



**Genau** die sind es. Die hab ich früher beim Sport tragen müssen, und ich hab sie gehasst – fast so sehr wie meinen Turnbeutel. Sie waren blauweiß, hatten Streifen und passten zu meinen dünnen Beinen wie Schlittschuhe zum Storch. Meine Turnschuhe. Synonym für eine Zeit, als wir Brennball auf dem Schulhof spielten, heimlich die erste Zigarette pafften und aufgeregt dem ersten Kuss entgegen-fieberten. Und heute? Hab ich sie mir wieder gekauft. Meine Turnschuhe.

**Als Ende** der 80er-Jahre die Basketball-Schuhe aus dem Straßenbild verschwanden, wollte kein Mensch einen Schnürsenkel auf die Rückkehr von Sportschuhen wetten – außer zur Körperertüchtigung. Doch heute stehen sie wieder in jedem angesagten Modegeschäft. „Es kommt halt alles wieder“, kommentiert Ralf Metzenmacher, Produktentwickler bei Puma, das weltweite Comeback. Konzentrierten sich die Hersteller lange Jahre auf technische Gimmicks wie Pumplasche und Disc-Verschluss, setzen die Produktdesigner jetzt immer stärker auf Schuhmodelle mit Geschichte. Stichwort: Retro.

**Als 1997** die ersten Models, DJs und Szenegänger mit ihren Puma Suedes in New Yorker Diskotheken eine neue Lässigkeit präsentierten, glaubten Modeexperten und Trendscouts noch an einen kurzweiligen Auftritt. Ein Flirt mit der Vergangenheit, der höchstens eine oder zwei Saisons lang taugte. Heute, sechs Jahre später, belegen Sportschuhe mit Retro-Elementen fast ausnahmslos die Regale der Szeneläden. Der Sportschuh ist salonfähig und der Käufer mit keinem Preis mehr zu schockieren. Materialien, die schon in den 60er- und 70er-Jahren en vogue waren, stehlen heute jedem High-Tech-Treter die Schau. Nicht auf dem Sportplatz, sondern auf dem Laufsteg. Der Turnschuh, den viele so

hassten, ist längst ein Klassiker. Einst ein treuer Wegbegleiter auf dem Trimpfad, avanciert er zum aktuellen Mode-Accessoire der Jetzt-Zeit. Zielsicher wie Carl Lewis sprinten die Retro-Runner von Rekord zu Rekord. Schon rund drei Milliarden Euro setzte die Branche 2002 mit ihren Retro-Sneakers um – zehn Prozent des Gesamtumsatzes mit Sportschuhen weltweit. Tendenz: weiter steigend. Allein bei Adidas tragen die Retro-Modelle 20 Prozent zum gesamten Sportschuhumsatz bei. Und es soll noch besser kommen. „Für dieses Jahr“, sagt Adidas-Mann Jan Runau, „erwarten wir eine weitere Steigerung von fünf bis zehn Prozent.“

**Meist** orientieren sich die Designer an alten Schnitten und Farben. Besonders beliebt sind die Treter ehemaliger Fußballstars. Ursprünglich von Legenden wie Pelé oder Maradona auf dem Rasen zu Weltruhm gedribbelt, stehen die Schuhe heute – leicht modifiziert – für den stilsicheren Auftritt außerhalb des Fußballfelds. Auch Box- und Rennfahrerstiefel finden mittlerweile ihre Abnehmer abseits von Ring und Ritzel. Seit jeher in den jeweiligen Sportarten verwendet, tragen Fans diese Schuhe jetzt auch auf der Straße. Ein Beweis, dass nichts besser recycelbar ist als Design und Mode.

**Neben** Herstellern wie Adidas, Puma, Nike, Gola oder Reebok ergänzen auch Modedesigner ihre klassischen Schuhlinien mit zahlreichen Retro-Elementen – darunter Prada, Gucci, Versace oder Boss. Nicht ohne Grund dient der Branche das Design der 60er- und 70er-Jahre als Vorlage. „Es handelt sich um die ausdrucksstärksten Jahrzehnte. Den 80ern fehlten einfach die Impulse“, erklärt Metzenmacher von Puma. Die Rückkehr von Klettverschlüssen und Neonschnürbändern will er für die Zukunft allerdings auch nicht kategorisch ausschließen. Sein Kommentar: „Mit aktuellen Elementen kombiniert, denkbar.“

Quelle: playboy.de