

Normal ist das neue Cool

UNPRÄTENTIÖS. Kein Stress: In der Mode ist endlich wieder Entspannung angesagt. Seit eine New Yorker Trendagentur den Begriff „Normcore“ geprägt hat, ist der Druck von vielen Fashionistas abgefallen, immer top gestylt sein zu müssen.

Das (Glücks-)Rad der Mode hat sich wieder einmal weitergedreht und ist auf einem ganz neuen Feld zum Stehen gekommen. Den Höchstgewinn in Sachen Fashion erzielt derzeit, wer sich so normal, so durchschnittlich, so unauffällig wie möglich anzieht. Modische Spitzen sind im Moment so gefragt wie ein Schnitzel in einem veganen Restaurant. Warum der stilistische Einheitsbrei gerade so en vogue ist, erklären wir hier.

WAS IST PASSIERT?

Die vergangenen Jahre waren modetechnisch von immer schneller werdenden Trends geprägt. In den Filialen der Bekleidungsketten hingen alle zwei Wochen völlig neue Outfits und die Designer der High-Fashion-Labels designen bis zu zehn Kollektionen pro Jahr. Selbst das inte-

ressierte Publikum ist nicht mehr mit dem Styling nachgekommen. Zuerst hat sich daraus eine „Hauptsache individuell“-Mentalität entwickelt. Jetzt aber sind die ersten Ermüdungserscheinungen zu sehen. Womit wir beim Normcore-Trend wären:

WAS BEDEUTET „NORMCORE“?

Das New Yorker Marketingbüro *K-Hole* hat die Studie *Youth Mode: A Report of Freedom* veröffentlicht und darin den Style junger Leute analysiert. Es prägte den Begriff *Normcore*, eine Zusammensetzung aus „normal“ und „hard-core“. Das

„Durchschnitt ist die Antwort auf den Druck, etwas Besonderes sein zu müssen.“

Credo dahinter: Nicht mehr als Individualist mit aufregenden Outfits hervorstechen, sondern in der Masse zu verschwinden.

Emily Segal, 25-jährige Mitgründerin von *K-Hole*, sagt: „Die Menschen haben keine Lust mehr, sich nur einen einzigartigen Status zu erarbeiten, indem sie immer anders als alle anderen aussehen.“ Damit bringt sie auf den Punkt, was auch die Journalistin des *New York Magazine*, Fiona Duncan, in einem Artikel beschrieben hat: „Wenn ich in Soho die Leute nur von hinten sehe, kann ich nicht mehr unterscheiden, ob ich gerade hinter einem Hipster oder einem Touristen gehe.“ In Outfits übersetzt heißt das: Fleecepullover, Karottenhosen und No-Name-Sneaker sind die neue Uniform für Fashionistas.

WAS IST NORMAL?

Heißt: Mode darf jetzt wieder praktisch und bequem sein. Deshalb braucht man kein Bling Bling, keine großflächigen Logos und keine Designerklamotten – oder die günstige Ko-

„Ein Wir-Gefühl ist im Moment wichtiger als Individualität.“

pie davon. Zu den neuen Lieblingsshops der Normcoristas gehören etwa *Gap* (der erste Shop in Österreich hat gerade im *Donauzentrum* in Wien eröffnet) oder die Basic-Abteilung bei *P&C* oder einem anderen Modekaufhaus.

WAS BEDEUTET DAS FÜR DIE DESIGNER?

Keine Sorge: Die Mode steuert mit diesem Trend keinem beige-grauen Abgrund entgegen, in dem nur mehr Ge-





CATWALK. Tragbar ist die neue Devise auf den Laufstegen, die die Modewelt bedeuten. Bei Chanel (3) waren erstmals in der Geschichte Sneaker zu sehen. Louis Vuitton (1) und Dior (2) setzen ebenfalls auf nachvollziehbare Looks.

„Der modische Kreis hat sich geschlossen.“

sundheitsschuhe und Utility-Jackets getragen werden dürfen. Denn wie sagte Karl Lagerfeld schon: „Der Mode entkommt man nicht. Denn wenn Mode aus der Mode kommt, ist das schon wieder Mode.“ Er schickte die Models für seine aktuelle Herbst-/Winter-Kollektionspräsentation in Sneakers und Sweatshirts durch einen eigens aufgebauten Chanel-Supermarkt. Und was wäre ein Trend ohne Gegenteil: Die ersten Anzeichen des neu entdeckten Glamcores glitzern schon am Horizont ...

Da machen alle mit!

Masse statt Klasse? Von wegen! Die Wiener Psychotherapeutin Ursula della Schiava-Winkler erklärt die neue Lust am Mainstream – und warum Mode deshalb noch mehr Spaß machen kann.

— Wie entwickelt sich ein Trend?

Es gibt drei Abläufe: Zuerst sind da die Insider oder auch Trendsetter, die eine neue Richtung spüren. Dann gibt es die aktiven Konsumenten, die das leben, was die Szene vorgibt. Und zum Schluss gibt es den Mainstream, der eigentlich abseits der Szene lebt. Oft kommt ein Trend erst dort an, wenn die Insider schon wieder einen Schritt weiter sind.

— Im Moment liegt Mainstream im Trend. Woher kommt diese Lust der Modeszene, in der Masse mitzuschwimmen?

Rebellion und Konfrontation sind derzeit kein Thema. Man muss nicht mehr aus der Masse herausstechen und sich einzigartig präsentieren. Das hat ganz stark mit den großen Veränderungen zu tun, die in der Luft liegen und denen man noch nicht ganz traut. Ich denke, da ist auch viel verdrängte Angst dabei. Deshalb wollen die Menschen normal aussehen und in der Masse verschwinden.

— Ist das eine Bewegung, die zu erwarten war?

Auf jeden Fall! Früher waren vor allem die Jugendlichen in ihrer rebellischen Phase von der Konsumgesellschaft ausgeschlossen. Durch mehr verfügbares Geld sind sie Teil derselben geworden. In der Modewelt war das besonders zu beobachten.

— Inwiefern?

Die Designer haben immer mehr Kollektionen gemacht und sich immer öfter an den ganz jungen Konsumenten orientiert. Oft auch an 13-jährigen Bloggern. Was die angezogen haben, wurde schnell in die nächste Kollektion übersetzt und hing schon wieder in den Geschäften. Das Rad hat sich immer schneller gedreht und selbst die modeinteressierten Leute überrollt. Es gab gar keine Möglichkeit mehr, sich mit einem Trend auseinanderzusetzen oder einfach anders zu sein. Die Reaktion darauf war, sich einfach ganz unauffällig zu kleiden.

— Ist mit dieser Entwicklung auch der Spaß an der Mode verloren gegangen?

Derzeit geht es mehr um Gesamtüberlegungen. Dadurch hat Kleidung im Moment einfach nicht diesen Stellenwert. Es ist aber auch ein Appell an unsere Kreativität: Da es keine Codes gibt, wie man sich kleiden muss, wenn man dazu gehören will, ist jeder gefordert in sich hineinzuhören – um das auszuwählen, in dem man sich wohlfühlt und was zu einem passt.

Sieben auf einen Streich

Knallfarben, Colourblocking, Nerdbrille ... Alles, was Sie an modischem Fachwissen in den letzten Jahren aufgebaut haben, brauchen Sie in nächster Zeit garantiert nicht. Denn mit unaufgeregten Teilen, wie diesen, lässt sich ein ganz normales Outfit zum Wohlfühlen stylen.



GROSSKARIERT. Oversized Hemd mit rotem Karomuster von Topshop um €40,-, topshop.com.



GREYHOUND. Klassisches graues Sweatshirt von Wood Wood um €150,-.



WARMHALTER. Dunkelblaue Feinstrickhaube mit Umschlag von H&M um €9,90.



B(L)ACK PACK. Schwarzer Rucksack Oslo von Ecoalf um €189,-, bei reyer.cc.



ZU KLEIN

BLAUMACHER. Parka von Second Female um €189,- bei stylealbum.de.



NEW DENIM. Dezent ausgewaschene Jeans Lauryn von Tribeca um €189,-.

♥
Good to know!

Für den Normcore-Look gibt es weder Pflichtlabels noch -accessoires. Es geht um einen entspannten Style. Wichtig ist aber eine gute Ausstattung an Basics, an denen nicht gespart werden sollte. Denn schlichte Kleidungsstücke punkten nicht durch Hinguckerqualitäten, sondern nur durch super Qualität.



ALTAGSTAUGLICH. Schwarze Sneaker von Vans um €69,-, bei humanic.at.