



»OBSERVER«



TRACHT



KRÜGER CANDY
COLLECTION

18 TZ 16 2017



SPORTALM

CANDY oder ERDIG?

Die Tracht gibt sich **so brav und bieder wie schon lange nicht**. Ein paar Hersteller lassen es aber immer noch krachen.

TRACHT

Der wohlgeformte Po links außen gehört zu einer prominenten Dame. Sängerin und Show-Profi Viktoria Swarovski macht jetzt auch in Tracht. Jung, bunt, sexy: Die Kooperation mit dem deutschen Dirndlzeuger Krüger passt hundertprozentig zum Multitalent aus Tirol. Die Präsentation? In einem Münchner Luxushotel. Brav sagt Swarovski zu den anwesenden Journalisten, dass sie schon als Baby Dirndl getragen hat und dass sie gespannt ist, ob dem anderen großen Lederhosenträger der Volksmusik-Nation, Andreas Gabalier, die Kollektion gefällt. Tags darauf ist die fröhliche »Candy Collection« in allen bunten Blättern im deutschsprachigen Raum zu sehen. Lederhosen in Pink und Pistazie, unkomplizierte Dirndl mit Herzchen drauf: Selten passt ein (designendes) Testimonial so gut zum Produkt wie Swarovski und Candy-Krüger. Ganz anders die Dirndl-Präsentationen der etablierten Anbieter beim und rund ums Gipfeltreffen in Salzburg. Heimatklänge, Retro-Feeling, keusche Dirndlausschnitte, hochgeschlossene Blusen, züchtige (also knieumspielende) Längen, gedeckte, typische Trachtenfarben: Auf Trash wird verzichtet, auf Buntheit sowieso. Und auch bei den Materialien geht man keine Experimente mehr ein. Und wenn doch? Dann in einer eigenen Kapsel-Kollektion, junge Party-Dirndl mit irgendeinem »Wiesn«-Anhang im Namen.

DIE BRANCHE TEILT SICH. Nicht nur beim Dirndl, auch bei den Lederhosen trennen sich Traditionalisten von Newcomern. Die einen setzen auf Handarbeit, auf tonige Stickereien und auf knielang. Die anderen bestücken mit Pailletten, verwenden knallbuntes Leder und schneiden die Hosen atemberaubend kurz.

»Auf dem Markt«, sagt **Spotalm-Chefin** Ulli Ehrlich, sei für beides Platz, »sich selbst glaube aber eher an hochgeschlossene Dirndl, brave Blusen und den Rückgriff auf alte Designs. Wenn schon Tracht, dann will die Trägerin das Gefühl haben, etwas Echtes, nichts Verfälschtes zu kaufen«. Also keine Lederhosen in Pink? »Aber ja«, schränkt Ehrlich ein, »aber nur für wirklich junge Frauen. Die sehen super aus darin.« Tradition oder Mode mit trachtigen Elementen? Rückgriff auf alte Musterbücher oder moderne Überzeichnung? So breit wie die Aussagen der Designer spreizt sich die Tracht derzeit auch beim Preis. Gut, Billiganbieter tun sich immer schwerer, auch bei den Diskontern finden »Trachten«-Teile aus Asien keinen reißenden Absatz mehr. Aber vom Mainstream bis zur absoluten Spitze haben sich die Segmente fest etabliert – der Handel profitiert von immer neuen Zweit-Kollektionen und hat vor allem im mittleren Preissegment eine immer breitere Auswahl.

Die **Tracht** erobert immer neue Lebensbereiche. Was mit dem Oktoberfest-Hype begann, ist längst ein **gesellschaftlicher Trend**. Ob der Trachtenboom in den kommenden Jahren einschlafen wird? Dafür gibt es derzeit noch **keine Anzeichen**.



Von 1. bis 3. September trifft sich die Branche nach dem Saisonauftakt im Rahmen der **Hot 1** nun wieder in Salzburg, mit 220 Ausstellern aus sieben Ländern ist die Tracht & Country wieder einmal ausgebucht. Was Messeleiter Wilfried Antlinger besonders freut: »Wir bringen wieder 30 neue Labels an den Start, entweder komplette Neugründungen oder Brands, die noch nie in Salzburg ausgestellt haben. Was in der Mode immer wieder propagiert wird, nämlich, dass der Kunde im Laden immer wieder von

neuen Marken überrascht werden muss, ist in der Tracht gelebte Tradition.«

Neu auf der **Tracht & Country** zeigt z. B. Perulana Teile aus Baby-Alpaka und Baby-Alpaka-Seiden-Mischungen, Fiebig stellt Kopfbedeckungen und Accessoires aus, und vom Waldviertler Label Nina S. Design wird man außergewöhnliche Trachtenaccessoires zu sehen bekommen.

Wie immer wird man bei täglich zwei Modenschauen die Möglichkeit haben, sich nicht nur über die Newcomer, sondern auch über die etablierten Trachtenhersteller zu informieren. Denn zum großen Asset der Messe zählt seit jeher der immer größer und wirtschaftlich bedeutender werdende Bereich der Accessoires, vor allem Schuhe, Taschen, Trachtenhüte oder Schmuck.

Wie lange der Trachtenboom noch anhalten wird können, diese Frage stellt man sich seit einigen Saisons mit (un)schöner Regelmäßigkeit. Derzeit gibt es keine Anzeichen dafür. Denn aus dem überhitzten Boom ist ein anhaltend gutes Geschäft geworden. Mit Marktteilnehmern, die sich vor der Zukunft nicht fürchten. **BPM**

