



Ob Fitnessstudio oder Spaziergang im Park: Selena Gomez in Adidas.



Sportkollektion von H&M

15 **So!**

Trends

Athleisure

In der Yoga-Leggings zum Date, mit der Jogginghose an den Schreibtisch und in Sportschuhen zum Mittagsessen mit Kollegen: In Zeiten, in denen der Beruf zunehmend Platz im Alltag einnimmt, bewegen sich immer mehr Menschen mit ihrer Kleidung im Freizeitmodus. In den USA bringen es Marktforscher längst auf den Punkt: „Das ist kein Trend mehr – es ist längst ein Lebensstil“, befand kürzlich Marshal Cohen, Chefanalyst der NPD Group, die in den Staaten das Konsumverhalten der Bürger beobachtet. Auch ein Name für das neu erwachte Interesse am legeren, aber dennoch hochwertigen Outfit ist gefunden: Athleisure-Mode. Ein Wortkonstrukt, das sich zusammensetzt aus den englischen Begriffen für Sport (Athletics) und Freizeit (Leisure) und das nun der Überbegriff für alltagstaugliche Sportbekleidung ist.

Von Steffi Wolf

Wie riesig dieser Markt bereits jetzt ist, zeigt ein Blick auf die Statistik. Laut den Marktforschern der NPD Group ist es alleine der Athleisure-Mode zu verdanken, dass die US-Bekleidungsbranche im vergangenen Jahr den Umsatz auf mehr als 320 Milliarden Dollar steigern konnte. Während andere Bereiche unter Rabattschlachten leiden und schlechte Ergebnisse einfahren, greift eine immer größer werdende Zahl Konsumenten (egal welchen Alters) zum funktionalen Sportdress. Die größten Profiteure sind dabei Sportarti-

kelhersteller sowie jene Modekonzerne, die flexibel und vor allem schnell auf die rasend steigende Nachfrage reagieren können. So hat der schwedische Textilhändler H&M schon länger eine eigene Sportlinie auf dem Markt, klassische Sportartikelhersteller wie Puma, Nike oder Adidas werden hingegen immer modischer und lassen Kollektionen entwerfen, die sich eher für Laufstege als für Sportplätze eignen.

Dabei wird auch immer größerer Wert auf Exklusivität gelegt. Vorzeigbeispiel ist das kanadische Fitnesslabel Lululemon, dessen Yoga-Hosen nur in limitierter Zahl aufgelegt werden und daher in den USA Kultstatus besitzen. Selbst gebrauchte Leggings gehen bei Ebay noch für mehrere Hundert Dollar weg. Glaubt man den Lululemon-Anhängern, dann sollen die Kanadier die bequemsten Yoga-Hosen der Welt im Programm haben (der Bestseller hört auf den Namen „Wonder Under“). Außerdem bieten sie in ihren Läden gleich noch kostenlose Yogastunden mit renommierten Lehrern an. Ein Konzept, das mehr als aufgeht: Den Firmengründer Chip Wilson aus Vancouver hat seine Idee zu einem reichen Mann gemacht. Auf der aktuellen Forbes-Liste belegt er aktuell Platz 19. Während es rund um den Globus mittlerweile 300 Geschäfte des Labels gibt, ist die Mode von Lululemon in Deutschland bisher nur in einem Laden in der Hamburger City erhältlich.

So! trägt man das:

Ich arbeite in einer Bank und greife daher jeden Tag zur Bluse. Gibt es Alternativen, die genauso seriös wirken? Oder haben Sie einen Tipp, wie ich mich trotzdem abwechslungsreich kleiden kann?

Stilberaterin Eva Ruppert: Eine Bluse macht ein Business-Outfit erst komplett! Der Dress-Code formell heißt: Eine Bluse ist dann gefragt, wenn man als Repräsentantin des Unternehmens wahrgenommen wird, zum Beispiel als Beraterin im Kundenkontakt. Dabei ist es entscheidend, dass die Bluse auch sämtliche formellen Kriterien erfüllt, wie eine exakte Passform, also nicht zu eng oder zu weit, angemessenes

Material, das heißt nicht durchscheinend, knitterfrei und nicht zu intensiv gemustert.

Mein Tipp: Greifen Sie zur Hemdbluse, Reversbluse oder Bodybluse. Tabu sind Biesenplastronbluse, Schluppenbluse oder Bubi-Bluse. Trägt man im Geschäftsalltag einen Blazer, dann spricht nichts gegen die Kombination mit einem gepflegten Shirt. Gepflegt bedeutet: gute Passform, präzise Verarbeitung, hochwertiges Material und dezente Farbe. Achten Sie unbedingt darauf, dass sich die Unterwäsche nicht abzeichnet. Ebenfalls sollten ärmellose, bauch- und rückenfreie oder tief ausgeschnittene Oberteile vermieden werden.

