

Modemarke Caren Pflieger wird neu lanciert

Comeback einer Verschollenen



Kuschelweicher Strick, der in Norditalien in einem kleinen Manufakturbetrieb hergestellt wird: Die neuen Kreationen von Caren Pflieger. (Bild: PD)

Caren Pflieger, in den achtziger und neunziger Jahren eine angesehene deutsche Modemarke, wird neu lanciert. Ein Zürcher Unternehmer glaubt, dass der Name auch nach fünfzehn Jahren Funkstille noch genügend Ausstrahlung hat.

Caren Pflieger! Gütiger Himmel – den Namen hatte man fast vergessen. Dabei lebt die 1945 als Katharina von Paffendorf geborene Modedesignerin und Beauty-Fachfrau, einst Chefin eines mittleren Stil-Imperiums, ja noch. Sie begann ihre Karriere als Fotomodell in den siebziger Jahren in New York, war für Estée Lauder und Revlon tätig

und, so liest man staunend, ganze 24-mal auf dem Cover der amerikanischen «Vogue» zu sehen. Caren Pflieger war das «German Supergirl» der späten siebziger und achtziger Jahre, studierte Mode, gründete eine Modellagentur und lancierte 1986 ihre erste Modekollektion – sie richtete sich an die gerade in Mode kommenden «Business-Ladys». Sieben Teile umfasste ihre ideale Garderobe, und sie traf damit den Nerv der Zeit.

Ein steiler Weg nach oben – bis die Pfligersche Rakete irgendwann Mitte der neunziger Jahre nicht mehr höher steigen wollte. «Caren Pflieger war immens fleissig und durchaus avantgardistisch», stellte die «Welt» 2001 anerkennend fest, als

die Unternehmerin ein Beauty-Buch veröffentlichte, «Charisma, die sieben Säulen der Schönheit» (Ullstein). «Bevor ich erklärt habe, was ich will, habe ich es schon selbst erledigt», liess sich Caren Pflieger zitieren. In ihren besten Zeiten stand Caren Pflieger auf Augenhöhe mit Jil Sander. Doch die zweite Hälfte der neunziger Jahre war nicht ihre Zeit. Sie hatte Pech mit der Vergabe von Lizenzen und klinkte sich schliesslich aus dem Modezirkus aus. Dann war fünfzehn Jahre Ruhe.

Schmeichelhaftes Cashmere

Jetzt soll Caren Pflieger wieder auferstehen. Der Zürcher Immobilienunternehmer Oliver Wolfensberger (Peach Property) hat sich die Markenrechte gesichert und einer jungen Truppe am Zürichsee den Auftrag gegeben, eine Kollektion unter dem Namen zu entwerfen, den anscheinend noch immer über sechzig Prozent der deutschen Frauen kennen. Creative Director ist Nathalie Schönenberger, die Anfang der nuller Jahre selbst mit ihren «NDS-Flugtaschen» internationale Erfolge feierte und heute in Wädenswil eine Modeagentur betreibt, die jetzt der Caren-Pflieger-Hauptsitz ist.

Dieser Tage wurde die neue Caren-Pflieger-Kollektion in einer pittoresken Dach-Maisonnette mit Blick aufs Zürcher Grossmünster der Öffentlichkeit vorgestellt. Sie besteht im Wesentlichen aus kuschelwei-



Ein Schlüsselteil der neuen Caren-Pfleger-Kollektion: Das Strick-Cape mit am saum angesetzten Ärmelbündchen.(PD)

chem Cashmere-Strick, der in Norditalien produziert wird. Die Schnitte sind grosszügig, bequem und entspannt und dürften auch einer Kundin gefallen, die nicht mehr zwanzig Jahre jung ist. «Eine zeitlose weibliche Eleganz» ist es, die Nathalie Schönenberger für Caren Pfleger vorschwebt.

Mit Demut kalkuliert

Die Farbpalette beschränkt sich auf Crèmeweiss, Schwarz und Navy. Feine Kontraststreifen sollen mittelfristig zum Markenzeichen werden. Für die erste Kollektion hat sie sich von ihren eigenen Bedürfnissen leiten lassen und die Lieblingsteile ihrer Garderobe studiert. Direkten Kontakt mit der Namensgeberin habe sie nie gehabt, sagt Nathalie Schönenberger, doch sie habe deren Arbeit intensiv studiert, empfinde grossen Respekt da-

vor und hoffe, «dass sie das, was wir jetzt in ihrem Namen zeigen, auch gut findet».

Im Visier hat Caren Pfleger gehobene Boutiquen und Warenhäuser im In- und Ausland, deren Kunden Qualität zu einem fairen Preis zu schätzen wissen. Tatsächlich kosten die aus Loro-Piana-Garnen gestrickten Kreationen zwar nicht wenig, scheinen aber mit einer gewissen Demut kalkuliert zu sein und sind sicher günstiger als die anderer Luxuslabels. Die Kollektion, die jetzt geordert und bestellt wird, wird noch in diesem Herbst ausgeliefert – kurze Wege und direkte Beziehungen zu den Manufakturen sollen diese ehrgeizigen Pläne möglich machen.