MODE SVETT & TÅRAR

Löpartights, stora loggor och avancerade funktionsmaterial. Modebilden är mer sportig än någonsin. Inside ger sig ut i löparspåret på jakt efter den bakomliggande orsaken till den rådande sporttrenden. AV HELENA EKSTRÖM ILLUSTRATION KRISTIAN INGERS

VI HAR löpartightsen på när vi springer ner till affären, till tvättstugan eller går ut med hunden. Numera är det även ett plagg vi bär på jobbet eller på puben. Löpartightsen har tagit upp kampen med blåjeansen som det avslappnade vardagsplagget.

Sport- och funktionskläder i modebilden är inget nytt fenomen. De tekniska funktionskläderna har sedan länge tagit klivit upp från löparspåren till catwalken. Under hela 2000-talet avfyrades en rad genreöverskridande samarbeten mellan stora modehus och världsledande sportmärken. I år firar Adidas by Stella McCartney 10-årsjubileum. Filosofin från början var moderiktiga sportkläder – något som vid starten var nytänkande. Även Yohji Yamamotos tidiga samarbete med Adidas under namnet Y-3 är värt att nämna. Den storslagna japanska designern var en av de första att förstå att sportinfluerade kläder skulle ha en större global påverkan än renodlade "high fashion"-plagg.

Trots att trenden har ett par år på nacken är det först nu som den har klättrat från träningshyllan upp till garderobens finare galgar. Den pågående hälsotrenden – där vi hela tiden jagar nästa diet och ultimata träningsform – är en bidragande faktor. Vi byter mode mot motion – och byter modetidningarna mot tidningar om hälsa och träning. Att det har blivit viktigt att vi visar upp vår hälsosamma livsstil är en annan bakomliggande orsak till trenden – men det är naturligtvis inte hela svaret.

– Det är en ganska naturlig pendelrörelse, säger Maria "Decida" Wahlberg, Creative Director och stylist för bland andra Robyn och tidigare Nordic Brand Communication Manager hos Adidas.

– Efter några år med extremt extrovert mode slår det över till att handla mer om funktionalitet. Det handlar också om att förflytta fokus från själva modet i sig till andra områden. Vad du har på dig tar mindre plats i livet och många väljer att manifestera vad de gör, snarare än vad de bär.

MÅNGA STORA designers har också sett sin chans att bredda kundkretsen genom större förståelse för det bärbara och funktionella.

– Jag har träffat både Alexander Wang och Humberto Leon och Carol Lim som har Kenzo. De sätter företagandet lika högt som modet. De har full kännedom om hur street wear-scenen skapar trender och hur stora kvantiteter ett sportigt plagg med loggor kan sälja. De har tagit in det i sina varumärken och på så sätt skapat hybridmärken, berättar Decida.

Den amerikanska modeskaparen Alexander Wang har under hösten varit aktuell med det, i allra högsta grad, sportinfluerade samarbetet Alexander Wang x H&M. En kollektion som inte har gått någon förbi – och som gjort svarta boxningshandskar till vinterns mest moderiktiga accessoar.

När vi pratar om sportkläder som modebild är det svårt att inte nämna den pågående parallella trenden – eller icke-trenden – normcore. Normcore är ett av det mest hashtaggade orden under året och kan bäst beskrivas som en anti-modestil. Den nerklädda stilen kan ses som en motpol till hipsterbegreppet.

– Här handlar det inte om mode. Jag vill dra paralleller till 1990-talet och grungescenen som subkultur. Det fanns givetvis ett mode kopplat till stilen men det handlade inte om kläder utan en reaktion på ett 1980-tal som var extremt visuellt och där mode tog stora proportioner. Grungen har likheter med det vi kallar normcore där det handlar om att inte göra mode så viktigt, berättar Decida under radioprogrammet Nordegren & Epstein i P1.

Det är ingen slump att normcore-fenomenet går parallellt med sportmodetrenden. I båda fallen är det något mer än mode som är i fokus. Begreppet "nerklädd" har fått en helt ny innebörd och är inte längre synonymt med omodern eller ointresserad – även om utgångspunkten ligger just i det vardagliga.

> *Många väljer att manifestera vad de gör, snarare än vad de bär.*

Referenser till sport och street wear har blivit ett sätt för high fashion-designers att bredda sin kundkrets.

> *Alexander Wang har gjort svarta boxningshandskar till vinterns mest moderiktiga accessoar.*

NORMCORE SOM namn är en mix av "normal" och "hardcore" och precis som sportmodetrenden låter den två helt olika världar mötas. Modedesignern Sara-Lovise Ewertson är nyexaminerad från Borås Textilhögskola och hennes sportinspirerade och lekfulla debutkollektion visades upp under Stockholm Fashion Week i höstas.

– När två experter slår sig samman – nörden som vurmar för det perfekta sportplagget och kreatören med en stark vision – mixas olika delar och föder nytt liv. Det blir något extra och ett high tech-plagg vill man också gärna bära tillsammans med den senaste iPhonen, säger Sara-Lovise.

I början av sjuttiotalet började amerikanska cykelteam täcka tröjorna med sponsorloggor. Sponsorerna utvecklade estetiken och designen för att få så bra exponering som möjligt från alla vinklar.

– Jag tycker det är intressant att estetiken skapades av sponsorerna. Till en av mina kollektioner använder jag mig av cykeltröjans regler för hur prints placeras, men istället för sponsring handlar det om att visa upp ett superteam av fiktiva karaktärer. Jag är generellt ett fan av sportplagg – mycket på grund av att det ofta är uppbyggt från en annan utgångspunkt än just mode, berättar Sara-Lovise vidare.

Det är inte bara från sportarenorna vi hämtar inspiration. Många av referenserna kommer även från natur- och friluftslivet. Ett exempel är Fjällrävens ryggsäck Kånken, som lanserades för Sveriges skolungdomar 1978. I dag är den slitstarka väskan en it-accessoar i länder som USA och Kina. Genomslaget kom när de började vända sig till trend- och livsstilsbutiker snarare än sport- och outdoor-butiker. Ett annat exempel är amerikanska äventyrsmärket Patagonia, som plötsligt säljs på de hippaste butikerna i världens huvudstäder. På hemmaplan har Sandqvist, som har en tydlig outdoor-estetik, slagit stort med sina väskor.

Tittar man framåt, mot vårkollektionerna 2015, är sport och funktion något att även fortsättningsvis räkna med. För att spana in sportmode på catwalken rekommenderas stora och inflytelserika modehus som Balenciaga, Fendi, Rick Owens och Versace. För att nämna några av många. Sporten är definitivt här för att stanna i modebilden.

Sportmodet ser ut att bli ett populärt inslag på catwalken även 2015. Särskilt hos de stora modehusen, som Balenciaga, Fendi, Rick Owens och Versace.