Zeitschrift: Saiten : Ostschweizer Kulturmagazin
Herausgeber: Verein Saiten
Band: 7 (2000)
Heft: 78

Artikel: Trend
Autor: Meier, Christian
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-885431

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 15.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

TREND

Strassen werden gebaut, um von einem Ort zum anderen zu gelangen. Seit jeher geht man aber auch auf die Strasse, um zu sehen und gesehen zu werden. Diese Funktionen haben zwei besondere Trends hervorgebracht: den Micro Skate Scooter und skim.com.

Lomografie:
Leo Boesinger

von Christian Meier

Wie ein Heuschreckenschwarm sind sie über uns hergefallen – die Micro Skate Scooter-, Wetzer- und Kickboardfahrer. Aus allen Richtungen tauchen sie auf, und niemand weiss, ob sie die zum Patent angemeldete Hinterradbremse auch benutzen wollen oder können. Kleine Kinder wie Business(wo)men nutzen die Flitzer, um die Strassen und Trottoirs unsicher zu machen.

Zu verdanken haben wir die ganze Geschichte der Firma Micro Mobility Systems (MMS), die sowohl das «Trottinett» Micro Skate Scooter wie auch das dreirädrige Kickboard herstellt und vertreibt. Das erklärte Ziel von MMS ist es, einen Lifestyle zu kreieren, der Mobilität jedem und überall zugänglich und (das allerwichtigste) Spass macht. Mit Erfolg: in Japan wurden schon 1 Mio., in Europa 300 000 der Dinger verkauft.

Eine kleine, unrepräsentative Umfrage nach dem subjektiven Eindruck bestätigt die überwältigenden Zahlen. Fast allen Befragten sind die Trottinettli als *der* Sommertrend aufgefallen. Nicht-AnwenderInnen sind jedoch davon wenig überzeugt. Einhellig wird konstatiert: «Eine typische Modeerscheinung. Alle meinen, sie seien cool auf ihrem Scooter. Doch spätestens, wenn sie merken, dass jeder

hat, was sie haben, brauchen sie ihr Trotti nie mehr.» Die Jugendlichen haben das anscheinend schon gemerkt. Im «Tages-Anzeiger» konnte man lesen, sie seien die Altersgruppe mit dem kleinsten Trottinettkonsum. Hans Georg Hildebrandt bezeichnet in der «Sonntags-Zeitung» den Micro Skate Scooter gar als «infantiles Ding mit jenem Sportaroma, das Spassspiesser unwiderstehlich finden.»

ZUSAMMENKLAPPBARE MOBILITÄT

Die Scooter-Fahrer sehen ihr Gefährt nicht als Modeerscheinung. «Ich benutze meinen Micro jeden Tag», meint einer. «Er hat praktisch mein Velo ersetzt und wird dies auch in Zukunft tun.» Ein anderer: «Mit dem Kickboard habe ich endlich die Lücke zwischen öffentlichem Verkehrsmittel und meinem eigentlichen Ziel gefüllt.» Der praktische Nutzen ist nicht von der Hand zu weisen. Zusammenklappbare Mobilität ermöglicht schnell von Zuhause zum Bus zu gelangen und von da schnell zum Zug. Ökologie versteckt im Trend! Viele betonen auch das Vergnügen. Den Geschwindigkeitsrausch in den engen Gassen, die gleitende Bewegung und der sportliche Charakter stimmt sie froh. «Trottinettlen macht einfach mehr Spass als laufen», sagen sie und holpern übers Kopfsteinpflaster davon.

Die Aussagen können einem beinahe Angst machen. Hält der Trend zu den zwei kleinen Rädern noch lange an, wird sich niemand mehr zu Fuss auf der Strasse bewegen. Und durch die fortschreitende Miniaturisierung sind die Scooter bald so klein, dass man sie in die Hosentasche stecken kann. Zugegebenermassen wird es ziemlich graziös wirken, wenn alle PassantInnen auf einem beinahe unsichtbaren Gefährt vorbeigleiten. Ist jedoch der Micro Skate Scooter erst noch motorisiert (auch das gibts schon), steht auch hierzulande der amerikanischen Körperfülle nichts mehr im Weg.

DAS PROJEKT: SKIM.COM

Nicht nur im Süden findet das Leben auf der Strasse statt. Wenn es die Witterung zulässt, tummelt sich auch in unseren Breitengraden alles draussen, was stehen kann. Draussen zeigt man sich, für draussen kleidet man sich mit der Sorgfalt des Kirchgängers. Auf dem Laufsteg Strasse ist jeder ein Model, denn jeder hat sein Publikum. Es wird gegafft, was das Zeug hält, und nur der öffentliche Charakter lässt die Strasse nicht zur Kontaktbörse verkommen.

Bis anhin musste man sich der Villa Wahnsinn bedienen, um neue Leute kennenzulernen, dort gab es die berüchtigten Single-Parties, an denen jeder ein Nümmerchen ans Revers bekam. Aber die Villa Wahnsinn gibt es nicht mehr. Das ist auch den Gebrüdern Freitag aufgefallen. Die Hersteller der Lastwagenblachen- (oder eben Freitag-) Taschen haben mit Freunden das Projekt skim.com gegründet. Mit dieser Bekleidungs- und Accessoires-Linie wollen sie die Strassen- mit der Onlinekommunikation verbinden, die reelle mit der virtuellen. Jedes Kleidungsstück trägt eine individuelle Nummer, die gleichzeitig eine E-Mail-Adresse ist. Sieht man eine sympathische Person mit einem skim.com T-Shirt, braucht man sich nur die Nummer zu merken – und flugs steht man in Kontakt.

Damit hat sich ein alter Traum der Menschheit verwirklicht. Endlich kann das mühselige und gefahrvolle Auf-der-Strasse-Ansprechen umgangen werden. Die Folgen sind kaum abzusehen: die Vereinsamungstendenz in unserer Gesellschaft ist endlich gestoppt, soziale Kontakte werden zum Alltag – für viele zum ersten Mal. Natürlich bringt auch das Nachteile mit sich, denn bei so vielen Freunden kann man sich auf den einzelnen kaum mehr konzentrieren. Die vollständige Beliebigkeit nimmt überhand, vor lauter Belanglosigkeiten wird das normale Gespräch zur Ausnahmesituation und damit verlernbar. Fortschritt ist das vielleicht nicht, aber neu.

skim.com-TrägerInnen scheinen diese Aspekte sträflich zu vernachlässigen. Drei von fünf Befragten (in der Ostschweiz hat sich dieses revolutionäre Konzept noch nicht wirklich durchsetzen können) geben an, ihr skim.com-Mail noch nie benutzt zu haben. Die anderen zwei haben zwar schon E-Mails erhalten und verschickt, konnten aber kein verändertes Sozialleben feststellen. «Mir gefallen die Kleider, die Idee mit dem E-Mail kommt für mich an zweiter Stelle», ist eine Aussage. Oder: «Das Schöne daran ist, ein Einzelstück zu besitzen.» Man munkelt, dass schon ein Pilotprojekt in Bern nicht die erwarteten Früchte getragen habe: ein junger Mann versuchte durch skim.com-Kleider Kontakte zu knüpfen. Da das Wetter schlecht war und er immer eine Jacke überm T-Shirt tragen musste, hielt er sich in In-Restaurants und -Bars auf – doch kein einziges E-Mail wurde an ihn verschickt. Auf die Revolution in der Strassenkommunikation muss man also noch warten. Schade eigentlich. Die nächste Gelegenheit kommt vielleicht erst in dreissig Jahren wieder.

MODEN UND TRENDS

Wie kommt es überhaupt dazu, dass Trends auf die Strasse gelangen? Wollen einfach alle Leute zur gleichen Zeit dasselbe, oder sind es eben doch die Multis, die unser Leben steuern? Catherine Crowden, Projektmanagerin Konzeption und Marketing am Gottlieb Duttweiler Institut: «Modeerscheinungen wie skim.com oder der Micro Skate Scooter sind keine Trends. Trends sind wichtige und nachhaltige Evolutionen in unserer Gesellschaft. Sie haben verpflichtenden und langfristigen Charakter. Moden sind höchstens trendgestützt, Ikonen der Trends. Daher ist alles, was Unternehmen tun können, die Trends zu erkennen und entsprechende Produkte auf den Markt zu bringen. Auf einmal finden alle Leute Kuba toll. Wer dann ein Kuba-Produkt auf den Markt bringt, hat Erfolg. Der Trend selbst lässt sich jedoch nicht beeinflussen.»

Wie kommt es aber, dass in einer Zeit, in der jeder für sich selber entscheiden kann, sich alle für das Gleiche entscheiden? «Früher wurde man in eine Gruppe hineingeboren – in eine Familie oder eine Konfession. Diese Gruppe übernahm alle Entscheidungen. Heute hat man die Freiheit, sich für eine Gruppe zu entscheiden.» Somit kann sich jeder als Individualist fühlen, denn jeder hat sich seine Zugehörigkeit selber ausgesucht. Dass eventuell die Gruppe beginnt, Entscheidungen für einen zu treffen, ist wohl Nebensache.

Welcher Trend auslöste, dass ausgerechnet Trottinettli und nummerierte Kleider diesen Sommer so begehrt sind, ist für Crowden klar: «Im Augenblick ist ein deutlicher Trend zur Urbanisierung erkennbar. Nach der Flucht ins Grüne und in die Agglomeration gefällt es den Leuten wieder, in der Stadt zu wohnen und sich in der Stadt zu bewegen. Der urbane Mensch sieht sich als offen, individuell, emanzipiert und mobil.» Ideale Voraussetzungen also für ein Fortbewegungsmittel für kurze Distanzen. «Dass die Urbanität wieder auflebt, kommt auch skim.com zugute. Die offene und tolerante Haltung des Städters manifestiert sich in seiner Bereitschaft, jederzeit zu kommunizieren.» Dass es bei der Bereitschaft bleibt, könnte daran liegen, dass skim.com-Träger nur schon durch die Zugehörigkeit zu diesem exklusiven Tribe (Gruppe) zufrieden sind.

Wie es wirklich mit den Micros, Kickboards und skim.coms weitergeht, kann nur die Zeit sagen. Letztendlich gilt wohl die Faustregel: «Wenn alle im Trend liegen, löst sich der Trend auf.» Traurig ist niemand, denn der nächste Trend wartet schon.

Christian Meier, Jahrgang 1973, arbeitet als Junior Berater in einer St.Galler Werbeagentur. Er geht gerne durch die Stadt und trägt dabei vorzugsweise italienische Slipper aus beigem Leder.

Wo Frauen flanieren.

Frauenbibliothek und Dokumentationsstelle
Belletristik, Kinder- und Jugendbücher, Sachbücher, Phonothek
Davidstrasse 42, 9001 St.Gallen, Telefon 071 222 65 15
Mo 16-20, Mi/Do 14-18 Uhr, Sa 12-16 Uhr

dies ist unser erster streich*
(*und der zweite folgt zugleich.)

KATALOG 16
No.1

jetzt bestellen unter:
tatort16@bluemail.ch oder
telefon 071 / 244 44 48

tatort 16 objekt- und schaufenstergestaltung
Do-Fr 13.30-18.30 / Sa 12.00-17.00
st.jakobstrasse 16 9000 st.gallen www.tatort16.ch