MyOma, Alte Liebe, Minga Berlin, oma-strick oder Oma Schmidt's Masche. Ihre Gründer sind junge Leute mit einem Faible für Handgearbeitetes, die irgendwann feststellten, dass da ein riesiges Potenzial schlummert: Es gibt jede Menge älterer Frauen mit jahrzehntelanger Erfahrung im Stricken und Häkeln, mit ungenutzter Zeit – und mit viel Lust, dies alles in einer guten Idee zu verknüpfen.

Der Erfolg dieser Start-ups hat viel mit Gefühlen und Sehnsüchten zu tun. Nina Peter vom DMI sieht in den Oma-Labels „den zunehmenden Wunsch der Konsumenten nach Individualität, da wir durch die starken großen Modemarken immer uniformierter und einförmiger werden.“ Vielleicht liegt es auch daran, dass Selbstgestricktes Wärme und Geborgenheit ausstrahlt, manchen erinnert es an die eigene Großmutter.

An eine wie Ingeborg Seifert (77) zum Beispiel. Sie ist eine Dame, mit ihrem kurz geschnittenen >>>



*„Lifestyle trifft auf traditionelles Handwerk – und Jung und Alt machen gemeinsame Sache“*

ELISA STELTNER UND NADJA RUBY (beide 27) arbeiten für ihre Strickmützen-Firma Alte Liebe mit Kasseler Seniorinnen zusammen



*„Viele Leute mögen schöne, selbst gestrickte Sachen, können aber nicht stricken“*

**MARKUS LUKASSON (36)**  
hat mit Minga Berlin ein Label für Bio-Socken gegründet

silbergrauen Haar, den schönen Augen und dem dezenten Make-up. Jeden Dienstag sitzt sie zusammen mit 30 weiteren Frauen in der Diakonie München-Hasenberg und lässt die Nadeln klappern, unter anderem für eine Socken-Edition des jungen Öko-Labels Minga Berlin. Der Erlös dieser „Granny“-Serie kommt, wie auch alles andere, was die Münchnerinnen stricken, Kinder-Hilfsprojekten zugute.

„Nicht nur der gute Zweck, auch die regionale Herstellung und die Öko-Qualität der schadstoffgeprüften Wolle kommen bei den Kunden gut an“, sagt Markus Lukasson (36), der Gründer von Minga Berlin. „Es gibt viele Leute, die schöne, handgearbeitete Sachen mögen, aber nicht stricken können.“ Er selbst zum Beispiel: „Im Strickunterricht hatte ich damals eine glatte Fünf.“ Heute sind die Zeiten, in denen Stricken und Häkeln noch zu den Grundkompetenzen des Lebens zählen, oh-

nehin vorbei. „Meine Enkel haben leider keine Handarbeitsstunden mehr in der Schule“, sagt Ingeborg Seifert. „Ich habe ihnen zwar gezeigt, wie man strickt, aber der Computer ist ihnen gerade viel wichtiger.“

Der Trend zum Oma-Strick verbindet Menschen miteinander und untereinander. Die Seniorinnen, die MyOma-Inhaberin Verena Röthlingshöfer (32) durch Zeitungsanzeigen fand, stricken meist zu Hause. Einmal im Monat aber ist Teambesprechung, dann treffen sich Sigrid Wiese und ihre Kolleginnen zum Plauschen und gemeinsamen Arbeiten in der großen Küche der Firmenzentrale. Ihre junge Chefin kocht ihnen dann Kaffee, liest die aktuellen Facebook-Einträge vor und leitet Bestellungen weiter, die online eingegangen sind. „Diese Treffen sind ganz wichtig – es sind schon richtige Freundschaften dadurch entstanden“, erzählt Röthlingshöfer. Einige der Frauen sind

verwitwet und auch deshalb glücklich über ihre neuen Kontakte.

Ältere Menschen aus der Isolation holen wollten auch die Designerinnen Elisa Steltner und Nadja Ruby (beide 27), als sie sich 2010 auf der Suche nach strickenden und häkelnden Damen an ein Seniorenheim in Kassel wandten. Ihr Unternehmen Alte Liebe war zunächst nur eine Projektarbeit fürs Studium. Doch die selbst gemachten Mützen fanden reißenden Absatz. Und das nicht nur in Deutschland: Weil vor allem Surfer die trendigen Teile lieben, sind sie inzwischen sogar in Surfgeschäften in Frankreich und Spanien erhältlich.

Mit dem Gewinn finanzieren die Seniorinnen Ausflüge und Konzerte. Viel wichtiger aber ist die Anerkennung, die sie erfahren, das Gefühl, noch etwas zu leisten.

Kunden schicken ihnen oft Fotos, Briefe und Postkarten. „Die Idee ist einfach charmant und bringt die Leute zum Lächeln“, erklärt Nadja Ruby den Erfolg der Oma-Labels. „Lifestyle trifft auf traditionelles Handwerk, Seniorenwohnanlage trifft Surfcamp oder Skigebiet. Jung und Alt machen gemeinsame Sache – und das mit viel Spaß.“

*„Meine Kunden haben keine Lust mehr auf Billigtextilien aus Drittweltländern“*

**VERENA RÖTHLINGSHÖFER (32)**  
ist Diplom-Kommunikationswirtin und Geschäftsführerin von myoma.de

