

Partner-Look im Trend

Die Modetrends der Erwachsenen finden sich in vielen Kinder-Kollektionen wieder

Leggings, Tuniken, Vintage-Jeans, Spitzen-Tops, Karohemden, Cargos und Chinos: die Key-Looks der Kids für Frühjahr/Sommer 2011 unterscheiden sich nur wenig von den Must-Haves der Erwachsenen. Immer schneller oder fast schon zeitgleich werden die Trends, die sich in den Segmenten Young Fashion und Urbanwear abzeichnen, in der Kindermode übernommen. Und zwar nicht nur bei den Marken, die ihren Ursprung im Erwachsenenbereich haben, sondern auch bei reinen Kindermode-Spezialisten, wie ein Blick auf die Kollektionen von Pampolina, Bondi, Red & Blue und die Marken der holländischen Waalwear-Gruppe deutlich macht. Der Erwachsenen-Look wird immer stärker nachgefragt und zieht sich durch alle Kollektionen. Dies liegt allerdings auch daran, dass DOB und HAKA immer jugendlicher, weil casualiger und sportiver werden. Väter und Mütter kleiden sich heutzutage im Alltag anders als noch vor wenigen Jahren und mögen diese Outfits auch an ihren Kindern. Und die wiederum entwickeln auch dank ihrer modebewussten Eltern, die selbst schon mit vielen Marken und vertikalen Anbietern groß geworden sind, immer früher ein modisches Selbstbewusstsein und entscheiden mit. Allzu Kindliches hat es da schwer.

Marken, die beide Zielgruppen bedienen, haben dies längst erkannt und bieten identische Looks in Erwachsenen- und Kindergrößen an. Besonders deutlich wurde dies auf der vergangenen Bread & Butter, die mit dem Kids Camp erstmals Kinder-Kollektionen eine Plattform bot. Marken wie Desigual, Closed, Replay, Diesel, Guess, die sowohl auf der B&B als auch im B&B Kids Camp mit einem Stand vertreten waren, hatten viele dieser 'Mini & Me'-Teile in ihre Kollektionen integriert. Das niederländische Label Scotch & Soda, zeigte mit 'R'bell' erstmals seine neue Mädchenkol-

lektion, die bewusst und deutlich sichtbar von der aktuellen DOB-Kollektion inspiriert wurde. Selbst das kleine Newcomer-Label 'tgkp' aus Berlin, das sich auf Öko-Mode für Babys und Kleinkinder bis Gr. 98 spezialisiert hat, hat jetzt vier Erwachsenenshirts aufgelegt, damit Klein & Groß im Partner-Look gehen können.

Dass Kids-Kollektionen aber auch ohne direkte Anbindung an den Erwachsenenbereich modisch auf dem neuesten Stand sind, zeigten im B&B Kids Camp einmal mehr die Anbieter aus den Benelux-Staaten, wie z.B. Toby & Bennet und 'bfc' oder 'finger in the nose' aus Frankreich sowie die portugiesischen Label Red & Blue und Sevenoneseven, die gemeinsam mit dem Düsseldorfer Unternehmensberater Claus Busse ein Flächenpartnerprogramm entwickelt haben und auf dem deutschen Markt expandieren möchten. „Wir haben uns erst fünf Wochen vorher für die Teilnahme an der B&B entschieden und konnten wichtige neue Kontakte schließen, da

viele große Häuser hier waren.“ Ähnlich äußerte sich auch Wilfried Vanderliek von Petrol: „So eine Plattform hat im Kindermodenbereich wirklich gefehlt.“

Für Anja Friedrich vom Limburger Surf- & Skate-Shop Stylzz ist der Besuch in den Zelten des Kids Camp allerdings nur Nebensache bei ihrem Berlin-Besuch. Sie ist vor allem wegen der Bright gekommen: „Dort sind eher die Marken präsent, auf die die Kids ab elf Jahren stehen. Die wollen gerade nicht das Gleiche tragen wie ihre Eltern, sondern suchen ganz spezielle T-Shirt-Label, die in der Skater- und Surfer-Community angesagt sind.“ Der Preis spiele dann eher eine untergeordnete Rolle: „Bons zwischen 150 und 500 Euro sind bei uns keine Seltenheit“, sagt Anja Friedrich, die gerade mit Stylzz in ein neues Ladenlokal gezogen ist und selten Artikel herunterzeichnen muss, da „80 Prozent in der entsprechenden Saison zu regulären Preisen verkauft werden“.

(Fortsetzung des Artikels auf Seite 32)



Bunter geht's nimmer: Beim Trendthema 'Country Style' durften sich die Designer in Sachen Mustermix und Schnitte austoben. Bild: Cakewalk

Die Farbe Blau zeigt sich im nächsten Sommer in seiner ganzen Vielfalt und wirkt in Kombination mit Weiß besonders frisch. Bild: Reload/Pampolina

