

Schaulustig

EINE STILKOLUMNE

Eine Goldmedaille geht noch vor Eröffnung der Olympischen Spiele in Paris an die **Uniform der Mongolei**.

VON SISSY RABL



Reichlich digitale Lorbeeren heimste die Mongolei noch vor Start des sportlichen Bewerbs für die offizielle Uniform ihrer Olympioniken ein. Das ist umso überraschender, als sich hier die junge Designmarke Michel & Amazonka mit Sitz in der Hauptstadt Ulaanbaatar mit namhaften Modehäusern wie Ralph Lauren (USA), Berluti (Frankreich) oder Lululemon (Kanada) misst. Die mongolischen Athleten werden bei der Eröffnungszereemonie kommenden Freitag kunstvoll bestickte Westen in Blau und Perlmutter über fließend weißen Kaftans tragen. Die goldenen Stickereien auf Brust und Kragen zeigen in präziser Detailarbeit olympische Fackel und Ringe, aber auch Motive aus der mongolischen Staatssymbolik. Den Designerinnen und Schwestern Michel and Amazonka Choigaalaa ist es dabei gelungen, traditionelle Kleidung mit einem zeitgeistigen Stempel zu versehen. In den sozialen Medien wurden sie dafür gefeiert.

Die bis dato präsentierten Uniformen anderer Nationen wirken daneben spröde bis uninspiriert, obgleich die Modemetropole Paris als Austragungsort doch Ansporn für vestimentäre Höhenflüge geben sollte. So lässt Ralph Lauren, bereits zum neunten Mal Ausstatter der Sportlerinnen und Sportler, das US-Olympia-Team in anliegendem Denim und Blazern in Rot-Weiß-Blau aufmarschieren und sie damit



Michel & Amazonka

ein wenig alt aussehen. Ja, selbst das französische Team in seinen marineblauen Blazern – warum müssen die Frauen um Himmels willen auf die Ärmel verzichten? – mit bunt schillerndem Schalrevers ruft Sponsionsfeierlichkeiten im Familienkreis in Erinnerung. Die als Kooperation mit Kenzo entstandenen und von Kimonos inspirierten Zweireiher des Judoteams zumindest sind elegant ausgefallen. Und dann ist da noch Österreich. Ganz einfach ist es natürlich nicht, die Lederhose aus ihrem Kontext zu hieven und neu zu interpretieren. Der Versuch von Adelsberger mit angegrauten Lederhosen und -röcken und dazu beige Leinenhemden und -gilets ist derweil ein wenig mutlos geraten. Stockerlplatz gibt es dafür keinen.



Man sonnt sich nicht sorglos wie einst. Sonnencremes, -gele, -seren und -puder stehen hoch im Kurs, insbesondere Produkte aus Korea. Michael Ochs Archives

Reueloses Sonnenbaden gilt heute für viele Schönheitsbewusste als Ding der Unmöglichkeit. Ein paar Gründe, warum Sonnenschutz plötzlich hip ist.

VON VALERIE ZEHETHOFER

Sonnenschutz, selbst im Salon

Denken Sie, wenn Sie das Wort Sommer hören, auch an den Geruch von Tiroler Nussöl? Dann ist Ihnen dieser Klassiker vielleicht nach wie vor ein treuer Begleiter, wahrscheinlicher aber ist das fein parfümierte Sonnenöl nur noch eine vage Erinnerung. Denn wo man einst reuelos und mit minimalem UV-Schutz unter der (zugegebenermaßen früher noch nicht ganz so gleißenden) Julisonne brutzelte, zeigt sich heute ein ganz anderes Bild: Unter großen Schirmen und breitkrempigen Hüten wird gecremt, was das Zeug hält.

Und das nicht etwa nur von den reiferen, durch zahlreiche Sonnenbrände vernünftig gewordenen Freibadbesuchern. Vielmehr sind es immer häufiger die ganz Jungen, die sich da so konsequent abschirmen und mit ihrer Liebe für Lichtschutzfaktoren wohl der wahrgewordene Traum jeder Hautärztin sind. In einem Beauty-Bericht stellte das globale Kreativunternehmens Kyra erst kürzlich fest, dass Hautpflege für Verbraucher der Generation Z höchste Priorität hat. Wobei Sonnenschutz auf Platz zwei der Produkte stehe, auf die sie in ihrer täglichen Beauty-Routine nicht verzichten möchten. Das Cremen mit Lichtschutzfaktoren macht also am Ende der Liegewiese längst nicht Halt, sondern ist für mehr und mehr Menschen sogar ein tägliches Ritual.

Ganzjahresthema. Um zu verstehen, woher das neue Gesundheitsbewusstsein kommt, muss man dahin, wo definitiv keine Sonne scheint. Ins Internet. Und auf die Kurzvideo-Plattform TikTok, um ganz genau zu sein. Sogenannte Skinfluencerinnen, man könnte sie auch Hautpflege-Gurus nennen, haben dort seit einiger Zeit ein neues Lieblingsthema, nämlich den Sonnenschutz. Täglich solle man ihnen zufolge zumindest Lichtschutzfaktor 50 auftragen. Einen Teelöffel fürs Gesicht, vier Esslöffel für den Körper.

Für Kopfhaut und Hände gibt es längst eigene Sonnenschutzprodukte. Selbst Foundation, Lidschatten und Lippenpflege sind mit LSF zu haben. Der Ton, in dem so mancher „Creator“ der

Kurzvideos vor Hautkrebs und vorzeitiger Hautalterung warnt, ist dabei mitunter so streng, dass man angesichts der Tatsache, dass man 30 Jahre lang eher laxen Umgang mit dem Thema hatte, vor lauter Scham gleich einmal die Rollos herunterziehen möchte. Denn auch in Innenräumen sind Lichtschutzfaktoren angesagt.

Schließlich schaffen es schädliche UVA-Strahlen auch durch Fensterglas. Die Sonne im besten Fall zu meiden, sich jedenfalls aber vor ihr zu schützen, ist also ein virales Phänomen. Es gibt unsinnigere Hypes, so viel steht fest. Aber ist der Alarm, den das Internet um Sonnenschutz macht, auch tatsächlich angemessen? Anruf bei Dr. Jennifer Kager. Die Ärztin für ästhetische Medizin verfolgt vieles von dem, was online empfohlen wird, selbst. Sie sagt, niemand müsse Angst haben, hinauszugehen, aber Sonnenschutz sei tatsächlich eine wichtige Sache und könne für die Bedeutung gesunder Haut gar nicht überbetont werden.

„Und zwar an 365 Tagen im Jahr. UVA-Strahlen beginnen ungeschützte Haut in weniger als einer Minute zu schädigen.“ Wobei LSF 30 für jeden Tag reiche, im Freibad und am Strand wäre LSF 50 ratsamer, so die Ärztin. „Wir müssen uns darüber bewusst sein, dass unser Körper keinen Sonnenbrand ver-

“

Koreanische Hersteller stecken viel Energie in die Forschung und arbeiten mit wirklich guten Inhaltsstoffen.

JENNIFER KAGER
Ärztin für ästhetische Medizin

gisst. Frühe Schäden sieht man noch nicht, weil die Zellregeneration noch gut ist. Aber die Belastung durch UV-Strahlen summiert sich im Laufe des Lebens. Man sieht Veränderungen an der Haut erst später.“ Am häufigsten vergessen werden beim Eincremen Ohren, Hals und Hände.

Koreanische Qualität. Zurück auf TikTok, wo der Algorithmus nicht nur allgemeine Tipps zum Sonnenschutz, sondern auch enorme Mengen an Produktvergleichen ausspuckt. Wo es vor einigen Jahren noch reichte, Sonnencreme anzubieten, die nicht klebrig ist, geht es jetzt um weitaus mehr. Es gibt Cremes, Gele, Seren, Puder und Sprays. Produkte, die reichhaltig, leicht oder gar transparent sind, und solche, die mit besonderen Inhaltsstoffen nicht nur schützen, sondern auch pflegen. „Skinsifizierung“ nennt man in Beauty-Kreisen die Tendenz dahin, Inhaltsstoffe in Produkte einzuarbeiten, die man bisher nur in speziellen Pflegecremes fand. Hyaluron, Vitamin C oder Reparaturenzyme etwa. Vor allem koreanische Brands wie Beauty of Joseon sind dabei maßgebend und ein Bestseller unter Hautpflege-Nerds.

„Koreanische Hersteller stecken viel Energie in die Forschung und arbeiten mit wirklich guten Inhaltsstoffen“, bestätigt auch Jennifer Kager. Wesentlich in der Produktwahl, so die Ärztin, sei aber die Unterscheidung zwischen chemischen und mineralischen Sonnencremes. „Chemischer Sonnenschutz dringt in die Haut ein und deaktiviert UV-Strahlung durch eine chemische Reaktion. Mineralischer Sonnenschutz enthält Zink oder Titanoxide und legt sich in sehr feinen Partikeln auf die Haut, um so eine physikalische Barriere zu schaffen. Er schützt besser und ist zudem schonender für das Ökosystem. Vor allem bei Kindern würde ich immer zu mineralischem Schutz greifen.“

Tiroler Nussöl ist mittlerweile übrigens auch als Sonnenmilch-Variante mit Lichtschutzfaktor 30 erhältlich. Den Sommer wie damals gibt es also, zumindest olfaktorisch, auf Wunsch auch noch für die Generation Internet.



Vorbei die Zeiten, als man sich noch mit geringen Lichtschutzfaktor und Tiroler Nussöl zufriedengab: Auch das ist jetzt mit LSF 30 erhältlich. TV-yesterday