

Die lebensweltspezifischen Stylepräferenzen:

1. **Traditionell-bürgerliche** Jugendliche legen vergleichsweise wenig Wert auf ihre Kleidung und ihren Stil. Sie orientieren sich am **Mainstream** und wollen dezidiert nicht auffallen. Auch der Kauf teurer Marken liegt ihnen daher fern. Maßgebend ist für sie, dass die Kleidung „anständig“ ist und dem Anlass entspricht.
2. **Den Adaptiv-Pragmatischen** ist ihr Stil, den sie weder als „super edgy“ noch als „outdated“ sehen, wichtig. Man weiß, was gerade „in“ ist und orientiert sich daran. Viele kaufen das, „was alle tragen“. Marken sind zwar von großer Bedeutung – als „Markenopfer“ oder „Litfaßsäule“ möchte man aber nicht gesehen werden. Die Teenager orientieren sich daher oft an **Marken des mittleren Preissegments und wählen eher schlichte Looks**. Luxusbrands gönnt man sich hin und wieder.
3. **Konsum-Materialisten** haben oft sehr ausgeprägte Markenwünsche. Sie betonen selbstbewusst und mit großer Selbstverständlichkeit, wie wichtig ihnen Marken sind. Marken sind in dieser Gruppe ein zentrales Instrument sozialer Teilhabe. Sie möchten mit ihrem Stil bzw. durch die gewählten Marken **gleichzeitig so sein wie alle und wie niemand sonst**. Als einzige Lebenswelt nehmen diese Jugendlichen andere Menschen so wahr, als achte jede\*r auf Marken. Das Markenspektrum der Konsum-Materialisten umfasst daher neben den **Mainstream-Brands** auch Luxusmarken. Man möchte sich damit sozial positionieren bzw. abgrenzen. Um die Konsumwünsche erfüllen zu können, gehen die Jugendlichen nach der Schule arbeiten und sparen das Geld zum Shoppen von Designermarken wie Givenchy<sup>1</sup> oder Yves Saint Laurent. Vorbilder sind die Megastars der globalen Hip-Hop-Kultur.
4. **Prekäre Jugendliche** interessieren sich wenig für Mode und ihr Aussehen. Wie die **Mainstream-Lebenswelten** beschreiben sie ihren Stil als „normal“ und kaufen meist in Standardgeschäften im niedrigpreisigen Sektor (wie zum Beispiel K&M oder H&M) ein.
5. **Die Postmateriellen** legen sich nicht auf eine bestimmte Stilrichtung fest. Auf keinen Fall möchte man als „Modeopfer“ gesehen werden oder als „Mitläufer\*in“. Marken sind für sie daher (vordergründig) eher unwichtig. Sie wollen sich in ihrer Kleidung wohlfühlen, und sie muss ihnen gefallen. Einige inszenieren ihren Style als „nachlässig“, indem sie sich bewusst für „alte“ Klamotten bzw. Secondhandartikel entscheiden. Vor allem Mädchen nähen oder stricken sich auch selbst Kleidung.
6. **Der Style der experimentalistischen Jugendlichen** ist oft geprägt von den Szenen, denen sie nahestehen. Er ist in der Regel expressiver und „schräger“ als der anderer Lebenswelten.
7. **Expeditive**<sup>2</sup> kleiden sich am liebsten „urban-minimalistisch“. Sie wollen sich durch ihre Kleidung vom **Mainstream** abheben, ohne jedoch in die „Subkulturecke“ gesteckt zu werden. Sie sind detailverliebt und keine Fans „plakativer Marken“. Sie vermischen kreativ verschiedenste Stile und bedienen sich hierfür diverser Quellen: Hipsterboutiquen, Flohmärkte, Secondhandshops – und der Kleiderschrank der Eltern.

---

<sup>1</sup> [ʒivãfi]

<sup>2</sup> Typisch für Expeditive ist eine nonkonformistische, risikoakzeptierende Grundhaltung ohne ideologische Festlegungen. Sie sind offen für alles und wollen vom Leben lernen, wollen Grenzen durchbrechen, Horizonte erweitern, neue Herausforderungen annehmen. Viele sehen das Leben als Spiel – und die ganze Welt als ihre Bühne.