

# österreichische textilzeitung

Österreichische Post Ag, MZ 02Z032321 M, Manstein ZeitschriftenverlagsgesmbH, Brunner Feldstraße 45  
2380 Perchtoldsdorf; Retouren an Postfach 100, 1350 Wien

06. OKTOBER 2017

**HUMA ELEVEN  
NEUES MODE-MEKKA  
IN SIMMERING**

MODE AUS  
SKANDINAVIEN

**HYGGGE  
HYPT**



Die lebensgroße  
Pferdestatue als  
Lampe: Aus der  
Kollektion »Animal  
Thing« vom Studio  
Frontdesign  
(Schweden).

# NORDISCHE Leichtigkeit

Es ist das **überraschend Normale**, das skandinavisches Design besonders macht – die Kunst, **das Alltägliche** begehrt zu machen.

**D**er Begriff »Skandinavisches Design« wurde im Jahr 1951 geprägt. Damals schlossen sich nordische Designer zusammen, um gemeinsam an einer Ausstellung in London teilzunehmen und im Anschluss daran mehrere Jahre durch USA und Kanada zu touren. Die Bezeichnung wurde der Einfachheit halber gewählt. Tatsächlich stammten die Designer nicht nur aus den skandinavischen Ländern Schweden, Dänemark und Norwegen, sondern auch aus Finnland und Island. Einendes Element waren ihre Werke, in denen deutscher und französischer Modernismus, traditionelle Handwerkskunst und lokale Rohstoffe wie Birkenholz, Glas, Ton und Leinen aufeinandertrafen. Im einfachen, funktionalen und doch eigenwilligen Design erkannte man die sozialdemokratische Ideologie, die das Skandinavien der 1950er-Jahre prägte. Die nordischen Designer machten gutes Design für alle zugänglich, indem sie die neuen Fertigungstechnologien und die preisgünstige Massenproduktion nutzten. Zentrale Technik war die Formung von laminiertem Holz mit Hilfe von Dampf, wie sie auch von Ikonen wie Arne Jacobsen und Alvar Aalto eingesetzt wurde. Der finnische Architekt und Designer Aalto sah in seiner Arbeit über den politischen Aspekt hinaus auch die Möglichkeit, positiv auf das physische und psychische Wohlbefinden der Menschen einzuwirken.

Die Popularität der Designklassiker von damals ist ungebrochen: In fast jedem finnischen Haushalt steht ein Stück von Aalto. Der 1952 von Jacobsen entworfene »Ant Chair« ist bis



Pernille Teisbaek,  
dänischer Social-  
Media-Star, hat  
im September  
2017 ein Buch  
über den  
skandinavischen  
Modestil  
veröffentlicht.  
(Bild oben)

2013 gegründet,  
hat es Saks Potts  
innerhalb kürzes-  
ter Zeit in die  
renommiertesten  
High-Fashion-  
Stores geschafft

heute der meistverkaufte Stuhl des Auftraggebers Fritz Hansen. Gut erhaltene Originale aus den 1960er- und 1970er-Jahren sind begehrte Liebhaberstücke. Gleichzeitig konnte das »neue skandinavische Design« an die Erfolge der Begründer anknüpfen. Die nachfolgenden Generationen waren individualistischer und schufen sich mit interdisziplinären Referenzen neuen kreativen Freiraum. Für große Aufmerksamkeit sorgte etwa die Kollektion »Animal Thing«, in der lebensgroße Tierstatuen als Tisch oder Lampe fungieren. Dahinter stehen Anna Lindgren und Sofia Lagerqvist aus dem schwedischen Studio Frontdesign. Sie zählen zu den bekanntesten zeitgenössischen skandinavischen Designern.

**CONTEMPORARY STREETWEAR.** Die Entwicklung des skandinavischen Modedesigns gestaltete sich langwieriger. Der schwedische Modejournalist David Hellqvist sagte in einem Artikel der britischen Tageszeitung »The Guardian«, dass es lange Zweifel gab, ob es in seiner konsensuellen Art mit High Fashion vereinbar sei (vgl.: Lanre Bakare, 9. 2. 2012: »How Scandinavian brands made »anti-cool« fashionable«). Trotzdem: Nach der Kopenhagen Fashion Week im Feber 2012 waren skandinavische Menswear-Brands wie Norse Projects und Wood Wood in allen Modeblogs und zeigten, dass sich Funktionalität und gutes Design vereinbaren lassen. Wie die damals hippen amerikanischen Brands hatten auch die skandinavischen ihre Wurzeln in der Streetculture der 1990er – verzichteten aber vollkommen auf Logos. Die cleane Optik und der Fokus auf die hohe Designqualität erlaubt es dem Konsumenten, die Marke selbst zu entdecken, sagte Heldqvist in dem Artikel. Bei logoorientierten amerikanischen Brands wie Supreme sei es hingegen ein Einkäufen in eine etablierte Subkultur. Die Anfänge des skandinavischen High-Fashion-Designs datieren allerdings schon in die 1990er-Jahre zurück. Als einer der Protagonisten wird die 1996 in Stockholm gegründete Brand Acne Studios gehandelt, die zu den Pionieren in der Fusion von Streetwear und High Fashion zählt. Dahinter stand eine Gruppe von Nerds, die in der Kombination von Mode, Design, Graphik und Film neue Ausdrucksformen schaffen wollte. Der abstoßende Name soll auf einem Acronym basieren und macht die Ironie der Nerds deutlich. Jonny Johansson, der Initiator, war gelernter Möbeldesigner, konnte seine Skills aber auch im Jeansdesigns erfolgreich umsetzen. 2011 gaben die Schweden ihr Debüt bei der Paris Fashion Week. Dass die Kopenhagen Fashion Week ausgerechnet 2012 soviel Medienaufmerksamkeit erhielt, also vermutlich kein Zufall.

**LUXUS UND NACHHALTIGKEIT.** Ab Mitte der 1990er setzte auch in der skandinavischen Womenswear eine neue Dynamik ein. Neue, zeitgenössische Labels wurden gelauncht. Early Bird war Filippa Knutsson, die ihre Brand 1993 in Stockholm gründete und eine neuartige Verbindung von Luxus und Nachhaltigkeit zeigte. Ihre Looks sind simpel, vielseitig, längerwährend und unkompliziert zu tragen. Die Funktionalität zeigt sich u. a. in ihrer Softsport-Kollektion, die sowohl für Reisen als auch für leichte sportliche Aktivitäten wie Yoga geeignet ist. Ihr Mantra: »Kaufe wenig, aber bewusst und mit viel Sorgfalt.« In dieser Konfiguration ist Filippa K. exemplarisch für das skandinavische Modedesign. Zusätzlich zu den Attributen einfach, funktional und demokratisch wurde 2008 der Aspekt der Nachhaltig-

keit eingeführt. Damals haben sich die Modeunternehmen der fünf nordischen Nationen in der Nordic Fashion Association (NFA) zusammengeschlossen, um sich zur Schaffung und Einhaltung ökologischer und ethischer Standards zu verpflichten. Die wichtigsten Projekte bisher waren die Nordic Initiative Clean and Ethical (NICE) und der jährlich abgehaltene Copenhagen Fashion Summit. Auf der Plattform NICE werden Erfahrungen und Wissen geteilt und gemeinsame Projekte erarbeitet. Der Summit wurde mit prominenten Teilnehmern aus Mode, Wirtschaft und Politik zum vielbeachteten globalen Ereignis. Wie allgemein in der Modeindustrie gilt aber auch in der NFA das Prinzip, dass Mode des Wow-Effekts wegen gekauft wird. Nachhaltigkeit ist der Zusatzbonus.

Die Modeunternehmen der nordischen Länder treten zwar unter dem Begriff Scandinavian Design auf, betonen aber doch ihre Individualität. Befragt nach den Eigenheiten der Modenationen, sagt Christine Exsteen, Kreativdirektor im dänischen Modehaus By Malene Birger, in einem Interview mit der »Vogue UK«: »Die Dänen sind verspielt (...), die Schweden minimalistisch und die Norweger glamourös (...).« Den demokratischen Aspekt sieht sie in Alltagsnähe, gepaart mit Eleganz und vernünftigen Preisen. Kleidung soll auch an einem 16-Stunden-Tag zwischen Kindern, Karriere und sozialen Zusammenkünften ein gutes Gefühl geben (vgl.: Scarlett Conlon 8. 2. 2017: »What Is Scandinavian Style Now?«).

**HOW TO DRESS SCANDI.** So viel zur Selbstwahrnehmung. Die Fremdwahrnehmung ist nicht zuletzt von den Modebloggerinnen geprägt. »Sie haben das Talent, Jeans, weißes Hemd und Fahrrad unfassbar

chic aussehen zu lassen«, schrieb Hattie Crisell von der britischen Times in einem Artikel über Pernille Teisbaek (2. 9. 2017: »Pernille Teisbaek: Queen of Scandi Style«). Die 33-jährige Dänin hat 450.000 Follower auf Instagram und zählt zu den populärsten Social-Media-Stars Skandinaviens. Ihre Modekompetenz hat sie sich als Model, Stylistin und Bloggerin aufgebaut. Mit ihrem kürzlich veröffentlichten Buch »Dress Scandinavian: Style your Life and Wardrobe the Danish Way« lässt sie ihre Anhänger daran teilhaben. Im oben genannten Artikel beschreibt sie den Stil:

- In Skandinavien tragen wir mehrere Lagen übereinander, um im Winter nicht zu frieren.
- Skandinavierinnen sind androgyner und setzen ihre Weiblichkeit zurückhaltend ein. Z. B. schwächen sie die sexy Wirkung eines Minirocks mit einem Männer-T-Shirt ab.
- Skandinavierinnen finden ein Outfit, in dem Leder mit Denim und Strick in derselben Farbe kombiniert wird, spannender als eines mit vielen verschiedenen Farben.
- Skandinavierinnen haben einen Hang zu Basisfarben wie Schwarz, Blau, Grau, Weiß und erdigen Naturtönen.
- Das wichtigste Kleidungsstück der Skandinavierin ist das weiße Hemd.

HILDEGARD SUNTINGER