

„Entscheidend für die Produktentwicklung ist ein ganzheitlicher Ansatz.“

Achim Bölster, Designer bei WMF



Schlicht und elegant besticht das Besteck Pirouette von WMF.



Seit Coco Chanel Anfang der 60er Jahre das erste kleine Schwarze präsentierte, ist es mehr als nur ein Kleidungsstück. Der Klassiker begeistert auch heute noch die Frauenwelt. Nur selten schafft es ein Trend, derart unvergänglich zu werden.

Völlig unerwartet sind sie auf einmal da – Trends. Von heute auf morgen wird das Straßenbild von Ballerinas und engen Jeans geprägt, die eigenen vier Wände leuchten im modischen Lila und an jeder Straßenecke sprießen Coffeeshops aus dem Boden.


„Jeder Trend beginnt mit einer Idee. Ob sie sich zur Eintagsfliege entwickelt oder zu etwas Besonderem, das entscheidet allein die Frage: Trifft sie den Puls der Zeit?“, sagt Trendscout Marga Indra-Heide aus München. Jedem neuen Trend geht ein Überdruß voraus: Das Gewohnte wird langweilig, das Interesse geht verloren. Die Menschen sind ständig auf der Suche nach etwas Neuem, das noch nicht dem Mainstream unterworfen ist. Doch was als Abweichung von der Norm beginnt, wird im Laufe der Zeit selbst zur Norm.

## Ganz schön trendy

**Manchmal entstehen Trends über Nacht. Doch meistens stecken hinter neuen Ideen jede Menge Arbeit und unendlich viel Kreativität.**

Dabei war jeder Trend schon einmal da. Denn Formen und Farben sind begrenzt. Das erklärt auch, warum manche Stile immer wieder in Mode kommen. So trug Audrey Hepburn schon in den 60er Jahren Ballerinas, die Sommer für Sommer ein Revival erleben. Auch die klaren Linien der Bauhausarchitektur finden sich bis heute in den Kreationen vieler Möbel- und Wohndesigner. Für die heißt das: Sie müssen ein Gespür dafür haben, welche Emotionen und Bedürfnisse einer Gesellschaft in der Luft liegen, um sie aufzugreifen und künstlerisch zu verarbeiten. „Dazu braucht es viel Geduld, denn häufig muss ein Trend reifen, bevor dieser für die Masse bereit ist“, so Marga Indra-Heide.

Wenn Stars und Sternchen im Blitzlichtgewitter der Fotografen stehen, werden Trends oftmals über Nacht geboren. Sie zeigen sich in einem neuen, aufsehenerregenden Look – und plötzlich möchten alle aussehen wie sie. Schauspielikonen wie Sarah Jessica Parker aus der Erfolgsserie „Sex and the City“ verhelfen kleinen Modelabels so oft zu ungeahntem Ruhm. Da wundert es kaum, dass Designer Stars in ihren Roben über den roten Teppich laufen lassen, um ihre aktuelle Kollektion zu promoten.



„Die Kraft der Farben, zum Beispiel von Blumen in einem tropischen Gewächshaus, löst in meinem Kopf ein wahres Feuerwerk aus.“

Eric Schmidt-Mohan, Make-Up-Artist



Liegekomfort auf höchstem Niveau: die Chaises Lounge Carnaby von Minotti.

Große Modehäuser wie Chanel, Dior oder Givenchy sind nach wie vor die Trendmacher Nummer 1. Farben, Stoffe, Schnitte, die sie auf den Laufstegen präsentieren, verbreiten sich meist wie ein Lauffeuer und dienen als Inspirationsquelle für andere Designer. „In aller Regel entstehen unsere Looks durch ein Thema, das eine Modelinie durch Schnitte und Formen vorgibt“, sagt Make-up Artist Eric Schmidt-Mohan. „Trends leben vom viralen Effekt. Sie werden aufgegriffen und weiterentwickelt. Das gilt für die Technik, ebenso wie für die Mode.“ Aber auch die Trendgeber selbst holen sich Inspirationen von anderen. So gehört die Mailänder Möbelmesse inzwischen zu den festen Events bei vielen Modedesignern.

Inspirationsquelle sind aber nicht nur Laufstege und Messen, sondern auch der Ort, wo später der Trend gelebt wird – die Straße. In den Subkulturen von Großstädten wie Berlin, London oder New York gibt es eine ganze Reihe von Vorreitern in Sachen Mode, Lifestyle und modern Living, die in der Öffentlichkeit nicht bekannt sind. Die Einfälle der Individualisten sind erprobt und mit dem Leben vereinbar. Das wissen auch die Designer, die sich in Cafés, Ateliers oder Blogs tummeln, um zu schauen, was die Leute bewegt und welche neuen Strömungen sich in den Subkulturen entwickeln. „Inspiration beinhaltet das kleinste Detail. Man muss sich Zeit nehmen, genauer hinzusehen. Es geht dabei um den Spaß und die unbändige Kreativität beim Findungsprozess“, fasst Wohndesigner Ralph von Gemert zusammen.