



„MITLÄUFER SIND OUT“

Anne Bernecker im Interview. Sie arbeitet als Trendscout für Modehersteller und sagt: „Ich kann vorhersagen, was wir in ein paar Jahren anziehend finden.“

☒ ANDREAS WEIHER

Trendscouts haben eigentlich keinen guten Ruf. Viele gelten als Hochstapler und Scharlatane ...

Anne Bernecker: Ich glaube nicht, dass es reicht, ein paar Modeschauen zu besuchen oder die gängigen Modemagazine durchzublättern. Was da gezeigt wird, ist eigentlich schon wieder out.

Wie gehen Sie vor?

Ich beschäftige mich mit der Situation, bevor Produkte entwickelt werden und ein Trend entsteht. Ich erarbeite den Status quo für einen Kunden und versuche, ein Gespür dafür zu bekommen, was der Markt in ein paar Jahren fordert. In welche Richtung gehen Kunst, Politik, Architektur und Industrie? Welche technologischen Entwicklungen werden kommen? Das alles sind Zutaten für eine Langzeitanalyse, zu der natürlich auch Intuition und Erfahrung gehören.

Technische Entwicklungen können die Mode beeinflussen?

Ja, auf jeden Fall. Aktuell hat die Modebranche den 3D-Druck entdeckt. Adidas bringt den ersten massenproduzierten Sneaker mit 3D-Druck-Sohle auf den Markt. Die Herbst-/Winterkollektion von Uniqlo wird 3D-gedruckte Strickwaren beinhalten. Aber auch die soziologischen und ökonomischen Zusammen-

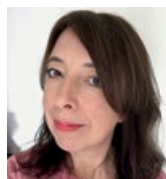
hänge sind wichtig. Wie verändert sich der Zeitgeist? Im Moment befinden wir uns mitten in der Gender-Diskussion. Wie beherrschend wird dieses Thema in drei, vier Jahren sein und wie wird der Markt darauf reagieren? Wie stark verändert sich die Sensibilität für Mode, die unter politisch korrekten Arbeitsbedingungen gefertigt wird? Nicht nur die Mode ändert sich ständig, auch die Zielgruppen. Die Anforderungen der Gesellschaft steuern die Trends.

Wie verändert sich der Konsument?

Wir haben uns zuletzt viel mit der Generation Z beschäftigt, jetzt muss man sich Gedanken um die Generation Alpha machen. Welche Ansprüche werden Menschen später haben, die heute fünf Jahre alt sind und bereits mit dem iPad umgehen können? Auch bei der Altersgruppe ab 70 Jahren, der sogenannten Silver Society, hat sich viel verändert. Sie hat eine höhere Lebenserwartung. Die Entwicklungen in der Medizin- und Kosmetikindustrie gepaart mit Kaufkraft und Modebewusstsein macht sie zu einer extrem lukrativen Kundschaft. Sie fordert vielfach auch nachhaltige, hochwertige Produkte und will eher in lokalen Geschäften einkaufen.

Ihr Ausblick für die nächsten zwei Jahre, bitte.

Die Migration wird unsere Gesellschaft verändern. Emotionen haben starken Einfluss auf Entscheidungen. Kunst wird wieder stärker politisierend werden. Slogan-T-Shirts, wie zum Beispiel „We Should All Be Feminists“ von Dior, sind Trend. Junge Designlabels wie Vetements rebellieren gegen eingefahrene Stereotypen. Es werden Jahre auf uns zukommen, in denen Individualität und Persönlichkeit mehr zählen, als Mitläufer eines Trends zu sein. ←



Anne Bernecker hat 1997 am Londoner Central Saint Martins College ihren Abschluss als Modedesignerin gemacht. Sie arbeitet als Trend Forecaster und Fashion-designerin. ☒ ANNE BERNECKER