



# It's About Because of Wear of

IN NEW YORK CITY TICKEN DIE UHREN MAL WIEDER VOR DER ZEIT. ACHT JUGENDLICHE MISCHEN DAS NACHTLEBEN VON MANHATTAN AUF UND INSPIRIEREN TOP-DUS, MODE-INSTITUTIONEN UND TV-SENDER ZU NEUEN TATEN. NUR, INDEM SIE SICH ANZIEHEN WIE IHRE LIEBLINGSMUSIKER, DIE RAP-URVÄTER AUS DEN 80ER-JAHREN. STATT IN BAGGYPANTS UND HOODIES GROOVEN SIE IN NEONSHIRTS, HORNBRILLEN UND BÜRSTENFRISUREN. HEISS UND COOL ZUGLEICH – DIE RETRO KIDZ SIND NEW YORKS NEXT BIG THING.

Von Sticks Avenue, East New York, Brooklyn. Über die sonnigen Straßen der Mittelklasse-Siedlung hat die Samstagmorgens eine neue Leichtigkeit gekehrt. Der September an der Ostküste ist in dem Jahr kein Sommermonat. Kinder kuppeln über Felder, die sich Kreise auf den Asphalt gemalt haben. Der „Koch Mann“ mit seinem Eiswagen fährt Alligand über die Kreuzung. Vor dem Trödel an der Ecke sitzen Peler, rauchend und veranlassen sie den Preis einer alten Schrankwand. Laut wird es hier nur, wenn die Subway der J-Line weniger Meter unter den Lüftungsgittern des Bürger-Mannatans schreit. In dieser Vorstadtsituation hunderte Kilometer weit entfernt.

In einem der niedrigen Reihenhaus mit Garten wohnt Terran Bloomfield, 19 Jahre, Schüler der Midwood High School. „Rain“, so sein Künstlername, ist Mitglied der Retro Kidz – einer Jugend-

gang, deren Waffe der Vintage-Style und deren Bau die Aufmerksamkeit ist. Seit 2005 bereiten die Schüler Studien für ihr fernöstliches Geschicht, eher zufällig sind sie in der Saison ziemlich einflussreichen Pop-Szene New Yorks aufeinander. Die sieben Jungs und ein Mädchen kommen aus Brooklyn, Queens, Harlem und Long Island, nun sind sie mit ihren riesigen Kassettenrekordern, den Boomboxes, in der Hipster-Szene in Downtown Manhattan angekommen. Dort, in SoHo, sitzen die Modelabels, Agenturen und Trendmädels. In verlassenen Lots oder Flagship-Stores finden Showrooms und Partys ohne Ende statt, auf deren Trends präsentiert und geprägt werden. Seit dem Sommer 2007 sind die Retro Kidz hier everybody's darling.

Die Kidz und ihre spektakulären Auftritte sind selbst im dauerbelebenden New York immer ein Hingucker. Wenn sie Freitagabends aus



NIGHT RIDERS: Die Retro Kidz am Times Square in Manhattan.

## 064 URBAN RETRO KIDZ

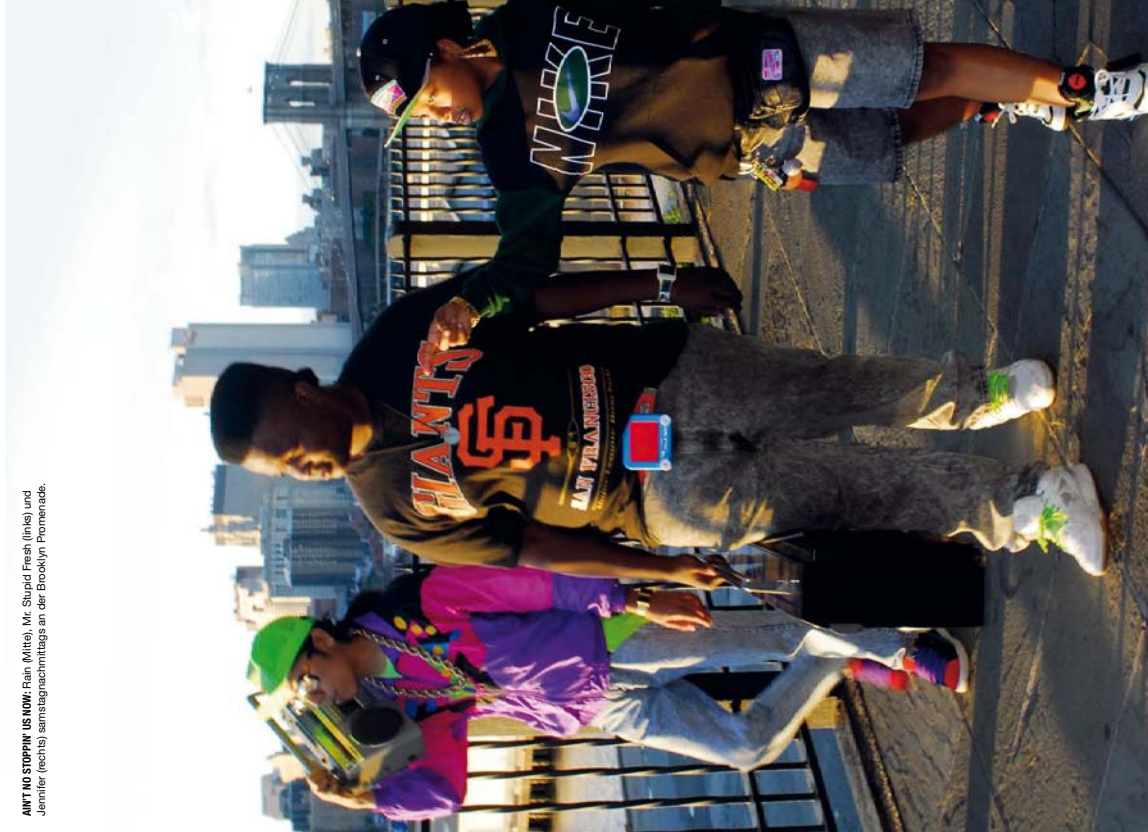
der Subway am Times Square strömen und ihre Boombox anwerfen, sind sie sofort von Touristen umringt. Wenn sie später in der Nacht mit ihren Breakdance-Manövern eine Vernissage in eine Block-Party verwandeln, dann stehen die PR-Manager der Lifestyle-Marken Schlange. Wie auf der Präsentation der Parish-Kollektion oder der Puma-Party zur „Fashion Week“ – für diese Labels werben die Kidz nun mit ihrem einzigartigen Look. „Wir sind Entertainer und Stil-Innovatoren“, erklärt Rain den Erfolgsfaktor seiner bunt bunten Truppe. Das Vintage-Fieber mit Fokus auf den Übergang der 80er in die 90er, in den europäischen Metropolen schon teilweise von den New-Rave-Jüngern aufgegriffen, breitet sich nun in den ethnisch geprägten Suburbs der neuen Welt aus. Statt Indietronic oder Techno dient als Soundtrack hier ein Oldskool-Hip-Hop-Beat. Eines der ersten Kapitel im großen Buch der Rap-Kultur erhält so eine postmoderne Fußnote.

Die Retro Kidz sind authentisch – und eignen sich trotzdem perfekt für die Hochglanzwelt. Ein hausgemachter Entwurf urbaner Unterhaltungskultur, wie er nur in New York City entstehen und groß werden kann. Zunächst tanzte die Crew in Armand van Helden's Videoclip „I Want Your Soul“, dann folgten Einladungen in lokale TV- und Radiostationen. Für die aktuelle Kampagne der Weltmarke aus Deutschland wurden die Retro Kidz als Testimonials verpflichtet. Nickelodeon plant ihre Debut-Serie über die Gang, 2008 erscheint ein Cartoon-Serie über die Gang, 2008 erscheint Fan, dem DJ-Megastar van Helden.

Man muss einfach immer top aussehen. Da führt kein Weg dran vorbei. Deshalb gehe ich drei Mal in der Woche zum Barbershop“, sagt Rain. Sein Friseur Ice nimmt für die Muster, die er in die kurz geschorenen Haare an Rains Hinterkopf rasiert, kein Geld. „Rain's high top und die Ornamente sind die beste Werbung für mich, denn er repräsentiert den schwarzen Retro-Style wie kaum ein Zweiter“, sagt er. Doch was sich auf der Straße auf macht, ist wiederum ein Problem für den Schüler. „Es ist schwer, mit diesem Look einen Job zu finden, besonders bei den Superfirmen hier in Brooklyn und Queens. Aber ich kann nicht andere – New York ist die Modehauptstadt der Welt, da muss der Style stimmen.“ Mit seinen Freunden hängt er am liebsten in Williamsburg ab. Brooklyn's trendigstem Pfister. Dieses viktorianische Viertel ist seit Jahren das angesagteste Quartier ganz New Yorks. Hier ist die Modewelt umher als im hektischen und Lebensqualität umhertanzen als im feuchten Meer. Und stärker als auf der alten Welt. Seite über East River vermengen sich hier die Kulturen. Direkt neben dem Financial-Area der Ethno-Kidz findet eine Rainey-Davidson-Convention statt. Im Secondhand-Modermarkt decken sich stillbewusste Indie-Hipster und Models mit edlen Designjans ein. Aber für Motorradfahrer wie für die junge Rade. Viele gleichermaßen ist der Auftritt des Retro-Glans die Attraktion des Samstagsnachtsmittags.

Rain ist seit April 2007 Mitglied bei den Retro Kidz. „Es geht um alles: Kleidung, Musik, Hair-Style – und eine besondere Lebens Einstellung, die uns immer nach etwas Neuem suchen lässt“, beschreibt er den Fashion-Clan als multimediales Gesamtkunstwerk. Seltene Plattenspieler hat er zwar gerade verkauft,

AKHT NO STOPPIN' US NOW: Rain (links), Mr. Stupid Fresh (rechts) amstagsnachtsmittags an der Brooklyn Promenade.



## URBAN RETRO KIDZ 065

auf den Musikklassiketten aber, mit denen er seine Boombox füttert, ist das alte Vinyl gespeichert: Big Daddy Kane, Slick Rick, Koolhae Dee Dee und Run DMC sind seine Favoriten. Oldskool-Sound und Oldskool-Look sind nicht nur Attitüde, sondern zum Nabel seiner Welt geworden. Einer wie Rain hat ein geschultes Auge für Stilbrüche: Graffiti auf Ghettoplastern z.B. überschreiten die Grenze seiner Toleranz. „Du kannst doch Boomboxes nicht ansprechen. Das haben die damals nicht gemacht, deshalb passt es auch heute nicht zu unserem Stil.“ Zum essenziellen Accessoire zählt nach Rains Dogma dagegen großformatiger Schmuck: Medallions mit Mercedes-Sternen, Afrika-Silhouetten oder Peace-Zeichen – eine Luxusvariante ist der 800-\$-Four-Finger-Ring seines Kumpels Anil Lopez aka Micro. „Der ist allerdings illegal, da er als Waife missbraucht werden kann. Die Cops haben mich damit schon einmal gebüxt – ich musste 100 Dollar Strafe zahlen“.

Mercedes CLK über die Flatbush Avenue rauscht. An der Brooklyn Promenade, wegen der grandiosen Sicht auf die Manhattan-Skyline berühmter Schauplatz zahlloser Filmsetzen, stößt Hiroto aka Mr. Stupid Fresh zur Truppe. Der 22-jährige Japaner ist vor zwei Jahren aus Tokio nach Harlem gekommen. MTV zeigt er Sneaker, die er in Kleinserien vertreibt. Seine Marke heißt Eye Spil. Werbung oder gar eine Website wird es allerdings nicht geben. „Diese Schuhe sollen nur von Fashionists getragen werden. Normale Leute dürfen gar nicht wissen, dass es sie gibt.“ Seinen Style beschreibt Hiroto als „zu sehr 90er-Jahre“, um ein Mitglied der Retro Kidz zu sein. Deshalb präsentiert er seine Interpretation des „Future Retro“ als Solokünstler. „Ich bin in New York, hier ist der Mittelpunkt der Welt. Mit meinen Ideen will ich ganz weit vorne liegen.“ Jahrelang, so findet er, seien Marken wie Bathing Ape die coolsten der Welt gewesen. Doch nun, wo die Streetwear-Avantgardisten sich nach Japan wenden und im Tokioter Underground stöbern, hofft Hiro den Durchbruch zu schaffen. „Jetzt so sagt er, sei der Zeitpunkt für einen Remix bei der Welt gekommen. Wir machen den Trend“, meint Hiro und Rain ergänzt: „Wenn die Masse den Trend aufnimmt, dann ändern wir unseren Style natürlich wieder.“ Tatsächlich findet die Ethno-Retro-Bewegung in New York City derzeit immer mehr Anhänger – und Konkurrenz: Die halbtägigen Retro Boys, Retro Team oder Vintage Supremes. Doch das besetzt das Geschäft, findet Rain. „Das sind unsere Freunde. Die Supremes z.B. haben sich einer auf frühe 90er, da hört der Retro Kidz Style aber ab.“

Obne Rain ist der Rest der Gang an diesem Wochenende nach Montreal in Kanada gefahren. Dort sollen sie für den Katalog des erwählten Sportartikelherstellers fotografieren. Der retrospektive Lebensstil geht für die Kidz derzeit schwer nach vorne – und wird zu einem teuren Geschäft. Teile der Gang sind jedes Wochenende unterwegs, um ihre modische Rolle rückwärts auf dem ganzen Kontinent und darüber hinaus bekannt zu machen. „Im letzten Monat waren wir sogar in Peru – jetzt wollen wir nach Europa“, sagt Ill Will, Tänzer und Pappe der Crew. Da werden die Retro Kidz aber große Augen machen, wenn sie in Berlin und London auf ihre blendglücklichen Zwillinge, die Acid-Kinder, treffen.

# LIVE EARTH

THE CONCERTS FOR A CLIMATE IN CRISIS™

**JAMES BLUNT** **JOSS STONE**  
**THE POLICE** **KT TUNSTALL** **MADONNA**  
**BLACK EYED PEAS** **FOO FIGHTERS**  
**METALLICA** **BEASTIE BOYS**  
**BON JOVI** **JOHN MAYER** **RIHANNA**  
**LINKIN PARK** **SNOW PATROL**  
**CORINNE BAILEY RAE & JOHN LEGEND** **KEANE**  
**SMASHING PUMPKINS** **GENESIS**  
**DAVE MATTHEWS BAND** **ROGER WATERS**  
**KEITH URBAN & ALICIA KEYS** u.v.m.

**DAS GROSSARTIGE 2 DVD/CD SET**  
**DES SPEKTAKULÄRSTEN LIVE-EVENTS**  
**DER MUSIKGESCHICHTE**



**AB SOFORT ÜBERALL IM HANDEL**  
 DER NETTOGEWINN AUS DEN VERKAUFEN GEHT AN DIE  
 ALLIANCE FOR CLIMATE PROTECTION



www.warnermusic.de Warner Music Group Central Europe – A Warner Music Group Company