



- FREAKS

entscheidet eigentlich, welche cool sind?



Welche Farben sind in zwei Jahren Trend? Torsten Hochstetter, Kreativ-Chef bei Puma, muss entscheiden, was künftig in den Läden stehen soll.



auffällige Markenschuhe tragen. Die Sängerin Katy Perry macht Werbung für eine Marke, andere Stars entwerfen eigene Schuhe.

Die roten Turnschuhe, die Rapper Kanye West auf den Markt gebracht hat, kosteten ursprünglich mal rund 200 Euro. Sie waren aber so schnell ausverkauft, dass sie bald im Internet für mehr als zwölf Millionen Euro



versteigert wurden. Ein Vermögen – für ein Paar Schuhe.

Turnschuhe gibt es schon seit mehr als 150 Jahren. Damals waren sie wirklich nur zum Sporttreiben gedacht. Das Neue an ihnen war, dass sie eine Gummisohle hatten. Zu der Zeit trugen Erwachsene, wenn sie schick sein woll- >>





Stoff, Plastik oder besser Leder? Material-Proben zeigen, wie der Sneaker aussehen wird.



» ten, polierte Lederschuhe. Die galten als elegant.

Vor nicht ganz hundert Jahren fanden einige Jugendliche die Lederschuhe ihrer Eltern spießig. Sie begannen, ihre Tennisschuhe auch auf der Straße zu tragen.

Heute sind Turnschuhe Massenware, fast jeder trägt sie – egal ob Schulkind, HipHop-Star oder erwachsener Anzugträger. Und meistens werden sie als „Sneaker“ bezeichnet. Das kommt daher, dass man auf Gummisohlen leise laufen kann: „Sneaker“ bedeutet „Schleicher“. Ständig gibt es neue Modelle. Aber wer entscheidet eigentlich, was Trend wird?

In einem kleinen Ort in Franken steht ein sehr großes Gebäude. Es ist die Zentrale von Puma, einem der weltgrößten Sportartikel-Hersteller. Darin sitzt Torsten Hochstetter in einem Raum voller Schuhe. Er ist der Design-Chef der Firma. Er ist dafür verantwortlich, wie die Sneaker in den kommenden Jahren aussehen werden. Als Erstes muss er sich mit seinem Team überlegen, wer den Schuh später kaufen soll. Jugendliche sind eine wichtige Zielgruppe. Aber was ist bei denen angesagt?

Um das herauszukriegen, reist Hochstetter nach New York, Paris oder Japan und trifft sich mit Trend-Scouts. Das sind Leute, die auf Straßen oder Konzerten beobachten, welche Muster und Farben junge Menschen so anziehen. „Dicke Sohlen und Blumenmuster sind in“, melden sie dann zum Beispiel. Das Schwierigste dabei: Die Puma-Designer planen schon jetzt für

2016. Die Firma muss also vorhersagen, wie der Geschmack der Leute in zwei Jahren sein wird.

Liegt sie falsch, will später niemand die Schuhe haben, und alles war umsonst.

Wenn Hochstetter von seinen Reisen in die Puma-Zentrale zurückkehrt, machen sich dort die rund hundert Designer ans Werk. Sie zeichnen den Schuh, erst per Hand, später geht es am Computer weiter. Über Kleinigkeiten wird lange diskutiert: Wie soll die Sohle aussehen? Mögen auch Jungs Schuhe, in denen ein Streifen pink ist? Sind dicke Schnürsenkel trendiger als dünne? An jedes Einzelteil schreiben sie eine Erklärung.

Die Bauanleitung wird in eine Fabrik geschickt, die die Schuhe herstellt.



Die meisten Sportartikel-Firmen besitzen keine eigene Fabrik in Deutschland. Sie lassen in Asien nähen. Es ist billiger, die Arbeiter verdienen dort viel weniger Geld als in Deutschland. Jemand, der in Vietnam für Puma Schuhe näht, bekommt zwar mehr, als das Gesetz dort vorschreibt. Trotzdem sind es nur etwa 50 Euro im Monat.

Die Fabrikarbeiter selbst könnten sich den Schuh nicht leisten. Später, wenn der Sneaker auf dem angeleuchteten Podest im Laden steht, wird er doppelt so viel kosten wie der Monatslohn eines Nähers beträgt.

Antonia Bauer