

Ihr Jagdrevier ist die Strasse

Modebloggerinnen gehören zu den wichtigsten Werbeträgerinnen der Branche. Die Schweizerin Andrea Monica Hug hat ihren eigenen Weg gefunden



Fotos von Andrea Monica Hug: Ihre Bilder sind an der Photo16 zu sehen

Foto: Andrea Monica Hug

Christina Duss

Andrea Monica Hug ist eine Chrampferin. Vor vier Jahren gründete sie ihren Streetstyle-Blog «Chic in Zurich» und begann, unermüdlich Zürichs Strassen nach stilvoll gekleideten Menschen abzusuchen. Das war damals an sich keine Neuheit mehr: Streetstyle-Fotografen, auch Schweizer wie der Genfer «Facehunter», waren lange vor ihr aktiv auf der Suche nach roh geschliffenen Söldianten.

Die heute 25-jährige Hug ver-netzte sich aber diszipliniert in der Schweizer Modeszene und fand ihre Nische, indem sie sich hartnäckig auf Zürichs Strassen konzentrierte. Und auf die Menschen jeden Alters, die diese bevölkerten.

Die Fotografin investierte viel Zeit in ihr Projekt: War ein Sujet nach oft stundenlangen Streifzügen gefunden, kam es vor, dass nach dem Fototermin der Job noch nicht zu Ende war. «Frau Mattmüller etwa trug nicht nur ein tolles gelbes Kostüm, sondern stellte sich auch bei einem nächsten Treffen bei Kaffee und Kuchen als nette Gesprächspartnerin heraus», sagt Hug.

Ganz so verschmust geht es in der Modeblog-Szene mittlerweile nicht mehr zu und her. Andrea Monica Hug arbeitet heute zwar noch immer bewusst in lokalen Gefilden, ihr Job ist aber hektischer und vor allem breiter gefächert. Bloggerinnen wie die im November

von «Who What Wear» zum Streetstyle-Star des Jahres 2015 gekürte Pernille Teisbaek («Look de Pernille») haben ihre Tätigkeitsfelder erweitert: Die Dänin etwa arbeitet auch als Stylistin, Redaktorin, Model und Moderatorin.

Auch Hug leuchtet nicht mehr nur für ihren eigenen Blog Menschen auf der Strasse ab. Sie fotografierte kürzlich eine Stilkampagne für die UBS, schoss Streetstyle-Bilder für die deutsche «Vogue», für Modekunden wie H & M, Tally Weijl, Navyboot oder PKZ. Sie dokumentiert Kundenevents, arbeitet für die Beautykette Marionnaud und als Bloggerin für das Magazin «annabelle». Mit Streetstyle-Fotos lässt sich eben nicht das grosse Geld machen: Ein aktuelles Bild von Model Ronja Furrer in New Yorks Strassen ist den Schweizer Gratiszeitungen nur 50 Franken wert.

Genfer Bloggerin schafft es auf die «Forbes»-Liste

Wer heute Fotos der Modeschauen-Besucher in Paris, Mailand, New York und London macht und damit Geld verdient, arbeitet für Agenturen, grosse Modemagazine oder heisst Scott Schuman («The Sartorialist», eine Streetstyle-Fotografie-Ikone) und ist damit beschäftigt, eine Horde von Hobbyfotografen abzuschütteln, um ein exklusives Bild zu bekommen. Schuman setzt stilbewussten Sujets auch mal neue Sonnenbrillen auf – «Komm, Schätzchen, probier

die mal! « –, jene Marken in der Regel, die ihn für das so zufällig wirkende Platzieren ihrer Produkte auf seinen Bildern fürstlich bezahlen.

Heute ist auf Streetstyle-Bildern vieles nicht mehr so, wie es scheint – es geht nicht mehr nur um Mode, es geht um viel Geld. Dass Modeblogging, in den letzten Jahren gern via Instagram betrieben, durchaus Erfolg versprechend ist, zeigt eine andere Schweizer Bloggerin, Kristina Bazan. Mit ihrem Blog «Kayture» und 2,2 Millionen Instagram-Followern besitzt die Genferin eine so grosse Reichweite, dass sie im letzten Jahr nicht nur Covers von Modemagazinen zierte, sondern sich sogar äusserst lukrative Werbeverträge mit Luxusmarken wie Dior angelte.

Vor ein paar Tagen wurde Bazan von «Forbes» zur zweiteinflussreichsten Kreativen unter 30 Jahren gekürt – eine Sensation. Und wenn eine Ausstrahlung sogar seitens des renommierten US-Wirtschaftsmagazin für äusserst international und einflussreich befunden wird, lässt es sich gut davon leben. Kristina Bazan gilt als Grossverdienerin und nicht mehr so kleine Schwester von Blogger-Schwergewichten wie etwa der Italienerin Chiara Ferragni, die jährlich mit Kooperationen und einer eigenen Kollektion Einnahmen in zweistelliger Millionenhöhe verzeichnet.

Bazan hat genau wie Hug hartnäckig ihre Nische bearbeitet. Während die Zürcherin in der

Schweiz und bei Labels im mittleren Segment Fuss fasste und hinter der Kamera blieb, krallte sich Bazan die Luxuslabels, setzte auf ihrem Blog und Instagram auf perfekt inszenierte Fotos mit ihrem zarten Puppengesicht in der Hauptrolle, was auch für den asiatischen Raum gut funktionierte.

Das grosse Geld machen hat zuweilen seinen Preis

Der Druck, der auf diesen Influencern lastet, ist immens. Chiara Ferragni ist anzusehen, wie sehr ein Luxusleben an einer jungen Frau zehren kann. Zwar werden ihr viele Reisen und Geschenke offeriert, aber Ferragni hetzt von Termin zu Termin. Ausserdem steht sie unter dem ständigen Druck, sich den Followern und den Kunden im besten Licht zu präsentieren: Ferragni ist mittlerweile so dünn, wie es sonst nur Models sind. Kein Wunder, sie macht ja nun irgendwie auch denselben Job.

Sie würde mit Ferragni und Bazan nicht tauschen wollen, sagt Andrea Monica Hug, die sich als Persönlichkeit zwar gut verkauft, aber ihre Linse lieber auf ihre Sujets hält. Mit knapp 10 000 Followern ist sie auf Instagram ein Leichtgewicht. Viele davon sind aber aus der Region, und darauf setzt sie.

Hugs neuestes Projekt: Ihre neue Streetstyle-Serie über das Schweizer Instagram-Star Mary Ellen ist noch bis 12. Januar an der Werkschau Photo16 in den Zürcher Maag-Hallen ausgestellt.

Barometer



Clever investieren

Loafers bleiben auch dieses Jahr en vogue. Deshalb: im Ausverkauf zuschlagen!



Schlägt jeden Krimi

Die neue Netflix-Doku-Serie «Making A Murderer» ist so fesselnd wie schockierend. Wer schaut schon «Tatort»?

Umwerfend altmodisch

Unsereins musste ja nach Weihnachten Dankesbriefe schreiben. Wir lieben deshalb Göttikinder, die das ebenfalls tun. Mehr Stil geht nicht.



Uns wird Sturm

Das Modekarussell dreht sich fortan noch schneller: Mango liefert ab Februar alle zwei Wochen neue Kollektionen in die Filialen.



Nichts da

Im Gegensatz zu den Loafers ist der Siebzigerjahretrend schon wieder vorbei. Finger weg, auch bei halberm Preis!

Jaja ... hmm ... hmm ...

Ein renommierter US-Psychologe gestand, in seinem Metier denke man bei Patientensitzungen oft ans Abendessen. Wussten wirs doch.



Wie überaus gewöhnlich

Sie haben ein Fitnessabo gelöst, verzichten auf Alkohol und machen Diät? Sie sind ein Januar-klichee.



Schrecklich angestrengt

Was Gisele Bündchen und Tom Brady alles nicht essen oder trinken: Zucker, Weissmehl, Olivenöl, Tomaten, Pilze, Milchprodukte, Kaffee.

