

Heizkissen sind was für Omas? Das war gestern. Denn das Corona-Virus treibt nicht nur Infektionszahlen in die Höhe, sondern auch die Nachfrage nach bestimmten Produkten. Wärme auf Knopfdruck zum Beispiel. Lagen die beheizbaren Kissen in der Vergangenheit vorzugsweise auf schweren Ohrensesseln, dürfen sie jetzt, oft klein zusammengeklappt, auf Reisen gehen. In Handtaschen und Rucksäcken nehmen Jung und Alt sie mit, ins gut gelüftete aber eben leider auch eiskalte Klassenzimmer, zu Meetings im Freien, zum Plausch in den Park oder (bald hoffentlich wieder) zum Kaffee in den Schanigarten. Dort sind die inzwischen kabellos wärmenden Kissen die wesentlich umweltfreundlichere Alternative zum Heizpilz, denn sie heizen nicht die Luft, sondern genau da, wo wir es gerne küschelig warm haben wollen, etwa an Po oder Rücken, manchmal auch an den Nieren oder – umfunktioniert als Muff – an den Händen.

Mit extremen Temperaturen kennt sich unser Tester aus. Sechsmal die Woche steht „Didi“ hinter seinem Obst-Standl vor der Ludwigs-Maximilians-Universität in München, Sommer wie Winter. Nachdem er einmal an einem Novemberabend so richtig froh, perfektionierte er das Zwiebelprinzip in Sachen Kleidung und versorgt seine Kunden auch bei Temperaturen um den Gefrierpunkt immer gut gelaut mit Früchten, damit sie „pumperlgsund“ bleiben. Für uns hat er sechs Heizkissen getestet auf Akkuleistung, Wärme, Material, Aussehen, Gesamteindruck – jeden Tag ein anderes Exemplar.

LARA VOELTER



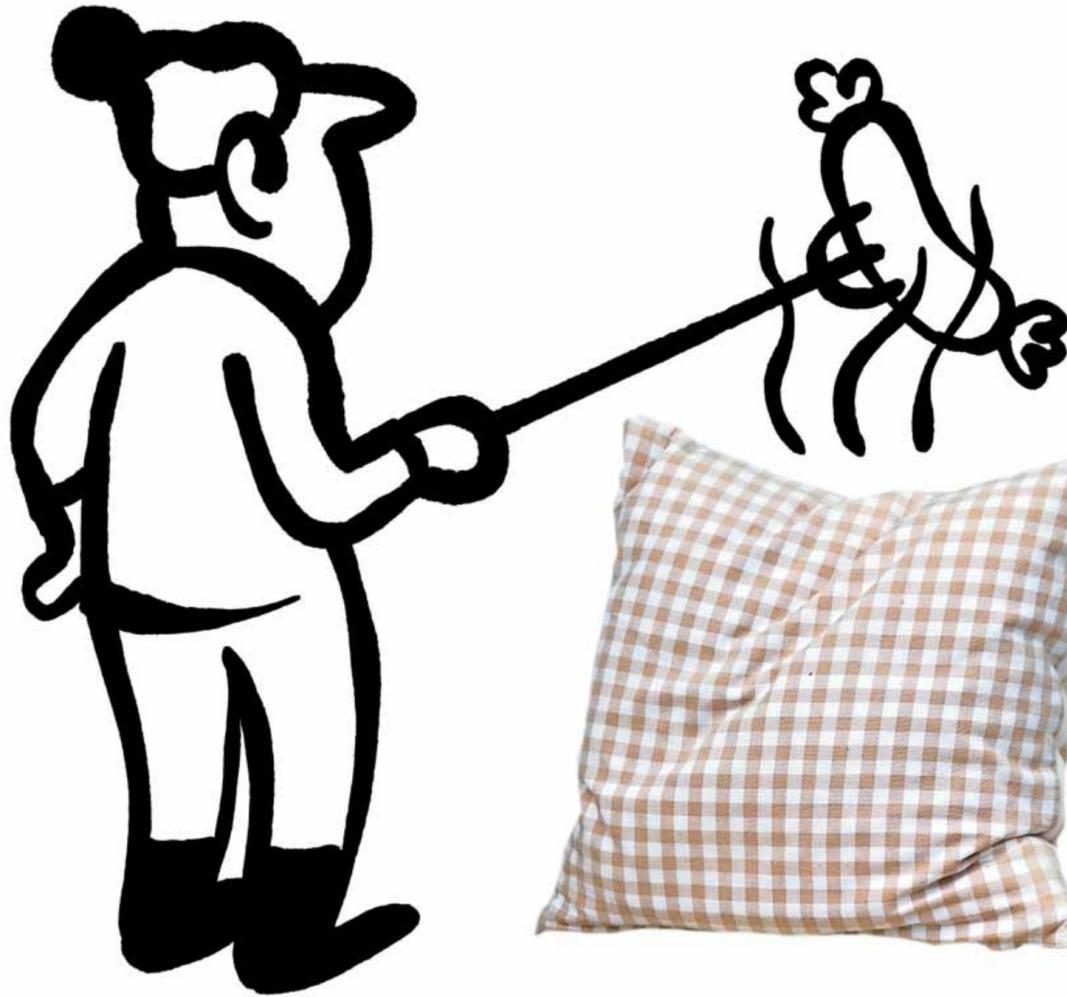
Der Experte: Dieter Schweiger, 62, auch „Obststandl-Didi“ genannt, gehört zu München wie der Englische Garten. Seit 36 Jahren verkauft er sein Obst direkt an der Leopoldstraße zwischen Siegestor und Universität. „Ja Servus, griäß di“ – das bayerische Original kennt gefühlt jede zweite Person, die vorbeigeht. Erst wenn die Temperaturen „sehr winterlich“ werden, nimmt er sich einige Wochen Urlaub. Nebenher gibt er in Firmen Schulungen, wie sich durch gute Laune der Verkauf steigern lässt, dreht Werbespots und schreibt Bücher.

Hinweis der Redaktion: Ein Teil der auf dieser Seite vorgestellten Produkte wurde der Redaktion von den Herstellern zur Verfügung gestellt und nach dem Test zurückgeschickt oder gespendet.

ILLUSTRATION: DIRK SCHMIDT,
FOTOS: HERSTELLER, IMAGO/KARLHEINZ PAWLIK

Wärme auf Knopfdruck

Zugige Klassenzimmer, kalte Meetingräume, Treffen im Park – Heizkissen sind das neue Accessoire des Corona-Winters. Doch wie gut funktionieren die verschiedenen Modelle?



Der Allrounder

„Dieses Heizkissen war mit seiner Zusatzfunktion als Nierengurt, den man sich umschnallen kann, hier bei mir am Obstandl der absolute Star – mein Testsieger. Wenn der Rücken gewärmt wird, hat man das Gefühl, dass der ganze Körper warm wird. Die Wärme ist sehr intensiv und sehr angenehm – laut Beschreibung ist es Infrarotwärme. Wenn man die höchste der drei Stufen einstellt, dann erhält man sehr hohe Temperaturen bis zu 55 Grad. Der große Vorteil ist, dass man trotz der Wärme nicht schwitzt, sondern einfach sehr angenehm gewärmt wird. Und dadurch, dass man die Wärme direkt an den Nieren und nicht nur unter dem Hintern hat, wird der Körper einfach anders, umfassender gewärmt. Zum Draufsitzen wäre mir dieses Heizkissen zu schade, weil es die Rücken- und Nierenpartie am effektivsten wärmt. Das Aussehen ist sehr gepflegt, die graue Farbe in Kombination mit der schwarzen gefällt mir, das Material fühlt sich auch direkt auf der Haut ziemlich angenehm an. Die Akkuleistung beträgt bei niedrigster Stufe bis zu sieben Stunden. Dieses Exemplar würde ich mir sofort kaufen, auch, weil es zu mir und meiner Arbeit hier am Obstandl am besten passt. Auch wenn ich vom Stuhl aufgestanden bin und Obst abgewogen und eingepackt habe, hatte ich es trotzdem immer schön warm.“

Outchair Heat Pad Pro
Preis: 79,90 Euro*
Bewertung: 10 von 10 Punkten



Das Feurige

„Das Heizkissen schöpft sein Potenzial voll aus. Es erwärmt auf drei sehr angenehme Temperaturstufen zwischen 34 und 44 Grad. Die höchste Stufe fühlt sich richtig heiß an, was aber nicht unangenehm ist – im Gegenteil, damit hat man immer Feuer unterm Hintern. Bei niedrigster Heizstufe beträgt die Akkuleistung bis zu fünf Stunden, bei mir am Obstandl reicht es also für einen guten halben Tag. Auch Aussehen und Material sprechen mich an: Es ist ein feines Kissen, 45 mal 35 Zentimeter groß, das sich gut anfühlt und auch sehr leicht zusammengerollt transportiert werden kann. Da es kaum Gewicht hat, ist es ideal, um es überall mithinzunehmen. Und wenn es mal schmutzig wird, lässt sich der Thermo Seat problemlos waschen.“

Rexthermo Seat
Preis: 78,90 Euro*
Bewertung: 10 von 10 Punkten

*= Preis im Online-Shop des Herstellers



Der Originelle

„Dieser Muff ist bestens geeignet für Jäger. Man kann die kalten Hände immer wieder vom Gewehr lösen und sie zwischendrin wunderbar darin wärmen. Es ist sehr praktisch, dass man sich den Muff mit einem Tragegurt umschnallen kann. Er ist größenverstellbar, sodass er auch um meinen Ranzen passt. So hat man die Hände frei. Man kann den Muff aber auch aufknöpfen und blitzschnell zum Heizkissen umfunktionieren – das ist sehr witzig und originell und die Handhabung ist sehr unkompliziert. Als Muff ist dieses Exemplar für mich persönlich aber besser geeignet. Die grüne Farbe, das weiche Material und das Aussehen gefallen mir sehr gut. Die Akkuleistung beträgt bei niedrigster Stufe bis zu zehn Stunden. Die Wärme lässt sich über vier verschiedene Heizstufen regulieren, allerdings war der Unterschied zwischen den Stufen nicht so deutlich zu spüren. Besonders warm ist der Muff auch bei der höchsten Stufe nicht geworden.“

Alpenheat Fire 2in1 Muff & Cushion
Preis: 139,95 Euro*
Bewertung: 8 von 10 Punkten



Das Stylish

„Dieses Heizkissen von Stooov ist ein typisches Wohnzimmerkissen, in dem sich allerdings Infrarot-Elemente verstecken. Es ist in verschiedenen Farben und Formen erhältlich. Das Strickmuster des waschbaren Bezugs ist hübsch und das Material angenehm, aber mit der Wärme war ich nicht zufrieden. Das Kissen soll laut Hersteller zwar bis zu 42 Grad warm werden, doch selbst wenn ich die höchste der drei Heizstufen eingestellt habe, konnte ich keinen großen Wärmeunterschied bemerken. Auf der niedrigsten Stufe beträgt die Akkuleistung zwar sechs Stunden, aber für niedrige Temperaturen und im Freien ist es definitiv nicht geeignet. Das ist mehr ein Schickimicki-Kissen – passend zu manchen Münchner Schickeria-Leuten: optisch zwar schön, aber es steckt nicht so viel dahinter.“

Stooov Ploov
Preis: ab 79,95 Euro*
Bewertung: 6 von 10 Punkten



Das Sportliche

„Das ist das Fußballstadionkissen schlechthin – am besten fürs Grünwälder Stadion, wenn 1860 München spielt. Wenn einem dann bei minus zehn Grad der Wind in den Krügen pfeift, hat man zumindest einen warmen Po. Das Kissen ist sehr leicht und gut zu transportieren: einfach zusammenklappen, Gummiband drumrum und wie einen Aktenordner unter den Arm klemmen – oder in das kleine Rucksackl stecken, das mitgeliefert wird. Das Kissen ist gut gepolstert und wärmt angenehm auf bis zu 40 Grad, so dass man es sich auf den kalten Sitzschalen im Stadion wunderbar bequem machen und sich voll und ganz auf das Spiel konzentrieren kann. Auch das Aussehen gefällt mir sehr gut: Es ist schön schlicht. Die Akkuleistung der mitgelieferten Powerbank beträgt zwar nur zwei Stunden – für ein Fußballspiel reicht es also gerade. Mit einer stärkeren Powerbank kann sie aber laut Hersteller auf zehn bis zwölf Stunden erhöht werden.“

Heatmyseat
Preis: ab 69 CHF (ca. 63 Euro)*
Bewertung: 9 von 10 Punkten



Das Kuscheelige

„Hier haben wir ein typisches Sofakissen, bezogen mit UV-beständigem Outdoor-Stoff, der sich küschelig und wertig anfühlt. Das Kissen sieht sehr edel aus und ist in fünf verschiedenen Farben erhältlich. Der Bezug ist abnehmbar, so lässt er sich gut waschen. Man kann es sowohl für den Rücken als auch zum Draufsitzen benutzen, wobei es für letzteres etwas zu dick ist. Aber im Rücken ist es sehr angenehm. Man kann das Kissen auf bis zu 40 Grad erwärmen und merkt die Unterschiede zwischen den jeweiligen Heizstufen auch. Mir persönlich ist es nur einfach zu groß. Zum Mittragen ist es nicht kompakt genug, aber dafür ist es ja auch nicht gedacht. Eine Powerbank kann für 24,90 Euro entweder mitbestellt werden oder man kann eine eigene Powerbank verwenden. Mit der mitgelieferten Variante beträgt die Akkuleistung acht Stunden.“

Heatme Home
Preis: ab 99 Euro*
Bewertung: 8 von 10 Punkten

Liftstation Sehnsucht

Ausgerechnet in dieser Saison gibt es so viel Designer-Skikleidung wie noch nie. Was tun die Marken, wenn der Berg ruft, aber der Lift nicht fährt?

Im Frühjahrs-Lockdown war einer der beliebtesten Hashtags auf Instagram: „All dressed up and nowhere to go.“ Die Leute brezelten sich auf, was das Zeug hielt, obwohl sie nirgendwohin konnten. Gab ja sonst nicht viel zu tun, aber massenhaft Auswahl im Kleiderschrank. Bei den meisten herrscht dort längst so etwas wie Ganzjahres-Hamstern.

Das modische Motto des Winter-Lockdowns könnte nun lauten: „All geared up and nowhere to ski.“ Hochgerüstet bis unter die Skispitzen, aber keine offene Piste in Sicht. Denn ausgerechnet in dem Jahr, wo die Lifte in vielen Ländern geschlossen bleiben oder, wie in Österreich, vorzugsweise für Einheimische laufen, hat die Modebranche so viele Designer-Skiskachen wie noch nie an den Start gebracht. Wir könnten am Berg die Figur unseres Lebens machen (und dafür den Gegenwert von mehreren Saisonkarte in Kitzbühel versenken) – wenn man uns denn nur ließe.

Gehen wir trotzdem mal das Aufgebote durch, quasi als Trockenübung. Fendi, Chanel oder Stella McCartney haben schon seit Langem Skikleidung im Programm. Neu dabei ist Louis Vuitton, wo der Designer DiZigital: Alle Rechte vorbehalten – Süddeutsche Zeitung GmbH, München
Jegliche Veröffentlichung und nicht-private Nutzung exklusiv über www.sz-content.de

Virgil Abloh im vergangenen Jahr eine „Performance-Linie“ namens „LV 2054“ für Männer herausbrachte, die nun um Skiklar erweitert wurde und unfreiwillig prophetisch daherkommt: Der bunt changierende Logo-Print sieht farblich wie die Aufnahmen dieser Wärmebildkameras aus, die in Hotels und Restaurants neuerdings

Ski-Klamotten, ganz klar, sollen in diesem Jahr eben einfach in der Stadt getragen werden

die Körpertemperatur messen. Auch von Dior Men gibt es zum ersten Mal Skisachen, von der Brille bis zum Snowboard und silbernem Anorak, alles mit einem deutlichen „Dior“-Schriftzug versehen. Chloé wiederum hat eine Kollektion mit der angesagten französischen Skimarke Fusalp lanciert. Farblich sehr Siebzigerjahre-lastig, Retro-Skihosen mit ausgestellttem Bein inklusive.

Als diese Sachen vor Monaten entworfen wurden, dachten die Firmen freilich noch, ihr Timing könnte nicht besser sein: Der Bedarf nach Designer-Skiklar ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen.

Während am Berg früher nur Marken gefragt waren, die sich mit Eis und Schnee auskannten, wollen viele nun auch hier modisch unterwegs sein. Online-Boutiquen wie Mytheresa oder Net-a-porter führen deshalb mittlerweile eigene Ski-Abteilungen auf ihren Seiten, die ungefähr im gleichen Tempo wachsen wie die Pistenkilometer in den Alpen. Gleichzeitig haben Outdoor-Spezialisten wie Woolrich oder Moncler ihrerseits zugelegt und bringen laufend Designer-Kooperationen auf den Markt. Die kunstvollen Entwürfe für „Moncler Genius“ von Valentino, JW Anderson oder Simone Rocha sind zwar nicht immer wirklich pistentauglich, machen aber überdeutlich, dass die Daunenjacke vollends zum Designobjekt geworden ist.

Aber wer braucht den ganzen Kram, wenn Winterzauber dieses Jahr weitgehend gestrichen ist? Sportfachhändler wie Intersport erwarten bereits ein hohes zweistelliges Minus im Bereich Alpinski, Eissport und Rodeln für diese Saison. Lediglich Tourenski gingen plötzlich durch die Decke, heißt es vom Verband Deutscher Sportfachhandel. Auf einen Alpinski würden teilweise zehn Paar für Skitouren verkauft. Wenn der Berg ruft, der Lift aber



Auch Designer wie Louis Vuitton setzen auf Skimode. FOTO: JEAN-VINCENT SIMONET/LV

nicht kommt? Steigt man eben selbst hoch.

Womöglich inszenieren Marken wie Fendi ihre Ski-Werbung deshalb gerade betont urban: Die Models in der Kampagne stehen am Gleis einer Zugstation, die Strecke könnte natürlich irgendwo in den Schnee führen, die sonst obligatorische weiße Pracht ist aber weit und breit nicht zu sehen. Erhoffter Subtext: Saukalt kann es im Winter überall werden, selbst am zügigen S-Bahn-Steig Tutzing schadet so eine gelb-schwarze Latzhose aus Softshell nicht.

Früher war alles besser. Diese Nostalgie sieht man jetzt auch den warmen Jacken deutlich an

Gucci bewirbt seine neue Kooperation mit The North Face einfach gleich mit dem „Spirit of Exploration“. Der Entdeckergeist muss nicht immer wortwörtlich an abgelegene Orte führen, sondern kann auch „in metaphorischem Sinne“ verstanden werden, sagt der Designer Alessandro Michele. Das wahre Abenteuer liegt also im Kopf, und dort sieht es mit Old-School-Bergsteigerschuhen und Mustern aus den Firmen-

archiven wieder extrem nach den Siebziger aus.

Der allgemeine Nostalgetrend, der sich durch die gesamte Popkultur zieht, weil die Welt früher noch so schön in Ordnung war, macht auch vor der Skimode nicht halt. Das könnte aktuell sogar ein Stück weit ihre Rettung sein: Auf Flohmärkten und bei Vintage-Händlern sind die neonbunten Elho-Jacken aus den Achtzigern wieder gefragt – und zwar weniger, um sie auf der Piste, sondern vor allem, um sie auf der Straße anzuziehen.

Auch die Skisachen von Jet Set, jener Marke, die 1969 in St. Moritz gegründet wurde und aktuell von Designer Michael Michalsky wiederbelebt wird, werden bevorzugt „off piste“ getragen. Denn die engen „Magic Ski Pants“ machen beim Après-Ski und auch ganz ohne Sport eine ziemlich gute Figur. Anoraks mit buntem, marmoriertem Tie-Dye aus den Achtzigerjahren sollen einen auch ohne Liftbetrieb in höhere Sphären befördern. Skikleidung mit Retro-Touch kann auch ohne Berg ein Statement sein.

Noch ein Motto für diesen seltsamen Winter: Es gibt keine falsche Kleidung, nur die richtige Einstellung. SILKE WICHERT