



## – Streetwear har vært en ganske «safe» måte å være moteriktig på

28. september 2017 av [Caroline Krager](#)

Hva er status for den massive, globale trenden nå – og hva vil ta over når alle er gått lei? Vi tar pulsen på streetwear anno høsten 2017.

Streetwear har med sin «casual coolness» og komfortable konturer klart å forføre både designere, innkjøpere, influencere

og den gemene, kjedebutikk-handlende, hop. Selve kirsebæret på toppen av iskremen ble plassert der i januar da Louis Vuitton sitt samarbeid med it-merket Supreme var et faktum. Et absolutt tegn på at subkulturen hadde nådd toppen av high fashion hierarkiet. Men etter sesong på sesong av beige joggeklær, rumpetasker over magen, og ekstravagante, limited edition sneakers, stilte vi oss i april undrende til om alt dette snart vil føles utrendy og urelevant. Er iskremen i ferd med å smelte?

De norske mote-ekspertene vi snakket med da var til dels enige i at streetwear ikke oppleves som nytt lenger. Det vil om ikke lenge minske i størrelse, og gå tilbake til å bli noe for de spesielt interesserte. De som allerede hadde Supreme, Bape og Hundreds på kleshengerne, i tillegg til en livsstil som er forent med den looken før det hele ble en massiv trend.

**Louise Loecke Foverskov, som er en ledende trend-strategist i det London-baserte trendbyrået Kjaer Global, mener streetwear utenfor selve motesirkelen er mer enn en zeitgeist eller en trend.**

– På mange måter er det vanskelig å definere selve begrepet, så det å snakke om at trenden skal dø er ikke så lett i seg selv. Det handler om en livsstil og en måte å leve på, og akkurat det er i stadig forandring slik det har vært siden Dogtown-surferne og skaterne på Venice Beach, diskuterbart, opprinnelig skapte den stilen, forteller hun til Melk & Honning.

Om man skal tenke i akkurat motesammenheng mener Loecke Foverskov at trend-kurven absolutt er på vei nedover, ettersom den i en så voldsom grad har nådd massene.

– Men luksusmerkene fortsetter nok en liten stund til å ha et kjærlighetsforhold til streetwear for å kapitalisere på dets «kulhet». Under moteuka i Milano som akkurat ble overstått så man jo Gucci-rumpetasker absolutt overalt, i tillegg til annen

såkalt «luksus streetwear» blant hele gjengen av fashioninfluencer og innsidere.



SUPREME X LOUIS VUITTON-SAMARBEIDET

– Jeg ser ikke akkurat for meg at vi skal selge dressko i stedet i første etasje, med det første.

Siden konseptforretningen Yme Universe åpnet på Paléet på Karl Johan i 2014, har den blitt en magnet for de som har A\$AP Rocky og liknende som stilikoner. Sneakers-avdelingen i første etasje har tiltrukket seg mang en Oslo-borger med eksklusiv streetwear-smak.

**Innkjøper på Yme, Fredrik Josefsson, innrømmer at de har hatt spesielt stor suksess med sine streetwear-merker.**

– Denne typen merker har gjort det veldig bra hos oss. Og vi ønsker å fortsette å jobbe med de fleste av våre streetwear-merker, for vi ser nå at de er i ferd med å utvikle seg. Hvis man ser på Gosha Rubchinskiy for eksempel, som vi solgte masse fotballskjerf og t-skjorter fra, så har han klart å fornye seg. Nå designer han også dressjakker og strikkegensere, og da blir det opp til oss å informere kundene om disse nye aspektene fra merket. Vi tenker at det er veldig positivt, forteller Josefsson til Melk & Honning.

Han trekker frem Off-White, med it-designer Virgil Abloh bak tegnebrettet, som en av merkene de fører som virkelig har evnet å fullstendig fornye seg i dette landskapet.

– For få år siden var det bare mulig å få hvite t-skjorter og hoodies med sorte striper fra det merket, mens nå er det virkelig en helt annen verden. Det har vært en fantastisk utvikling. Nå kan man jo få dresser og alt mulig.

Yme var i lang tid den eneste forretningen i landet som fikk inn de ekstremt hypede Yeezy-sneakersene signert Kanye West. Det førte til at folk kom langveis fra **for å ligge i kø i dagevis** på fortauet utenfor. Josefsson har stor tro på at streetwear-trenden med sneakers kommer til å fortsette.

– Jeg ser ikke akkurat for meg at vi skal selge dressko i stedet i første etasje, med det første. Man ser jo at alle de store motehusene er helt inne på sneakers, mens Nike er flinke til å holde igjen på de mest eksklusive modellene slik at de ikke blir overeksponert, i tillegg til at sneakers-merkene bruker helt riktige folk i markedsføringen.

Innkjøperen poengterer likevel at det nok har blitt altfor mange slipp og nye releaser for folk.

– Det er for mange slipp og valg for den som virkelig digger sko, og man har ikke muligheten til å få med seg eller skaffe seg alt. Jeg legger merke til at folk er blitt mye mer selektive når det gjelder hvilke de kjøper. Jeg tror folk fremover heller vil se etter

det lille ekstra, det veldig eksklusive, og heller gå for en sneaker-modell som er dobbelt så dyr. En modell som ikke alle andre har, rett og slett.

– Men når det gjelder streetwear som helhet, tror jeg man har et par sesonger igjen før det er helt ute.



GOSHA RUBCHINSKIY - FW'17



BALENCIAGA-SNEAKERS VIA @DAZED DIGITAL

– Nå unngår vi å kalle oss et street-merke

De siste årene har også flere av de norske klesmerkene satset på streetwear-inspirerte plagg, i tillegg til at man har sett rene streetwear-merker poppe opp. Blant sistnevnte kategori finner

du blant andre Mayow. **Da vi snakket med** én av de to designerne bak merket, Hamza Mayow, for nøyaktig ett år siden sto hans første, svære motevisning på trappene.

Da uttalte han selv at visjonen bak var å bygge opp et norsk klesmerke som klarer å finne balansen mellom det elegante og streetwear. Kolleksjonen som ble vist fram i Skur33 få uker senere, for over 1000 par forventningsfulle øyne, var lastet med nesten alle streetwear sine kjennetegn; Bomberjakker, joggedresser, hoodies, store t-skjorter og sneakers.

Et knapt år senere, i forkant av kolleksjonen han viste under Oslo Runway i august i år, hadde pipen fått en annen lyd.

– Nå unngår vi å kalle oss et street-merke. Jeg vil fremdeles forsøke å skape en balanse, fremme det at man kan gå med en litt stram skjorte sammen med en mer baggy bukse, men alle gjør det samme om dagen. Street har infiltrert high fashion. Vi har gjort noen justeringer på en del plagg for å unngå å falle under denne kategorien. Det er ikke lenge til street-bølgen avtar uansett, **uttalte han til oss** få dager før visningen.

I dag innrømmer han at han hadde misforstått hva selve streetwear-begrepet innebærer – i tillegg til at han saftet for å please massene.

– For meg handlet det litt om det at jeg oppfattet high-end streetwear litt feil. Min tolkning er at det er mannen i gata som er moteinteressert, men jeg skjønnte fort at det ikke stemte. Som designer så tør man ikke heller nødvendigvis å lage alt man tenker på med en gang, og av alle de tegningene jeg hadde på bordet mitt valgte jeg å gå for det mest basic. Det var rett og slett fordi jeg tenkte at jeg er i Norge og det blir for mye for folk, forteller Mayow.

– **Men etter den kolleksjonen lovet jeg meg å tørre å kjøre på, og det er jeg veldig glad for. Det er flaks at vi byttet retning før det var for sent.**

Designeren mener at motebildet generelt i Norge har endret seg veldig.

– Nå kan man jo faktisk starte et rent herremerke, og gjøre det bra her til lands. Jeg har lagt merke til at det begynner å poppe opp mer og mer high-end og ready-to-wear-merker. Jeg føler at streetwear på mange måter allerede har dødd litt ut, selv om det er noen merker som fortsatt gjør det dritbra.



MAYOW SS'18-VISNINGEN UNDER OSLO RUNWAY I AUGUST

– Streetwear har vært en ganske «safe» måte å være moteriktig på.

Trendekspertene hos Kjaer Global mener grunnen til at streetwear ble en så massiv trend er at den innehar mange av behovene og ønskene man hadde for følelsen av komfort og sikkerhet i etterkant av den store finanskrisen i 2008.

– Streetwear-trenden har både gitt oss følelsen av å kunne uttrykke en helt egen stil, samtidig som det hele har foregått innenfor et slags sikkert og forutsigbart rom. For på mange måter har streetwear vært en ganske «safe» måte å være moteriktig på, noe som har resonert med zeitgeisten som innebærer å være moderat rebellisk, forteller Loecke Foverskov.

Hun mener det er interessant å tenke seg hvordan streetwear 2.0 vil utarte seg.

– I takt med den stadig voksende urbaniseringen på global basis forventer vi at streetwear vil fortsette. Man kan jo ikke nekte for at komfort, bevegelse og også de mer beskyttende aspektene av denne typen stil passer utrolig godt i et urbant miljø. Det er også noe tidløst over streetwear. I disse dager ser man mødre og døtre som går i de samme merkene og de samme skomodellene – for eksempel Adidas Superstar og Air Max. Den eldre generasjonen har hatt disse siden 80-tallet, og nå vil barna deres bruke dem som en del av trendbildet.

**Loecke Foverskov mener det blir spennende å se hvordan motebildet blir påvirket av techbransjen fremover.**

– Nå som det gjøres så store fremskritt innen interaktivt og teknisk tøy, vil designerne i motebransjen i større og større grad kunne benytte seg av dette i designprosessen. Da tror jeg man vil se noen virkelig interessante ting.

I tillegg mener trendeksperten at Generation Z, dagens ungdomsgenerasjon som Melk & Honning omtalte i en større sak i våres, kommer til å ha masse å si for hvilken retning moten går i nå.



– De har virkelig et helt eget syn på verden, på kjønn, mangfold og liknende enn for eksempel Millenials har. Vi ser jo allerede hvor stor påvirkning de har på de kjønnsnøytrale strømningene i motebransjen. Jeg tror også denne generasjonen kommer til å kreve en revolusjon når det kommer til bærekraftige og veganske materialer av ekstremt høy kvalitet. Man ser at dette allerede er i ferd med å manifestere seg i en viss grad hos både Kering (Red.anm: som for kort tid siden **vant en bærekraftighetskonkurranse**) og Adidas, som er i ferd med å tenke nytt både når det gjelder business-modell og design for å implementere disse fremtidsrettete moteprinsippene.

**Forsidebilde:** Via @hypebeast

ADIDAS    AGENDA    FEATURED    GENERATION Z    GOSHA RUBCHINSKIY  
GUCCI    HAMZA MAYOW    KANYE WEST    KERING    KJAER GLOBAL  
LOUIS VUITTON    LOUISE LOECKE FOVERSKOV    MILANO    MOTEUKE  
OFF WHITE    OSLO RUNWAY    PALEET    RUMPETASKE    SNEAKERS  
STREETWEAR    VIRGIL ABLOH    YEEZY    YME UNIVERSE

---

## DEL ARTIKKELEN

FACEBOOK

TWITTER