

Bekleidungscode Dirndl & Lederhose

Wer dieser Tage über den Kohlmarkt geht, wird nicht schlecht staunen.
Im Schaufenster des amerikanischen Labels Tommy Hilfiger
sind Dirndl und Lederhose zu sehen.

Text: Hildegard Suntinger

Deutsche Modelabels im Premium- und Luxussegment führen die traditionellen Kleidungsstücke schon seit Jahren. Die Zentralen von Escada, Bogner und Boss sind in der Region der herbstlichen Bier- und Weinfeste angesiedelt und so ist es naheliegend, der prestige-orientierten Klientel nicht nur Tages- und Abendkleidung anzubieten, sondern eben auch den stilicheren Look für die „Wiesn“. Hilfiger präsentiert seine Lederhosen und Dirndl als modisches Statement und ordnet sie mit dem Slogan „O'zapft is“ klar dem Münchner Oktoberfest zu. Wie der Verkäufer verrät, sind die Lederhosen von Meindl gefertigt worden. Das bedeutet, dass sie in Form einer Capsule Collection entstanden sind. So nennt man die Kooperation zweier Labels, aus der ein Produkt hervorgeht, das die ikonischen Merkmale beider vereint. Im Fall Hilfiger hat ein amerikanisches Sportswear-Label mit einem bayrischen Lederhosenspezialisten zusammengearbeitet. Die Gefahr, dass der Amerikaner mit seinen alpenländischen Produkten stilistisch danebenliegt, bestand also nicht. Laut Website wird die Kollektion in Wien, Salzburg, Zürich, München, Düsseldorf und Hamburg angeboten. Dass ein amerikanisches Label am Kohlmarkt Dirndl und Lederhose anbietet, ist gewissermaßen Koketterie, zeigt aber auch, dass sich der Trend bis in die Vereinigten Staaten durchgesprochen hat ... und sogar in Wien bedeutend ist. Die traditionellen österreichischen Trachtenhochburgen sind Salzburg, das Salzkammergut und das Ausseerland. In diesen Regionen wird die Tracht noch gelebt, das heißt Dirndl und Lederhose werden im Alltag und auch von jungen Menschen ge-

tragen. Andernorts sind Dirndl und Lederhose in den vergangenen Dekaden in Vergessenheit geraten und/oder wurden von der Tourismusindustrie vereinnahmt. Neuerdings werden die traditionellen Kleidungsstücke zu Festen wieder getragen. Die Wiener waren bisweilen weitgehend resistent gegen Trachtenmode. Ausnahme war lediglich der Jägerball, der auch bei Jugendlichen aus konservativen Gesellschaftsgruppen beliebt ist. Selbst wenn sie das ganze Jahr über keine Trachtenmode tragen, halten sie sich beim Jägerball an den Bekleidungscode Trachtenanzug und Dirndl. Bei den Gymnasiasten der Oberstufe hat es sich eingebürgert, am nächsten Morgen direkt vom Ball mit Dirndl und Trachtenzug in die Schule zu gehen...

Längerwährende Werte

Bis zuletzt haben die Wiener mit dem Angebot von Tostmann und Loden Plankl ihr Auslangen gefunden. Das hat sich mit dem Einzug des Wiener Wiesnfestes im Jahr 2010 geändert. Seither hat das Salzburger Trachtenfachgeschäft Hanna Trachten in der Naglergasse eine Wien-Dependance gegründet und der im Trend entstandene Diskonter Zillertaler Trachtenwelt hat im Großraum Wien gleich drei Filialen eröffnet. Allgemein korreliert die Nachfrage nach Dirndl & Co mit dem Vorhandensein von Festen mit entsprechendem Bekleidungscode.

In der kleinen aber feinen Branche freut man sich über den langanhaltenden Trend. Das klassische Dirndl hat schon seit über einer Dekade Hochkonjunktur, die Lederhose seit etwa drei Jahren. Diskonter werden als Marktstörung empfunden - >

*Gretl Kleid,
Lena Hoschek*



Aus der aktuellen Kollektion von Lena Hoschek



Dirndl von Samtherz

> den und mit gemischten Gefühlen betrachtet. Schon mehrfach in der jüngeren Geschichte der Trachtenmode hat designschwaches Überangebot den Markt überreizt und für einige Jahre ruiniert. Derzeit beruhigt man sich allerdings mit der Tatsache, dass Dirndl und Lederhose nicht im Straßenbild aufscheinen, sondern nur auf Festen. Außerdem überschneide sich die preisorientierte Zielgruppe nicht mit der qualitätsorientierten, so der Konsens. Billigdirndl gibt es schon ab 39,90 Euro, hochwertige und sorgsam verarbeitete Dirndl erst ab ca. 249 Euro. Ein Dirndl nach Maß kommt auf mindestens 450 Euro. Was den Optimismus noch nährt, ist die Erkenntnis, dass sich die Konsumenten in wirtschaftlich unsicheren Zeiten wieder ernsthaft nach längerwährenden Werten sehnen. Die verächtlich „Plastikdirndl“ genannten 39,90-Euro-Teile zählen nicht dazu. Das Branchen-Mantra erhält durch Geschäftsberichte aus der globalen Luxusmodeindustrie Bestätigung. Demnach konnten traditionelle Anbieter die Verkaufszahlen seit der Lehman-Pleite steigern. Vergleichbare modische Anbieter haben in der Regel verloren.

Mit High Fashion vereinbar

Im Fall der Trachtenmode sind die Produkte nicht nur traditionell, sondern auch regional gefärbt. Der Zukunftsforscher John Naisbitt hat in seinen „Megatrends 2000“ schon 1990 das Comeback des Regionalen prognostiziert – als Ne-

benefekt der Globalisierung. Zunächst scheint also alles für die optimistische Marktperspektive zu sprechen. Wie das aktuelle Schaufenster von Hilfiger am Kohlmarkt nahelegt, ist es nicht nur eine modeaffine, sondern eine High-Fashion-Zielgruppe, die neuerdings Lederhose und Dirndl trägt – auch wenn sie dies nur zu Festen tut. Bei Herren zeigt sich diese Modeaffinität durch cooles Schuhwerk, das von Sneakers über amerikanische Vintage-Arbeitsschuhe bis hin zu Maßschuhen variiert. Genauso verpönt wie die Haferlschuhe sind auch Karohemd und Trachtenjanker. Stattdessen trägt man weißes T-Shirt oder weißes Hemd und ein neutrales Sakko. Gerne werden auch traditionelle britische Blazer dazu getragen. Bei Damen ist das Styling weniger problematisch, weil das Dirndl an sich schon komplett ist. Meist werden Ballerinas oder High Heels und kleiner Blazer dazu getragen. Aber auch Accessoires wie Federhut, kleine Bügelhandtasche und zarte Handschuhe sind wieder en vogue. Dass die Damen den reizvollen Variationen des Dirndls nicht widerstehen können, ist in der Branche nicht neu. Dass die Herren den Charme der Lederhose wiederentdeckt haben, ist sehr neu und kam gewissermaßen auch überraschend. Umso mehr als eine große Preishürde zu nehmen ist. Eine gute hirschlederne Hose ist eine echte Investition. Hilfigers Lederhose befindet sich mit 499 Euro noch in einer der unteren Preisklassen. Bei Meindl, dem namhaftesten Hersteller in diesem Segment, kosten schon die

Modische Varianten des Dirndls müssen nicht geschmacklos sein.

Hosenträger 169 Euro. Der Preis für die Lederhose dazu liegt in der Regel über 1000 Euro. Der Unterschied zu Billighosen um 200 Euro besteht in Material, Gerbung und Färbung. In der Regel wird Hirsch- oder Bockleder verwendet. Im besten Fall ist das Herstellungsverfahren gänzlich biologisch. Das Verfahren der sämischen Gerbung basiert auf Fischtran und dauert bis zu einem halben Jahr. Zum Färben werden Farben aus Holzextrakt verwendet.

Mehr Modemut in Bayern

Den einstweiligen Höhepunkt hat der Trend zur modisch gestylten Tracht mit dem Launch der Kollektion Andreas Gabalier im Frühjahr 2014 erreicht. Dahinter steckt der bayrische Hersteller Meindl. Es ist eine Kollektion mit Rock'n-Roll-Attitude, Bikerjacke und Karohemd werden zur Hirschledernen getragen. Das weibliche Pendant dazu liefert Lena Hoschek, die den Stil Crossover mit Petticoat und anglophilen Blumendessins bereits seit Jahren verfolgt. In der heimischen Branche sorgte die Kollektion Gabalier kurzzeitig für große Aufregung. Man fragte sich, ob das nicht zu weit gehe. Ganz grundsätzlich bevorzugen österreichische Trachtenmodekonfektionäre einen eher klassischen Stil. Darin unterscheiden sie sich von den bayrischen Konfektionären, die die modischen Aspekte im aktuellen Trend schon viel weiter vorangetrieben haben. Besonders deutlich wird das beim Dirndl. Eine Reihe von Herstellern zeigt, dass modische Variationen nicht gleich geschmacklos sein müssen. Samtherz etwa steht für indisch inspirierte Dirndl in Samt und Seide, die eine stilsichere und zahlungskräftige Klientel ansprechen. Aber auch im Marketing sind die Bayern mutiger. So hat der Münchner Trachtenmodehändler Angermaier schon den US-amerikanischen Rapper Snoop Dogg mit Lederhose ausgestattet. Das war 2007, als dieser in München die European MTV Awards moderierte. Der Rapper trug die Hose um zwei Größen größer und kombinierte sie zu T-Shirt und Goldkette... 2012 eröffnete An-

germaier eine Filiale in Berlin. Ziel sei es, so Pressesprecherin Nina Munz, die Tracht auch außerhalb Bayerns und Österreichs populär zu machen. In Berlin ist die Dichte an Celebrities zweifellos höher – und Oktoberfeste gibt es auch dort schon. Das Abenteuer Capsule Collection ist Angermaier jetzt allerdings teuer zu stehen gekommen. Die Kollektion ist in Kooperation mit den zwei Protagonisten des Berliner Männermodeblogs Dandy Diary entstanden. David Roth und Jakob Haupt haben mit provokativen Aktionen rasch Bekanntheit erlangt und waren im Hinblick auf eine Steigerung des Bekanntheitsgrades zumindest theoretisch ideale Kooperationspartner. Hatte Angermaier jedoch angenommen, die Stickereimotive auf der gemeinsam kreierten Lederhose seien rein

dekorativer Art, so wurde er am ersten Verkaufstag von einem Kunden eines Besseren belehrt. Die beiden hatten in Anlehnung an den L.A. Rapper Style das Symbol einer kriminellen nord- und mittelamerikanischen Bande abgebildet. MS13, das Erkennungszeichen der Mara Salvatrucha, prangte in Frakturschrift auf dem Latz der Hirschledernen. Die Bande steht für Waffen- und Menschenhandel sowie Prostitution. In der europäischen Hipster-Metropole Berlin schenkt man tabubrecherischen Aktionen dieser Art kaum noch Beachtung. Für den Münchner Trachtenmodehändler ging das allerdings entschieden zu weit. Er rief die paar Dutzend Lederhosen aus den Läden zurück – und das eine Woche vor dem Start der Wiesn. Die Blogger sehen es positiv, für sie ist jede Art von Werbung. ┘



Lederhose aus dem Hause Meindl