

Sorgfalt, wohin man schaut – in der Einrichtung, aber auch in der Auswahl der angebotenen Produkte

Überzeugte Wiesbadener:
Petra Wasem-Thiele und ihr Mann Stefan Thiele



StadtStück

TAUNUSSTRASSE 55

Man fragt sich eigentlich, warum bisher niemand auf diese Idee kam: ein Laden mit dem Schönsten und Kreativsten aus Wiesbaden, zum Verschicken und Sichselberschenken, zum Freuen und Genießen, zum Sammeln und Mitbringen. Das ist „StadtStück“, neuester Zugang in der Taunusstraße, kürzlich eröffnet von der Kunsthistorikerin Petra Wasem-Thiele und ihrem Mann, dem Journalisten Stefan Thiele. Mit dem Weihnachtsgeschäft sei man bereits sehr zufrieden gewesen, sagt die Inhaberin. Kein Wunder, denn es gibt hier vieles, was man sonst kaum findet: Wiesbaden in Flaschen und Dosen, in Tüten, als T-Shirt, als Backförmchen, als Mousepad, Kissen, Krimi und Bildband.

Und alles ist mit Liebe produziert, keine Massenware, sondern Designerstücke, sorgfältig ausgesucht oder sogar selbst entworfen. Petra Wasem-Thiele hatte lange Zeit mit einer Freundin ein ähnliches Geschäft in Frankfurt. „Da haben wir auch Führungen und Veranstaltungen zur Lokalhistorie organisiert“, erzählt sie. Ähnliches kann sie sich auch für Wiesbaden vorstellen. Noch aber ist das Ehepaar, das seit einem Vierteljahrhundert in der Landeshauptstadt lebt und sich als Wiesbadener fühlt, beim „Ankommen“. Ihren Laden haben sie hell und freundlich gestaltet. Es gibt unglaublich viel zu gu-

cken: Gleich neben der Tür empfängt ein Regal mit Köstlichkeiten von Senf bis Apfelwein, von Blütensirup bis Plätzchen die Kunden. Gegenüber gibt es exklusive Kissen mit Wiesbaden-Motiven oder auch Daten: Hier sieht man, wie dekorativ Zahlen und Buchstaben sein können.

Auch das ist Wiesbaden?

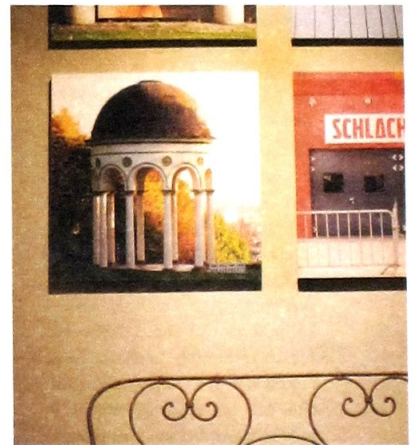
Eine besonders spannende Idee sind die Fotoquadrate von Stefan Thiele. „Ich bin mit Fahrrad und Kamera durch Wiesbaden gestreift und habe ungewöhnliche Details gesucht“, erklärt er. Schilder und Leuchtreklamen, Graffiti und Türen, Verkehrsschilder und Denkmäler, Kinoeingänge und Fassadenschmuck. Manches erkennt man gleich, bei anderem ist man perplex: Auch das ist Wiesbaden? Man möchte sofort alle haben. Und es gibt noch mehr besonderen Wandschmuck: Wer nicht das Glück hat, eine der typischen Wiesbadener Altbauwohnungen zu haben, kann sich den Stuck nun auch als Fake an die Decke kleben. Rosetten in unterschiedlichen Designs mit 3-D-Wirkung sind im Angebot. Dazu die ganze Palette von Wiesbaden-Büchern: Krimis, Kochbücher, Bildbände. Die witzigen Magnete und Postkarten der „MainSpatzen“ aus Frankfurt („Karl, mei Drobbe“, „Lebbe geht weiter“, „Keep calm and drink Schoppe“) wurden um Wiesba-

den-Motive erweitert, und so kann man sich jetzt am Kühlschrank als „Dotzheimer Mädchen“ oder „Biebricher Bub“ outen.

Der Laden ist so weit von einem Souvenirshop entfernt, wie man sich nur vorstellen kann. „Unsere Zielgruppe sind natürlich auch Touristen, und es waren auch schon viele Amerikaner hier, die oft richtig stolz sind, in dieser tollen Stadt zu leben, und etwas Schönes mitnehmen wollen“, erzählt Stefan Thiele. „Aber wir möchten auch den Wiesbadenern selbst neue Identifikationsmöglichkeiten mit ihrer Stadt bieten, zeigen, wie kreativ hier viele sind.“ Nicht zuletzt auch seine Frau selbst, die ihre Ideen in Zusammenarbeit mit Designern verwirklicht: So hatte sie zum Beispiel die geniale Eingebung, kleine Beistelltischchen und Fußbänkchen mit Motiven von historischen Wiesbaden-Postkarten oder Gemälden von Jawlensky verzierern zu lassen. Kurhaus-Plätzchen zeigen richtig dreidimensional die Fassade.

Saubere Sache: Äpfelwoi-Seife

„Wein nehmen wir natürlich auch noch ins Sortiment“, sagt Petra Thiele-Wasem mit Blick auf das noch etwas Äpfel-lastige Getränkeangebot. Dafür gibt's diesen auch als Gelee, Chutney und sogar Äpfelwoi-Seife. „Als unser Sohn vor ein paar Jahren zum Schüleraustausch nach



Eine Stadt mit vielen Facetten

USA flog, hätten wir ihm gerne etwas Wiesbaden-typisches mitgegeben“, erinnert sich Stefan Thiele. „Es gab nichts, was uns gefiel, also haben wir ihm Frankfurter Souvenirs eingepackt“. Das dürfte jetzt nicht mehr passieren. Zum Beispiel die handlichen, leichten und flach eingepackten „Städtlichter“ mit lasergeschnittener „Skyline“-Ansicht vom Neroberg bis zur Marktkirche haben nicht nur bei Austauschschülern das Zeug zum Verkaufshit.

Anja Baumgart-Pietsch
Fotos Mary Goldfinger