



Jugendliche und Mode: Zwischen Anpassung und Abgrenzung

Text: Angelika Thomé

Leider, Kleider und nochmals Kleider – ob in der Innenstadt, am Bahnhof oder den Einkaufszentren am Stadtrand – das Angebot in Luxemburg ist riesig. Es reicht von Designer-Läden bis zu Modeketten, von Markenware bis zu Fast Fashion. Und doch sehen die Jugendlichen auf den ersten Blick fast alle gleich aus.



Guy Hoffmann

Hippies, Punks und Hip-Hopper wollten sich mit ihrer Kleidung vom Establishment abgrenzen. Sie rebellierten mit ihrem Look gegen gesellschaftliche Zwänge und setzten bewusst auf Provokation und Schockeffekte. Man konnte sie schon von weitem erkennen, an ihren bunten, wallenden Gewändern, am Irokesenschnitt oder den tiefhängenden Baggy-Pants. Das war neu, gewagt, unkonventionell und hat Aufmerksamkeit erweckt.

Mit ihrer Kleidung können Jugendliche sich als Teil einer Szene zu erkennen geben, bzw. ihre Individualität ausdrücken und sich

in Szene setzen. Individualität wurde zuletzt bei den Hipstern ganz großgeschrieben. Die Hipster kehrten dem Mainstream den Rücken, indem sie dunkle Hornbrillen und Beanies aufsetzten, sich Rauschbärte wachsen ließen und Secondhand-Kleider trugen.

Ob Punk oder Hipster – jeder Szene-Look ist ein Statement. Er signalisiert gemeinsame Interessen, Anschauungen und Werte. Die Jugendlichen heben sich durch ihren gruppenspezifischen Stil von anderen ab und bringen ihr Gemeinschaftsgefühl zum Ausdruck.

Normcore statt Individualismus

Wenn man derzeit durch Luxemburgs Straßen schlendert, fällt es schwer, die Jugendlichen einer bestimmten Szene zuzuordnen: enge Jeans, T-Shirts, Sweater, Sneakers und Daunenjacken soweit das Auge reicht. Die Jugendkulturen grenzen sich nicht mehr so deutlich voneinander ab. Die Stile fließen ineinander über. Man muss schon genau hinschauen, um Unterschiede zu erkennen: Hier mal ein Hipster-Bart, da ein Skater Cap oder ein steiler Undercut, doch im Großen und Ganzen dominiert „Normcore“ das Straßenbild.

Dieser Begriff, zusammengesetzt aus „normal“ und „hardcore“, den die New Yorker Agentur „K-Hole“ 2013 in ihrem Bericht „Youth Mode: A Report on Freedom“¹ prägte, beschreibt einen neuen Trend unter Jugendlichen: die Abkehr von origineller Mode, die die Persönlichkeit unterstreicht, hin zu ganz normaler, unauffälliger Kleidung, die es ihnen erlaubt, in der Masse abzutauchen. Der individuelle Stil ist passé, die Zeichen stehen auf Konformität.

Eine Beobachtung, die auch Pola Gretsich macht. „Es gibt schon verschiedene Szenen, aber das Gros trägt das gleiche. Vor zehn Jahren konnte man die Unterschiede noch besser erkennen“, erklärt die 26-jährige. Pola und ihre zwei Jahre ältere Schwester Julie betreiben seit 2013 eine kleine Boutique in der Stadt. Dort bieten sie in einem originellen Rahmen eine bunte Mischung von ausgefallenen Kleidern an. Daneben aber auch massentaugliche Ware – das sind sie ihrer überwiegend jugendlichen Klientel schuldig.

Mit ihrem Konzept besetzen die beiden jungen Frauen ganz gezielt eine Nische. ➤



Jugendliche und Mode: Zwischen Anpassung und Abgrenzung

Diese Position bietet gute Einblicke in das Modebewusstsein junger Luxemburger.

Pola, die sich selbst unkonventionell kleidet und gerne auch Secondhand-Mode trägt, beobachtet große Unterschiede: „Verschiedene, vor allem ältere Jugendliche, haben ein extrem gutes Modebewusstsein. Aber die Mehrheit orientiert sich an dem, was in der Clique getragen wird. Die meisten sind sehr unsicher.“

Diese Unsicherheit führt Pola darauf zurück, dass die Jugendlichen sich nicht wohlfühlen, wenn sie auffallen und aus der Masse herausragen: „Die jungen Leute wollen sich trauen, aber im Endeffekt machen sie das doch nicht. Sie ziehen sich dann zwar ein bisschen spezieller an, doch das ist im Grunde immer noch einfach. Sie wollen individuell sein und kleiden sich aber wie die anderen.“

Für die starke Anpassung macht Pola den Gruppenzwang verantwortlich, den sie in Luxemburg als „sehr präsent“ empfindet: „Die Leute haben hier keinen Mut zu auffälliger Kleidung. Das ist nicht wie in London oder anderen Hauptstädten, da zeigen die jungen Leute modisch viel Kreativität und Individualität. Das hat man hier gar nicht. Aber das mag daran liegen, weil die Gemeinschaft hier nicht so groß ist.“ Auch was die neuesten Trends angeht, hinkt Luxemburg hinterher. „Was hier in ist, ist in anderen Städten schon längst out“, erklärt Pola.

Öko-Mode vs. Fast Fashion

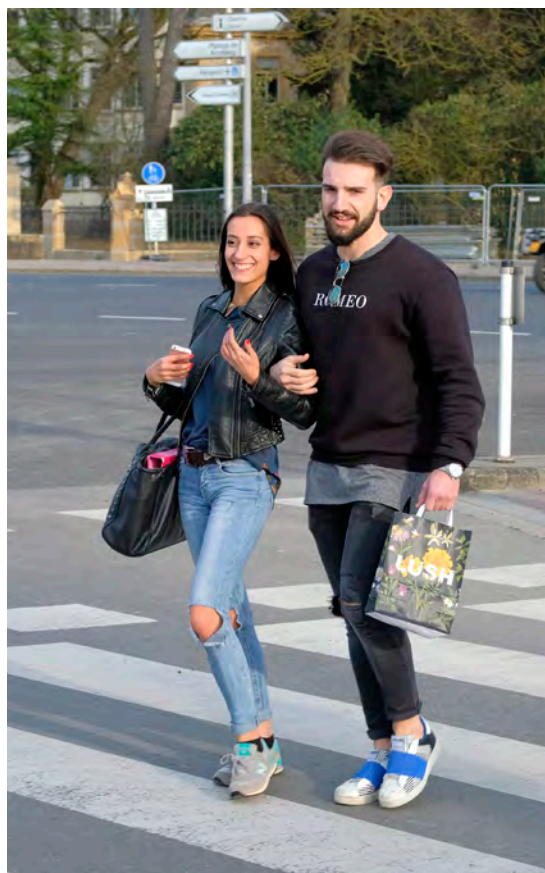
In und out – wenn es um Mode geht, wird immer wieder die mangelnde Nachhaltigkeit moniert. Secondhand und Upcycling, fair produzierte und ökologische Mode bieten da Alternativen. Pola und ihre Schwester führen keine Öko-Mode, aber eine Marke, die mit recycelten Stoffen arbeitet. Darüber hinaus versuchen sie, Kleider „made in China“ zu vermeiden. Sie legen Wert auf Mode, die in Europa produziert wird: „Aber die ist teuer. Wenn man das ausschließlich macht, dann verliert man die junge Klientel.“

Jugendliche denken ökologisch, kaufen aber größtenteils Fast Fashion – zu diesem Ergebnis kam Greenpeace vor zwei Jahren bei einer repräsentativen Umfrage zum Modekonsum von Jugendlichen in Deutschland². Ausschlaggebend beim Kleiderkauf war laut Umfrage in erster Linie das Aussehen, gefolgt vom Preis, der Qualität und der Marke. Auf dem letzten Platz rangierte das Herstellungsland, auf dem vorletzten lagen Bio- oder Fairtrade-Siegel.

Trends, Styles, Kaufentscheidung – woran orientieren sich Jugendliche in Luxemburg? „Ich habe keinen Modege-



Guy Hoffmann





schmack“, gibt Kaipo unverblümt preis. Der 19-jährige Schüler trägt ein Beanie, eine Brille mit schwarzem Gestell und einen Mantel, den er von seinem Bruder „geerbt“ hat, nachdem der rausgewachsen war. Er selbst kauft nur selten Kleidung, das übernimmt seine Mutter größtenteils für ihn. Aber Kaipo weiß, was zurzeit angesagt ist in Luxemburg: der Hipster-Look. Sein Freund Jesse – im sportlichen Blouson – bestätigt das, tendiert persönlich aber mehr zum Skater-Look.

Jesse zeigt sich interessiert an Mode, er schaut sich in den Geschäften um und kauft, was ihm gefällt. Er und Kaipo erklären über-

einstimmend, dass sie beim Kleiderkauf auf den Preis achten und in Modeketten einkaufen. Beim Thema Öko-Mode deutet Kaipo auf sein graues T-Shirt. Das ist zufällig aus Bio-Baumwolle. Die beiden Freunde kaufen aber nicht gezielt ökologische oder fair gehandelte Produkte.

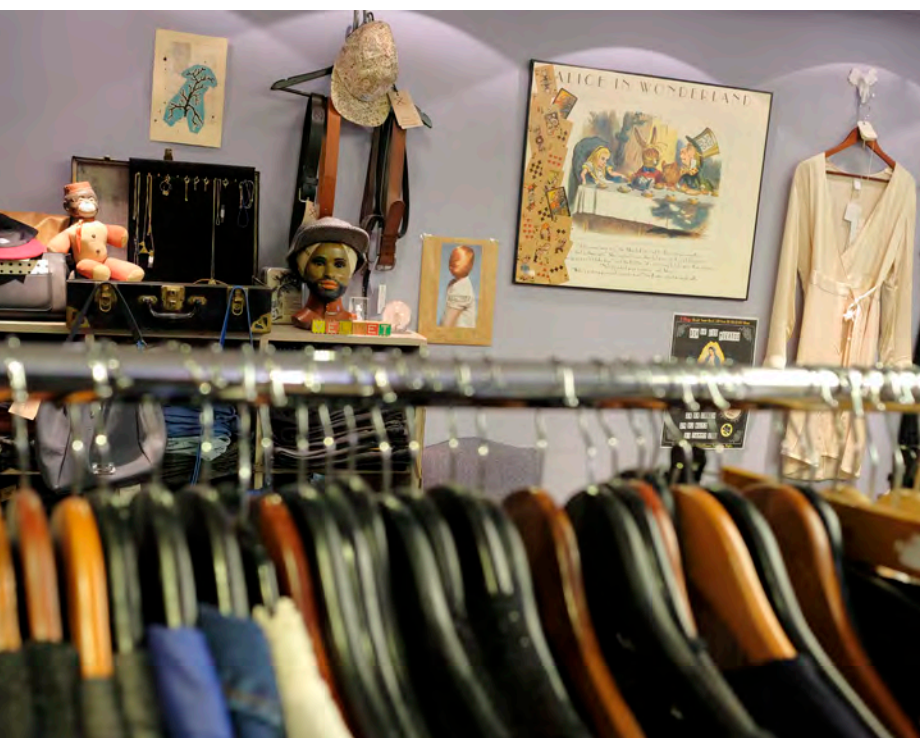
Eganliegende Jeans, wattierte Jacke, unifarbenes T-Shirt und blankgeputzte Sneakers – die 14-jährige Iakovia sieht aus, wie aus dem Ei gepellt. Die Frage, an wem oder was sie sich modisch orientiert, beantwortet sie ohne langes Zögern: an dem, was in ihrer Schule getragen wird.

Iakovia besucht die European School. Ihr Look steht stellvertretend für das, was dort gerade in ist. Darüber hinaus sind Sweater, Boyfriend-Jeans und Jogginghosen angesagt, fügt Iakovia hinzu. Eine Schule – ein Style? Ja! Und an jeder Schule gebe es einen anderen Style, wirft ihre Begleitung ein. Apropos andere Schulen: In einigen Schulen der Stadt sind Jogginghosen verboten. „An der European School sind sie erlaubt“, erklärt Iakovia.

Auf die Frage, wieviel Geld sie im Monat für Kleidung ausgibt, kann die Schülerin nicht antworten, denn sie geht immer mit ihrer Mutter einkaufen. Wie oft? „Vier bis fünfmal im Monat.“ Und wo? In Luxemburg, hauptsächlich in Modeketten. Auch für Iakovia spielt nachhaltige Mode keine Rolle: „Darauf achte ich nicht. Ich kaufe, was mir gefällt.“

Ein Blick auf die Schulhöfe und in die Straßen zeigt, dass es ganz offensichtlich vielen Jugendlichen gefällt, sich mehr oder weniger gleich zu kleiden. Die Nachahmung „gibt dem Individuum die Sicherheit, bei seinem Handeln nicht allein zu stehen“, stellte der Kulturphilosoph Georg Simmel bereits 1905 in seinem Essay „Philosophie der Mode“³ fest. „So befreit sie das Individuum von der Qual der Wahl und lässt es schlechthin als ein Geschöpf der Gruppe ... erscheinen“.

Das gilt für alle gruppenspezifischen Kleidungsstile, auch für Normcore. Bei diesem Trend entfällt nicht nur die Qual der Wahl, Normcore befreit die Jugendlichen von dem Diktat, individualistisch und originell sein zu müssen. ♦



Guy Hoffmann

¹ 1 K-Hole: Youth Mode: A Report on Freedom (<http://khole.net/issues/youth-mode/>)

² Greenpeace: Saubere Mode hat's schwer. https://www.greenpeace.de/sites/www.greenpeace.de/files/publications/mode-unter-jugendlichen-greenpeace-umfrage_zusammenfassung_1.pdf

³ Georg Simmel: Philosophie der Mode. <http://gutenberg.spiegel.de/buch/philosophie-der-mode-10/1>