

Modetheorie

Klassische Texte aus vier Jahrhunderten

Bearbeitet von
Gertrud Lehnert, Alicia Kühl, Katja Weise

1. Auflage 2014. Taschenbuch. 240 S. Paperback
ISBN 978 3 8376 2250 8
Format (B x L): 14,8 x 22,5 cm
Gewicht: 378 g

[Weitere Fachgebiete > Kunst, Architektur, Design > Design: Allgemeines & Geschichte](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of varying sizes, arranged in a slight arc. Below the main text, the words 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' are written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beck-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

Aus:

Gertrud Lehnert, Alicia Kühl, Katja Weise (Hg.)

Modetheorie

Klassische Texte aus vier Jahrhunderten

Oktober 2014, 240 Seiten, kart., 24,99 €, ISBN 978-3-8376-2250-8

Was ist Mode? Wozu Mode? Seit Jahrhunderten erklären Theoretiker und Theoretikerinnen auf unterschiedlichste Weise dieses facettenreiche Phänomen, das die modernen Gesellschaften prägt wie kaum ein anderes. Der Reader versammelt eine repräsentative Auswahl von modetheoretischen Originaltexten vom 18. Jahrhundert bis in die Gegenwart, die mode- und diskursgeschichtlich eingeordnet und erläutert werden. Der Band ist ein unverzichtbares Arbeitsbuch für Studium, Lehre, Forschung und Praxis.

Gertrud Lehnert (Prof. Dr.) lehrt Allgemeine und Vergleichende Literaturwissenschaft und Kulturwissenschaft an der Universität Potsdam. Bei transcript erschien zuletzt »Mode. Theorie, Geschichte und Ästhetik einer kulturellen Praxis« (2013).

Alicia Kühl (Dr.) promovierte an der Universität Potsdam und war Stipendiatin des DFG-Graduiertenkollegs »Sichtbarkeit und Sichtbarmachung. Hybride Formen des Bildwissens«.

Katja Weise (M.A.) promoviert an der Universität Potsdam über Mode-Ausstellungen und arbeitet als Museumspädagogin.

Weitere Informationen und Bestellung unter:

www.transcript-verlag.de/978-3-8376-2250-8

Inhalt

Vorwort | 9

1. Einführung

- Historischer Überblick | 11
- Thematischer Überblick | 24
- Fokus 1: Mode und Gender | 24
- Fokus 2: Mode und Kunst | 29
- Fokus 3: Dinge | 34
- Fokus 4: Präsentationsformen | 39
- Fokus 5: Raum und Zeit | 47
- Fokus 6: Globale Mode | 51

2. Christian Garve

- Einleitung | 57
- Über die Moden* (1792) | 61

3. Charles Baudelaire

- Einleitung | 67
- Das Schöne, die Mode und das Glück* (1863) | 71

4. Friedrich Theodor Vischer

- Einleitung | 77
- Mode und Cynismus* (1879) | 81

5. Thorstein B. Veblen

- Einleitung | 89
- Theorie der feinen Leute* (1899) | 92

6. Georg Simmel

- Einleitung | 101
- Philosophie der Mode* (1905) | 105

7. John Carl Flügel

Einleitung | 113

Die Psychologie der Kleidung (1930) | 117

8. Gilles Lipovetsky

Einleitung | 127

Das Reich des Vergänglichen (1987) | 130

9. Anne Hollander

Einleitung | 139

Anzug und Eros (1994) | 142

10. Gertrud Lehnert

Einleitung | 151

Der modische Körper als Raumsulptur (2001) | 154

11. Yuniya Kawamura

Einleitung | 165

Die japanische Revolution in der Pariser Mode (2004),

Fashion-ology (2005) | 168

12. Joanne Entwistle

Einleitung | 179

Globale Ströme, lokale Begegnungen (2010) | 182

13. Elena Esposito

Einleitung | 195

Originalität durch Nachahmung (2011) | 198

Literatur | 211

Quellennachweise | 237

1. Einführung

HISTORISCHER ÜBERBLICK

Modetheorie ist die Bezeichnung eines Forschungsgebietes, das selbst KulturwissenschaftlerInnen nicht immer geläufig ist, da es nur an wenigen deutschen Universitäten mit eigenen Veranstaltungen wie Seminaren, Kolloquien oder Tagungen vertreten ist. Eher zu finden ist es an Modefachschulen, in denen die Theorie eigenständig oder als Teil des Fachs Modegeschichte vermittelt wird. In Anbetracht des in den letzten Jahren wachsenden wissenschaftlichen Interesses an der Mode soll das vorliegende Buch in zentrale Texte der letzten vier Jahrhunderte einführen, die sich in der Retrospektive als wichtige Bausteine dessen herauskristallisiert haben, was wir heutzutage Modetheorie oder Modewissenschaft nennen.

ModetheoretikerInnen setzen sich im Allgemeinen mit der Frage auseinander, wie Moden entstehen. In dieser kurzen Fragestellung klingen bereits viele weitere Fragen an, wie die, was überhaupt unter Mode zu verstehen ist: Wie kann sie von der Tracht, vom Kostüm, vom Stil, vom Trend unterschieden werden? Wovon spricht man, wenn man von Mode redet: von Mode als materiellem Artefakt, als Kunstwerk, als System oder als kultureller Praxis?

Im Zusammenhang mit dem Prozess des Entstehens von Moden stellen sich Fragen nach den Mechanismen, Regelmäßigkeiten, Ritualen und AkteurInnen, die daran beteiligt sind. Welche Auslöser gibt es für neue Moden, und warum und wann treten sie auf? Welche Gründe könnte es dafür geben, dass Individuen und Gruppen Moden folgen, und welche Auswirkungen haben Moden auf die Hervorbringung von Identitäten (einschließlich Geschlechtsidentitäten) sowie auf die Positionierung von Individuen in sozialen Gefügen?

Die Modetheorie setzt sich aus den verschiedensten disziplinären Perspektiven zusammen: einer kulturanthropologischen (z.B. Simmel 1905; Loschek 1991; König 1999¹), psychologischen (z.B. Flügel 1930), semiologischen (z.B.

1 | Das Buch von 1999 entstand auf der Grundlage von *Die Mode in der menschlichen Gesellschaft* (1958), *Kleider und Leute. Zur Soziologie der Mode* (1967) und *Macht und Reiz der Mode* (1971).

Barthes 2004 [frz. 1967]), ökonomischen (z.B. Sombart 1902), systemtheoretischen (z.B. Esposito 2004), gendertheoretischen (z.B. Lehnert 1994), einer ästhetischen und/oder performanztheoretischen Perspektive (z.B. Evans 2003; Lehnert 2013a). Es verwundert daher nicht, dass die WissenschaftlerInnen aus den unterschiedlichsten Disziplinen auch verschiedene Definitionen von Mode anbieten. Dabei gehen einige kulturanthropologisch oder historisch vor und finden einen Zeitpunkt, an dem Weichen für eine strukturelle gesellschaftliche Veränderung gesetzt werden, die Mode ermöglichen (z.B. Loschek 1991; Lehnert 1998b; Esposito 2004). Andere wiederum unterstreichen das Auftauchen bestimmter Motoren, Dualismen oder Paradoxien (wie Simmel 1905; König 1999; Esposito 2004) oder auch von institutionellen Kontexten (z.B. Kawamura 2004 u. 2005), um Mode zu definieren.

Im Folgenden wird zunächst ein kurzer Abriss der Modetheorie vom Ende des 18. Jahrhunderts bis in die Gegenwart gegeben, in dem in chronologischer Ordnung zentrale Positionen zusammengefasst werden. Die ausgewählten zwölf AutorInnen, die im Hauptteil des Buches mit jeweils einem oder mehreren eigenen Textauszügen vertreten sind, haben nach unserem Erwägen wichtige und heute noch viel diskutierte Argumente und Ideen für die Modetheorie entwickelt.² Im anschließenden zweiten Teil der Einführung werden einige für die Modetheorie wichtige Themenfelder skizziert.

Die Schrift des deutschen Philosophen **Christian Garve** (1987 [1792]) bildet den Auftakt unserer Geschichte der Modetheorie, weil sie den Anfang der modernen Mode und einer modernen Reflexion über sie markiert. Im 18. Jahrhundert tritt eine wesentliche Veränderung gesellschaftlicher Strukturen ein, die – wie Elena Esposito (2004) eindrücklich beschreibt – bereits im 17. Jahrhundert begonnen hatte. In Europa vollzieht sich der Schritt in die gesellschaftliche Moderne: Die stratifikatorische, also standesbezogene Gesellschaft wandelt sich in eine funktional organisierte, und das Bürgertum entwickelt sich langsam zur kulturtragenden Schicht. In einer Doppelbewegung der Absetzung von der Aristokratie und ihrer gleichzeitigen Nachahmung entwickelt es eigene Normen und ein neues, von bürgerlichen Tugenden bestimmtes Menschenbild. Individualismus wird zur treibenden Kraft, neue Geschlechter- und Familienkonzepte bildeten sich aus, und langsam entsteht auf der Grundlage beginnender Industrialisierung auch das, was wir heute Konsumkultur nennen.

Schon Garve beklagt hellsichtig, dass man für Geld alles kaufen könne, sogar den Geschmack – womit er das Dilemma des Bürgertums, konkreter des Mittelstands, benennt, das nicht über eine jahrhundertlang gewachsene kulturelle Kompetenz und geschmackliche Sicherheit verfügte wie die Aristokratie.

2 | Die im Folgenden **fett** hervorgehobenen AutorInnen sind diejenigen, die im Hauptteil näher besprochen werden.

kratie. Die historische Folge davon war, dass der Geschmack zunehmend an SpezialistInnen delegiert wurde – so bildete sich im Laufe des 19. Jahrhunderts das heute dominante Spezialistentum von ArchitektInnen, ModeschöpferInnen usw. heraus, und damit auch ein kommerzielles System, das nur mehr die Kaufentscheidung verlangt, aber keine kreativen Fähigkeiten mehr voraussetzt (vgl. Sennett 1983 [engl. 1977]).

Der Modewechsel liegt laut Garve in der natürlichen Unruhe und Veränderungslust der Menschen und diene der angestrebten Verschönerung ihres Lebens und der Anzeige ihres Wohlstands und ihrer Klassenzugehörigkeit. Mit der Erkenntnis, dass das Prinzip der Mode die Gleichzeitigkeit von Nachahmung und Differenzierung von anderen sei, nimmt der Philosoph des 18. Jahrhunderts die Formulierung dieses zentralen Motors der Mode durch Georg Simmel Anfang des 20. Jahrhunderts vorweg.

Mitte des 19. Jahrhunderts beginnt eine Phase, die weiteren Auseinandersetzungen Nährboden bietet: Es bildeten sich der Beruf des Modeschöpfers bzw. der Modeschöpferin und der des Mannequins heraus, erstmals verkörpert durch Charles Frederick Worth und seine Frau und Vorführdame Marie Vernet. Ihnen wird die Begründung der Haute Couture zugeschrieben sowie die Idee, Mode (halb-)öffentlich zu präsentieren. Zeitgleich war es durch den vermehrten Einsatz von Webstühlen möglich, Mode industriell und in Konfektionsgrößen massenhaft herzustellen. Schon bald behauptete sich Paris als Hauptstadt der Haute Couture – nicht zuletzt als Folge des Nachwirkens der höfischen Mode und der Gründung der *Chambre Syndicale de la Confection et de la Couture pour Dames et Fillettes* 1868 – und Berlin als Zentrum der Konfektionsmode. Diese Veränderungen nahmen Historiker wie Jakob von Falke (1858) und Hermann Weiss (1860-1872) zum Anlass, die Geschichte von Moden und Trachten seit der Antike aufzuarbeiten; sie etablierten damit die Kostümkunde. Für das 20. Jahrhundert sind in diesem Bereich insbesondere die Arbeiten Max von Boehns (1908-1923), Ingrid Loscheks (1991) und René Königs (1999) zu nennen.

Weitere Impulse kommen aus der Philosophie, den Rechtswissenschaften, der Soziologie und schließlich aus der Literatur. Der Philosoph **Friedrich Theodor Vischer** (1859 u. 1879) und der Lyriker **Charles Baudelaire** (1988 [frz. 1863]) bieten zwei sehr unterschiedliche Blicke auf die Mode. Baudelaire sieht ähnlich wie Garve in der Mode den Versuch der Menschen, die (hässliche) Natur zu überwinden, indem sie nach einem Ideal (von Schönheit) streben und dies durch Kunst und Künstlichkeit verwirklichen. Modisches Handeln, das nicht nur die Bekleidung, sondern auch alle anderen Körperpraktiken umfasse, trage zur Identitätskonstruktion und Zivilisierung der Menschen bei. Baudelaire lässt ein Verständnis von Mode als kulturelle Praxis anklingen, das erst im 20. Jahrhundert wieder aufgegriffen wird.

Vischer hingegen schwebt ein ideal(isiert)er männlicher bzw. weiblicher Körper vor, dessen »natürliche« Formen der Mode als gestalterisches Vorbild gelten sollen. Seines Erachtens bewerkstellige dies die antike Mode auf beispielhafte Weise. Einigen modischen Abweichungen von diesem »natürlichen Gesetz«, allen voran der Krinoline, widmet er lange, zynische Traktate. Seine reaktionären Ausführungen müssen vor der zu dieser Zeit geführten Debatte über die sogenannte ›Frauenfrage‹ gelesen werden. Insbesondere durch zunehmende emanzipatorische Initiativen von Frauen, die ihre gleichberechtigte kulturelle und politische Beteiligung an der Gesellschaft forderten, wurden Frauen im öffentlichen Raum immer präsenter. Die Eröffnung von Warenhäusern und Weltausstellungen begünstigten zudem die Möglichkeit, aktiv am öffentlichen Leben teilzunehmen. Dieser Prozess ging natürlich mitnichten ohne eine jahrzehnte-, wenn nicht sogar jahrhundertelange Auseinandersetzung mit traditionellen, meist frauenfeindlichen Denkmustern einher, für die Vischer als Paradebeispiel steht. Trotz seiner verhöhnenden und misogynen Haltung erkennt Vischer dennoch wesentliche Aspekte und Motoren des Modewechsels: die nivellierende Kraft der Mode, ihre Schnelllebigkeit in Städten und ihr Potential, als Indikator für gesellschaftliche Veränderungen zu bestimmten Zeitpunkten zu fungieren.

Der Rechtswissenschaftler Rudolph von Ihering (1905 [1877]) betont in seiner Abhandlung das soziale Motiv der Mode, indem er feststellt, dass die Mode als Instrument der Herstellung von Zugehörigkeit zu »bestimmten Kategorien von Personen« geeignet sei, aber auch zur Abgrenzung von unteren Schichten. Diesen bereits von seinen Vorgängern erkannten Dualismus verortet von Ihering nun in einem größeren sozialen Zusammenhang. Er erkennt die der Mode eigentümliche Dynamik des Heruntersickerns von höheren Schichten in die nächst unteren, was man später das Trickle-Down-Prinzip nennen wird.

Als weiterer Autor des 19. Jahrhunderts ist der amerikanische Soziologe **Thorstein B. Veblen** (2007 [engl. 1899]) anzuführen. Unter dem nach ihm benannten Veblen-Effekt werden seine Erkenntnisse hinsichtlich des Geltungskonsums der »feinen Leute«, insbesondere feiner Frauen, subsumiert. Sie würden die Mode als Mittel dazu nutzen, um ihren Reichtum (bzw. den ihres Mannes) sowie ihre arbeitsfreie Zeit zu demonstrieren – stellvertretend für ihre Männer, die sich den ernsteren Dingen des Lebens widmen und fortan nur noch korrekte Kleidung tragen: den Anzug, der nicht mehr als Mode gilt.

Die Begleiterscheinungen der vorangeschrittenen Industrialisierung machten sich auch in der Mode des 20. Jahrhunderts mehr und mehr bemerkbar: Die Massenherstellung von Mode wurde nach wie vor in Berlin bis zum 2. Weltkrieg stark forciert und Paris baute seine Vormachtstellung für die Haute Couture immer weiter aus. Durch Raubkopien und Lizenzverkäufe nach Amerika entwickelte sich jedoch das New Yorker Prêt-à-porter zu einer bemerkenswer-

ten Konkurrenz für die Pariser Haute Couture.³ In den sechziger und achtziger Jahren kam die Konfrontation der Mode und ihrer etablierten Strukturen mit subkulturellen Impulsen aus London hinzu, die diese Stadt nunmehr als avantgardistische Modemetropole auszeichnen sollten.

Neben der Philosophie und Soziologie öffneten sich in diesem Jahrhundert viele weitere Disziplinen dem Thema Mode, wie z.B. Ökonomie, Psychologie, Kunstgeschichte, Gendertheorie, Kulturwissenschaft sowie Literatur- und Theaterwissenschaften. Mode wurde von den WissenschaftlerInnen vermehrt als ein (groß-)städtisches Phänomen erkannt, das von der zunehmenden Schnelllebigkeit, Technisierung und Mobilität in Metropolen sowie durch die mediale Verbreitung in Zeitungen bzw. Zeitschriften und später in digitalen Formaten profitierte.

Der deutsche Ökonom Werner Sombart (1902 u. 1913) bringt den Modewechsel mit der Industrialisierung, Kapitalisierung und Verstärkung Europas zusammen, die eine Uniformierung des Geschmacks zur Folge hätten. Sobald eine Geschmacksveränderung eine Umgestaltung des Bedarfs einer Generation bewirke, sei laut Sombart von einer Mode zu sprechen. Die vehemente und alle Gegenstände einnehmende Verbreitung der Mode liege dabei nicht in der Hand der KonsumentInnen, sondern in der der kapitalistischen Unternehmer, genauer der großen Detailhandelsgeschäfte. Die Entstehung des Kapitalismus bringt er wiederum polemisch mit dem Luxusbedürfnis und dem erotischen Einfluss der Frauen in Verbindung, die die Männer zu immer größeren Ausgaben für ihren Luxus verführten.

Georg Simmel (1905) beschäftigt sich zeitgleich auf nicht ganz so kulturpessimistische Weise mit den Phänomenen und Themen der Moderne, wie der Geldwirtschaft, der Großstadt, der Frau, der Mode und der Koketterie, um nur einige zu nennen. Ihm wird die Erkenntnis vom Dualismus der Mode, d.h. der Nachahmung und Differenzierung, zugeschrieben, die allerdings schon zuvor formuliert worden war, zum Beispiel von Christian Garve (1792). Neu sind u.a. Simmels Überlegungen zur zyklischen Wiederkehr von Modedesigns: vergangene Moden würden aus Gründen der »Kraftersparnis« zitiert und kombiniert. Auch findet er eine andere Erklärung des angeblich übermäßigen Modeinteresses der Frauen als Veblen: Da ihnen im Gegensatz zu den Männern Tätigkeiten in Beruf und Öffentlichkeit verwehrt seien, »entschädigen« sie sich durch extravagante Kleidermoden. Bis heute werden Simmels Ausführungen allseits zitiert und differenziert (z.B. durch König 1999 oder Esposito 2004). Den wechselseitigen Zusammenhang von der wachsenden Konsumkultur, die immer neue Bedürfnisse weckt, und dem Modekonsum der bürgerlichen Frauen nimmt er dabei freilich nicht in den Blick.

3 | Bereits um die Jahrhundertwende sind diese Tendenzen offensichtlich, wie Nancy Troy (2004) am Beispiel Poirets herausgearbeitet hat.

Walter Benjamins Beitrag zur Modetheorie, entwickelt im in den 1930er Jahren verfassten Passagenwerk (1983), besteht zum einen in der kühnen und seither auch nur selten⁴ wieder aufgegriffenen Annahme, die Mode habe einen antizipatorischen Charakter. Diejenigen, die ihre Zeichen zu lesen verstünden, können gar Kriege und Revolutionen voraussehen. Zum anderen macht Benjamin den dialektischen Charakter der Mode stark: Das Neue einer Mode werde nur sichtbar, wenn es sich vom Alten unterscheiden und abgrenzen könne. Alt und neu bedingen sich damit gegenseitig und seien als ein Ergebnis sozialer Aushandlungen zu verstehen. Damit zeichnet sich die Mode bei Benjamin durch ihre Prozesshaftigkeit und Performativität aus – ein Gedanke, der vor allem bei Gertrud Lehnert 70 Jahre später wieder ins Zentrum rückt.

Der Brite **John Carl Flügel** (1930) beschäftigte sich als erster Psychoanalytiker in anthropologischer Manier mit dem Sinn und der Signalwirkung von Kleidung in europäischen und außereuropäischen Kulturkreisen. Von den drei Funktionen der Kleidung Scham, Schutz und Schmuck stellt er letzteren Aspekt in den Mittelpunkt, da dieser insbesondere der Hervorhebung der Sexualorgane diene und der Mensch eine grundlegende exhibitionistische Veranlagung habe. Des Weiteren fungiere die Kleidung vor allem der Frauen als Erweiterung ihres Körpers und diene dem Füllen von Lücken, welche beispielsweise aufgrund des fehlenden Penis zwischen den Beinen bestünden. Die Entwicklung der Mode zu einer frauendominierten Sphäre bedauert Flügel, er sieht den Rückzug der Männer eher als »großen männlichen Verzicht«, im Gegensatz zu Vischer, Simmel und Veblen, für die sich darin die Erfüllung durch gesellschaftlich »relevantere« Tätigkeiten ausdrückt.

In den 1950er Jahren widmete sich der deutsche Soziologe René König in seiner Modegeschichte von den prähistorischen »Primitivkulturen« bis zur Gegenwart wieder dem Wechselspiel von Innovation und Experiment sowie dem Leitmotiv der Selbstzerstörung. Dieses Paradox der Mode, dass sie ihre eigene »Totengräberin und Geburtshilfe« sei, verdeutlicht ihre ununterbrochene Reflexivität, ihre kontinuierliche Selbstprüfung und die immerwährende Renovierung ihrer selbst.

Einen völlig neuen und seitdem auch selten wieder aufgegriffenen Ansatz entwickelte der französische Strukturalist Roland Barthes (2004 [frz. 1967]), der Begründer der Modesemiotik, die etwa von Patricia Calefato (2006) oder Antonella Giannone (2005) bzw. beiden (Giannone u. Calefato 2005) weiter geführt worden ist. Barthes untersuchte die Mode in Form einer zeichentheoretischen Analyse von Modekommentaren aus Zeitschriften wie der *Elle*, *Echo de la Mode*, *Jardin des Modes* und *Vogue* des Jahrgangs 1958/59. Die geschriebene Sprache diene dazu, der Kleidung Bedeutung zu verleihen und diese zu kommunizieren. Durch die Kommentare entstehe eine spezifische Modekenntnis,

4 | Wieder aufgegriffen z.B. in Loschek 2008 und Haberler 2012.

die durch den bloßen Anblick der abgebildeten Kleidung nicht gewährleistet werden könne. Ohne die Sprache der Mode gäbe es nur Kleidung, denn erst durch Sprache werde Kleidung zu Mode. Mode werde als Text gelesen, freilich als Text, der immer nur das gleiche bedeutet, nämlich Mode. Denn alle Details laufen doch immer nur auf diese eine Aussage zu. Die Materialität der vestimentären Artefakte spielt hier keine Rolle mehr. Wenn heute – ganz unabhängig von der Semiologie – von Zuschreibungspraktiken innerhalb des Modesystems die Rede ist, die überhaupt erst Kleider zu Mode machen, kann man das als fernes Echo der Semiotik Barthes' verstehen.

Die Studentenrevolten, die sexuelle Revolution und die Herausbildung von Moden durch Jugend- und Subkulturen regten zu neuen Überlegungen an: Herbert Blumer (1969) bekräftigte eine soziologische Betrachtung von Mode, die seines Erachtens und zu seinem Bedauern seit Simmel vernachlässigt worden sei. Während sich Simmel auf den Trickle-Down-Prozess von Moden konzentrierte, setzt Blumer den Fokus auf kollektive Selektionsprozesse, die klassenunabhängig in Gruppen zutage träten, sodass sich einzelne Geschmacksrichtungen herausbilden würden. Mitglieder dieser Gruppen bewegen sich dabei in spezifischen sozialen Kontexten, sodass die von ihnen ausgehandelten Moden in ständiger Wechselwirkung zu anderen gesellschaftlichen Ereignissen stünden. Laut Blumer könne die »Reaktionsfreudigkeit« der Mode als zentraler Aspekt dessen gesehen werden, was unter Zeitgeist zu verstehen sei – und dies mache Mode immer zu etwas Modernem. Die Herausbildung von Geschmacksrichtungen, die einzelne Individuen miteinander vereinen, zeige gleichzeitig die Macht der Mode, Zugehörigkeit und damit Ordnung zu erschaffen, die den Individuen als Orientierung diene. Die SoziologInnen Gilles Lipovetsky (1987), Caroline Evans (2003) und Elena Esposito (2004) werden später auf diese Sicht auf die Mode als Instrument zur Kontingenzbewältigung zurückkommen, und Pierre Bourdieu nimmt zehn Jahre nach Blumer die Frage der Geschmacksbildung wieder auf.

Vor kulturkritischem Hintergrund eröffnete der Philosoph Theodor W. Adorno (1970) eine neue Perspektive auf die Mode. Im Fokus seiner Überlegungen steht ihr Verhältnis zur Kunst. Gemeinsam seien der Kunst und der Mode zwei Aspekte: zum einen die Sensibilität für die Zeit und somit die Funktion als Spiegel der Gegenwart; zum anderen die Ablehnung von Provinzialismus. Die Kunst nutze die Mode als Filter von Zeitgeschehen und als Wegweiser in die Zukunft. In den Folgejahren bis heute gewann die Auseinandersetzung über das Verhältnis von Mode und Kunst große Beachtung.

Der französische Philosoph Jean Baudrillard (1982 [frz. 1976]) akzentuiert den postmodernen Charakter der Mode, der ihm in Dekonstruktion und Rekombination von Elementen vergangener Moden offensichtlich wird. Dabei arbeitet er für die Mode eine besondere Ästhetik der Wiederholung aus: Sie sei im Grunde nie aktuell, weil sie stets alte Formen wiederverwertere (vgl. auch

Simmel 1905). Durch die ständige Wiederaufnahme gingen die Verweise auf Signifikate verloren, und so würden sich in den aktuellen Moden bezugslose Signifikanten stapeln, was eine Sinnentleerung der Mode zur Folge habe.

Der US-Amerikaner Richard Sennett (1983 [engl. 1977]) kehrte derweil zu klassischen Fragen der Soziologie zurück, wie beispielsweise die nach der Rolle von Mode für soziale Konstellationen. Seine breit rezipierte These lautet, dass seit dem 19. Jahrhundert die öffentliche Sphäre von einem Verfall geprägt sei, hervorgerufen durch die Ausweitung des privaten Bereichs. Da Kleider nicht mehr – wie in Zeiten der Kleiderordnungen – eindeutig lesbar seien, beruhen Identitätsbildungen u.a. auf selbstdarstellerischen, modischen Inszenierungen Einzelner auf der Straße sowie auf der Herausbildung sich ständig verändernder Kleidercodes.

Die Kunsthistorikerin **Anne Hollander** (1978 u. 1994) arbeitet zunächst anhand von Kunstwerken seit der Antike den Einfluss zeittypischer Kleidung auf die Darstellung von (nackten) Körpern und Silhouetten heraus. In der späteren Publikation konstatiert sie, dass die Männermode nicht im dunklen Anzug stagniere und die Beschränkung auf den in Grundzügen über Jahrhunderte identischen Anzug kein Zeichen männlichen Verzichts sei (vgl. Flügel 1930), sondern dass die Kleidung von Frauen wie Männern eine intensive Wechselwirkung mit dem tragenden Körper eingehe und maßgeblich zur sexuellen Attraktivität beider Geschlechter beitrage.

Die Diskussion um den kollektiven Mode-Geschmack wurde von Sombart (1902) angefacht und nach Blumer (1969) vom französischen Soziologen Pierre Bourdieu (1982 [frz. 1979]) intensiviert. Er sieht Geschmacksbildungen als Folge von Sozialisierungen und der Zugehörigkeit zu bestimmten sozialen Feldern: Individuen mit einem ähnlichen sozialen Hintergrund schließen sich aufgrund der Herausbildung eines ähnlichen Geschmacks zu Gruppen zusammen und können sich von den Individuen anderer Gruppen auf diese Weise differenzieren. Diese Prozesse haben die Herausbildung eines »Systems ästhetischer Positionen« zur Folge. Blumer und Bourdieu bieten damit eine Alternative zu Simmels Trickle-Down-Theorie, nach der die Verbreitung von Moden in Form einer Abwärtsbewegung geschieht, da die Differenzierung immer gegen die eigene und die nächst niedere soziale Stufe gerichtet sei und die Nachahmung sich immer an der eigenen und der nächst höheren orientiere. Blumer und Bourdieu sehen keine so starke Orientierung mehr an »oben« oder »unten« auf vertikaler Linie, sondern an Individuen im eigenen sozialen Umfeld. Mittlerweile wird diese Art der Verbreitung Trickle-Across genannt (vgl. Schnierer 1995).

Aus kulturwissenschaftlicher Sicht zeichnet Elizabeth Wilson (1985) die Geschichte der Mode in Wechselwirkung mit Industrialisierung, Kapitalisierung, Urbanität und Modernität nach und rückt erstmals dezidiert gendertheoretische Fragestellungen in den Fokus. In den 1990er Jahren sollten solche, vor allem durch Judith Butler (1990) angeregte, Diskussionen sowohl in

der englisch- als auch deutschsprachigen Modeforschung überwiegen (wie z.B. bei Steele 1985a; Vinken 1993; Lehnert 1994; Wolter 1994; Gaugele 2002). Seit der Jahrtausendwende ist zu beobachten, dass der Diskurs um Männlichkeit(en) zum Forschungsschwerpunkt einiger AutorInnen avanciert ist (z.B. Entwistle 2004; Breward 2007; McNeil u. Karaminas 2009). Auch lesbisch-schwule Mode bzw. Queerness erfährt langsam Beachtung (Geczy u. Karaminas 2013; Steele 2013).

Die Modehistorikerin Valerie Steele (z.B. 1985a, 1996, 2012 u. 2013) beschäftigte sich zunächst mit der Erotik in der Mode des Viktorianischen Zeitalters; später untersuchte sie konkrete materielle Artefakte aus der Fetisch-Szene wie das Korsett, High Heels oder spezifische Unterwäsche. Der spielerische Umgang mit solchen Elementen im Design anerkannter ModeschöpferInnen (wie z.B. bei Vivienne Westwood) lieferte für Steele Erkenntnisse über das Verhältnis von Kleidung zur Sexualität und zu sexueller Perversion. Neuerdings widmet sie sich dem Beziehungsgeflecht von Kunst und Mode, das auch von anderen AutorInnen in den letzten Jahren ein reges Interesse erfahren hat (z.B. Graw 2004; Teunissen 2009; Leutner 2011).

Im Unterschied zu Simmel, Blumer, Baudrillard und Bourdieu macht der französische Soziologe **Gilles Lipovetsky** (1987) nicht den soziale Zugehörigkeit schaffenden Aspekt der Mode stark, sondern den individuellen Zugewinn durch das ästhetische Vergnügen an der Kleidung. Wie später auch Elena Esposito, sieht er in der ständigen Suche der Individuen nach dem Neuen und Flüchtigen eine Kontinuität, die nicht nur den Individualismus bestärke, sondern auch zur Festigung einer liberalen und demokratischen Gesellschaft beitrage.

Ingrid Loschek (z.B. 1991, 2007 u. 2008) beschäftigte sich zunächst mit einer kulturanthropologischen Aufarbeitung des Phänomens Mode über die Jahrtausende, wobei sie, ähnlich wie Flügel, die Funktionen Schutz, Scham und Schmuck besonders diskutiert. Später untersucht sie die Frage, wie es zu Invention und Innovation in der Mode kommt und welche Rolle dabei die Kreativität der DesignerInnen spielt. Demnach seien Inventionen die Ideen und Modelle, die ModeschöpferInnen entwerfen, Innovationen dagegen die verkäufliche Umsetzung, d.h. die Wertschätzung dieser Entwürfe durch KonsumentInnen. Loschek sieht in dem Wunsch, Inventionen zu schaffen, die Neugierde und Experimentierfreude der Menschen, die sich immer wieder nach Abwechslung sehnen. Die Invention komme dabei nicht ohne Kreativität, Erfahrungswerte und gestalterische Freiheit seitens der DesignerInnen zustande.

Auch Fred Davis (1992) setzte sich mit der Einführung von neuen Moden in einer Gesellschaft auseinander, wobei er insbesondere durch den symbolischen Interaktionismus von Herbert Blumer beeinflusst wurde. Unter anderem entwickelte er ein Fünf-Phasen-Modell der Verbreitung von Mode, wel-

ches gerne in Diskussionen um Inventionen und Innovationen aufgegriffen und diskutiert wird (z.B. bei Loschek 2007 oder Haberler 2012).

Ein recht neues Schlaglicht warf Jennifer Craik (1993) auf das Forschungsfeld der Mode, indem sie Mode, Schmuck und Make-up als Körpertechniken besprach. Diese Perspektive wurde zuvor von Baudelaire (1988 [frz. 1863]) und Hollander (1978) angedeutet, und später durch Joanne Entwistle und Elizabeth Wilson (2001) weitergeführt.

In einer breit rezipierten Publikation übernimmt die Literaturwissenschaftlerin Barbara Vinken (1993) Gilles Lipovetskys Einteilung der Modedebatten und macht sie zum Ausgangspunkt der These, dass die Ära der sogenannten »mode de cent ans« (ca. 1860-1960) mit der Ankunft japanischer DesignerInnen in Paris und dem Dekonstruktivismus im Modedesign ein Ende gefunden habe und von der »Mode nach der Mode« abgelöst wurde. Während die Frauenmode in der hundertjährigen Ära auf die Bekleidung der Männer rekurrierte und die ModeschöpferInnen versuchten, weibliche Pendanten zu ihnen zu erschaffen, werden in der »Mode nach der Mode« die Verweise auf andersgeschlechtliche Moden nun nicht mehr als scheinbar natürliche und harmonische Übernahmen präsentiert, sondern in ihrer Differenz sichtbar gemacht. Während die »mode de cent ans« vergangene Mode zyklisch wiederbelebt, bestimmt die »Mode nach der Mode« ein neues Verhältnis zur Zeitlichkeit. So seien die Kreationen seit den späten 1970er Jahren nicht nur Kommentare über Kleider, d.h. Zitationen, Dekonstruktionen und Kombinationen »alter« Stilelemente, sondern auch von ihrer eigenen Reflexivität geprägt, also der Auseinandersetzung mit ihrer eigenen Herstellung, ihrer Vorgeschichte und auch mit ihrer Vergänglichkeit. Des Weiteren proklamiert Vinken, dass die »Mode nach der Mode« nicht mehr eine von oben nach unten sickernde Bewegung sei, sondern die Haute Couture nun Impulse von der Straße adaptiere und nachahme.

Mit der Übertragung von Theorien des Performativen auf die Mode bietet die Literatur- und Kulturwissenschaftlerin **Gertrud Lehnert** (z.B. 1994, 2004, 2006a u. 2013a) ein neues Verständnis von Mode als kulturelle Praxis an. Kleidung werde erst dann zu Mode, wenn sie von Individuen auf unterschiedlichste Weise verhandelt wird – durch ein »performatives Potential« der Modekleider, das zu unterschiedlichen Handlungen und Zuschreibungen führen kann. Kleider müssen getragen werden, um Mode zu werden, und es müssen ihnen bestimmte Fähigkeiten zugeschrieben werden. Sie machen Versprechen auf ein »Anderes« und fungieren als kulturelle Wunschproduzenten. In diesem Zusammenhang sei Mode auch als ästhetische Arbeit zu begreifen: Sie diene der ästhetischen Gestaltung der eigenen Person und funktioniere auf allen Ebenen ihrer Aufführung insbesondere über bzw. als die Erzeugung von Atmosphären. Durch das Zusammenspiel von Kleid, Körper und sozialer Interaktion in zeitlichen und räumlichen Gefügen entstehen »Modekörper«,

die mehr seien als die Summe ihrer Teile und über die Individuen u.a. ihre (Geschlechts-)Identität konstituieren.

Während das Ende des 20. Jahrhunderts insbesondere von gendertheoretischen Fragestellungen geprägt war, verlagerte sich der Schwerpunkt der Modewissenschaften zu Beginn des 21. Jahrhunderts zunehmend in die Richtung, die Gertrud Lehnert in Deutschland angestoßen hatte: in die Performanz- und Raumtheorie (z.B. Quinn 2003; Potvin 2009; Schlittler u. Tietze 2009 u. 2013; Lehnert 2012b). Vermehrt sind in diesem Zusammenhang auch solche Publikationen vertreten, die sich mit Modeausstellungen aus kuratorischer Perspektive beschäftigen (z.B. Taylor 2004; Beiträge im *Fashion Theory* Sonderheft »Fashion Curation« 2008; de la Haye 2012; Clark, de la Haye u. Horsley 2014). Des Weiteren werden – im Zeichen der Digitalisierung und Technisierung, die seit den 1980ern in der Mode(präsentation) für einige Umwälzungen gesorgt haben – neue Ansätze aus den Medien- und Bildwissenschaften präsentiert (z.B. Evans 2000; Devoucoux 2007; Khan 2012a u. 2012b). Der Fokus auf den Inszenierungsformen (in Räumen oder Bildern) zeigt, dass nun nicht mehr nur Kleidung und Körper untersucht werden, sondern auch die Elemente, die den Kontext des Sich-Bekleidens als kulturelle Praxis bilden. Es verwundert daher nicht, dass sich einige AutorInnen eher (häufig auf der Grundlage empirischer Untersuchungen) ganzheitlichen Erklärungen des Modezyklus und seinen AkteurInnen, Institutionen und Prozesse gewidmet haben (z.B. Kawamura 2004 u. 2005; Entwistle 2010; Mears 2011; Entwistle u. Wissinger 2012).

In jüngster Zeit beschäftigen sich ModetheoretikerInnen mit zeitgenössischen Entwicklungen wie Modeblogs, dem Trend zur Nachhaltigkeit (z.B. Black 2008 u. 2012; Wanders 2009; Fletcher u. Grose 2012) sowie mit Globalisierungstendenzen (z.B. Riello u. McNeil 2010). Außerdem gehen immer mehr AutorInnen auf die Neuerungen ein, die durch die Entwicklung neuer Materialien, der sogenannten *Techno Textiles*, heute und in Zukunft ermöglicht werden (z.B. Gaugele u. Eisele 2006; Wolter 2009; Quinn 2010 u. 2012).

Caroline Evans (z.B. Evans u. Thornton 1989; Evans 2000, 2003 u. 2013) begann mit gendertheoretischen Fragestellungen und ist die erste Modeforscherin, die sich – seit der Jahrtausendwende – zentral der Aufarbeitung der Geschichte der Modenschau widmet. Neben den historischen Analysen der frühen »mannequin parades« untersuchte sie zeitgenössische Mode und ihre (Re-)Präsentationsformen daraufhin, inwiefern sie Bilder produzieren, die die Ängste und Pathologien unserer westlichen Kultur widerspiegeln. Sie ermittelte einige »dunklen Motive«, wie »disconnection«, »trauma« oder »dereliction«, unter die sie bestimmte Moden, Präsentationen oder Bilder einordnete. Mode biete dabei nicht nur Raum zur Reflektion, sondern auch Sinn- und Identitätsstiftungen in Postmoderne und Gegenwart. In Ergänzung zu Blumer (1969)

und Lipovetsky (1987) konstatiert Evans, dass nicht nur die Mode, sondern auch die durch sie oder von ihr evozierten Bilder als Kontingenzbewältigung in der heutigen Gesellschaft funktionieren.

Zu einem ähnlichen Schluss, dass Mode den Umgang mit Kontingenz erleichtere, gelangt die italienische Soziologin **Elena Esposito** (2004 u. 2011) auf systemtheoretischer Grundlage. In Rückgriff auf die Dualismen der Mode, deren Theoretisierung insbesondere Simmel (1905) zugeschrieben wurde, formuliert Esposito mehrere typische Paradoxien und stellt zudem heraus, wie diese sich gegenseitig neutralisieren können. Um die Komplexität der ineinander greifenden Paradoxien zu fassen, nähert sich Esposito der Mode mithilfe der Luhmann'schen Theorie sozialer Systeme. Ausschlaggebend für die Herausbildung der Mode sei der Umbruch zur Moderne, der durch den Übergang von der Stratifikation zu einer Differenzierung in Funktionssysteme geprägt sei. Dieser Umbruch habe zur Folge, dass Individuen nun in einer instabilen Welt aufgrund fehlender Strukturen dazu gezwungen seien, sich selbst und andere zu beobachten und Perspektivenwechsel zu erlernen. Die Mode biete eine Struktur an, die trotz ihrer Wechselhaftigkeit eine verbindliche und somit Stabilität schaffende Größe darstelle.

Yuniya Kawamura (z.B. 2004 u. 2005) versteht Mode als ein System von Institutionen, Organisationen, Gruppen, Individuen, Events und Praktiken. Ausgehend von einer (empirischen) Untersuchung der französischen Modebranche trifft sie dabei die grundlegende Unterscheidung zwischen dem »system of fashion« und dem »system of clothes«. Während es im Kleidungssystem um die Produktion materieller Artefakte geht, die ständig durch neue ersetzt werden müssen, werden im Modesystem symbolische Zuschreibungen immer auf ähnliche Weise hervorgebracht. Damit eine Kleidung, die zunächst nur dem Kleidungssystem zuzuordnen ist, zu Mode werde, müsse sie von den am Modesystem beteiligten AkteurInnen, wie FotografInnen, JournalistInnen und EinkäuferInnen, als solche etikettiert werden. Kawamura betont damit in der Tradition von Sombart (1902), Blumer (1969) und Bourdieu (1982) kollektive Selektions- und Aushandlungsprozesse, statt Mode ausschließlich als Produkt der Genialität der DesignerInnen zu sehen.

Die britische Soziologin **Joanne Entwistle** (z.B. 2000, 2004 u. 2010) schließlich misst den AkteurInnen der Modebranche ebenfalls eine zentrale Rolle in der Hervorbringung von Mode bei. In größtenteils empirischen Studien legt sie dar, wie ästhetisches Ideengut und Wissen definiert, bewertet und in Umlauf gebracht werden. Dabei greifen ihre aktuelleren Publikationen stets auf die in ihrem ersten Buch (2000) entwickelte Körper-Kleid-Theorie zurück, wonach Körper und Kleid in einem ständigen Wechselverhältnis zueinander stehen: Der agierende Körper schreibe sich in Kleider ein, und Kleider lösen bestimmte Körperpraktiken erst aus. Ein die Modebranche in Gang haltendes, »implizites, ästhetisches Wissen« werde laut Entwistle durch die gemeinsame

Anwesenheit von EntscheidungsträgerInnen verbreitet, da es sich an ihre Körper, gewissermaßen als sein Vehikel, haften könne (Entwistle 2010).

In den letzten Jahren hat sich gezeigt, dass die Auseinandersetzung mit Mode zu Erkenntnissen von Regelmäßigkeiten, Prozessen, Motiven etc. geführt hat, die wiederum in anderen Forschungsgebieten Anwendung finden. Bradley Quinn (2003) beispielsweise deckte Wechselwirkungen zwischen Architektur und Mode auf; Isabelle Graw (2004), und Petra Leutner (2011) zwischen Kunst und Mode. Wie in den in diesem Band besprochenen Texten deutlich wird, haben modetheoretische Perspektiven mittlerweile auch auf die Organisations- theorie Einfluss (Esposito 2011) oder können dazu dienen, Akteur-Netzwerk- Theorien zu modifizieren (Entwistle 2010).

Dem Studium der Mode sind offensichtlich keine Grenzen mehr gesetzt. Während Fashion Theory in Großbritannien und in den USA zu einer festen Größe im Lehrangebot der Modefachschulen und Universitäten avanciert ist und Valerie Steele nunmehr schon seit 1997 die Zeitschrift *Fashion Theory* herausgibt, sind im deutschsprachigen Raum mittlerweile ähnliche Tendenzen zu beobachten. Der vorliegende Band ist die zweite Publikation der von Gertrud Lehnert herausgegebenen Reihe »Fashion Studies«, die sich ausschließlich modetheoretischen Themen widmet. Die Dissertationen von Katja Weise und Alicia Kühl wurden in das interdisziplinäre DFG-Graduiertenkolleg »Sichtbarkeit und Sichtbarmachung. Hybride Formen des Bildwissens« eingebunden, wodurch die Akzeptanz von modetheoretischen Fragestellungen auch in der deutschen Wissenschaftslandschaft deutlich wird. Schließlich soll auch auf den von Gundula Wolter 2008 ins Leben gerufenen Verein *netzwerk mode textil – Interessenvertretung der kulturwissenschaftlichen Textil-, Kleider- und Modeforschung e.V.* hingewiesen werden.⁵ Als Zusammenschluss von WissenschaftlerInnen, PraktikerInnen und Kreativen, Lehrenden und Lernenden aus der Mode im deutschsprachigen Raum bietet der Verein eine professionelle Vernetzungsplattform sowie regelmäßig Tagungen, Vorträge und Exkursionen an.

THEMATISCHER ÜBERBLICK

Fokus 1: Mode und Gender

Mode und Geschlecht als untrennbar miteinander verwoben zu betrachten, entspricht einer Sichtweise, die sich im Laufe des 18. und 19. Jahrhunderts entwickelt hat und die in facettenreicher Weise auch heute noch Modepraktiken ebenso wie die wissenschaftlichen Diskurse über Mode bestimmt. Offensichtlich unterschiedliche visuelle Formen in der Bekleidung von Frauen und Männern seit dem 12. Jahrhundert bezögen sich aufeinander, da Sexualität, Erotik und Begehren – gemeint sind die heteronormativen Vorstellungen davon – stets ein wesentlicher Motor für das Entstehen vestimentärer Formen gewesen seien (vgl. Loschek 1991; Hollander 1995 [engl. 1994]). So hätten vor allem Frauen die Disposition, mit entsprechender Kleidung einzelne Körperregionen zu betonen, um für das ›andere‹ Geschlecht begehrenswert zu erscheinen (vgl. u.a. Vischer 1879; Laver 1970). Da es jedoch bis ins 18. Jahrhundert hinein nicht die semantische Verengung von Mode auf Kleider gab (vgl. Esposito 2004 u. 2011; siehe Kapitel zu Esposito in diesem Band), standen weder Körper noch ihre (geschlechtlichen) Differenzen im Fokus des frühen Modediskurses. Wie Publikationen zur westlichen Modegeschichte immer wieder betonen, sei dieser Wandel durch den Wegfall der Kleiderordnungen bedingt gewesen – also Gesetze und Verordnungen, die auf soziale Stände bezogen regelten, wer was tragen durfte, um mit Kleidung die Zugehörigkeit zu einer sozialen Schicht bzw. Gruppe anzuzeigen (vgl. u.a. Wilson 1985; Lipovetsky 1987). Verrückte modische Spielarten nutzten sowohl männliche als auch weibliche Adlige, um ihren Status zu repräsentieren und sich von denjenigen abzugrenzen, die dafür weder Zeit noch Geld noch die Erlaubnis hatten.

Die Ablösung von der Standesmode und die Verschiebung zu einer bürgerlichen Geschlechtermode ist nicht nur Ergebnis politischer Veränderungen wie der Französischen Revolution. Zugleich ist sie beeinflusst vom Gedanken- gut der Aufklärung, die mit der Suche nach Ursprünglichkeit und Natürlichkeit nicht nur die Abgrenzung von der aristokratischen, affektierten Lebensweise vollzog, sondern zugleich die Auffassung vertrat, es gebe von Natur aus zwei Geschlechter, die einander entgegengesetzt seien: männlich – weiblich, aktiv – passiv, tiefgründig – oberflächlich, Kultur – Natur, Geist – Körper, öffentlich – privat usw. Nun »übernimmt das modische Zeichenrepertoire die vestimentäre Inszenierung der Geschlechterdifferenz« (Wehinger 2002, 178).

Spätestens ab dem 19. Jahrhundert ist mit einem engen Modebegriff ausschließlich Frauenmode gemeint. Die Primärquellen dieser Zeit (u.a. einige der für diesen Band ausgewählten) bestätigen, dass Mode aus Sicht der schreibenden männlichen Verfasser weiblich attribuiert ist und eine reine Frauenangelegenheit darstellt, was zunächst als Errungenschaft der Männer (z.B.

Vischer 1859 u. 1879), später jedoch als »großer männlicher Verzicht« (vgl. Flügel 1930) gewertet wurde. Dass diese Sichtweise nach heutigem Verständnis arg verkürzt und einseitig ist, haben mittlerweile auch viele Arbeiten im Bereich der Fashion Studies gezeigt. Damit, wie erstaunlich vielfältig die vestimentären Erscheinungsformen der Männermode im ausgehenden 18. und im 19. Jahrhundert waren, beschäftigen sich Arbeiten etwa über die englischen Macaroni (vgl. Steele 1985b; McNeil 1999, 2004 u. 2009; Lehnert 2013a) oder über den Dandy (vgl. Breward 2008; Vainshtein 2009; Nigel 2012; über Dandies im 20. und 21. Jahrhundert vgl. Breward 2000 u. 2007).

Während es sich bei diesen Beispielen um Abgrenzung von normierten, bürgerlichen Männlichkeitsvorstellungen handelt, haben Untersuchungen über den vermeintlich unveränderlichen und deswegen amodischen, dunklen Männeranzug gezeigt, dass dieser keinesfalls ein vestimentärer Ausdruck der Losung der Französischen Revolution »Freiheit, Gleichheit, Brüderlichkeit« ist, mit dem sich das männliche bürgerliche Kollektiv, wie Barbara Vinken (1993) behauptet, von der nun als aristokratisch und weiblich konnotierten Mode befreit hatte, um lediglich den uniformen Hintergrund für die geschmückten Frauen zu bilden. Dies verdeutlichen Publikationen u.a. von Anne Hollander (1995), Sabine Trosse (2000) oder David Kuchta (2002) zur Geschichte des Herrenanzugs und seiner Veränderungen (zur bürgerlichen Herrenmode vgl. Teichert 2013). Im Zuge neuer Männlichkeitsdiskurse an der Wende zum 21. Jahrhundert, etwa über Metrosexualität⁶, hat die Modeforschung weitere tradierte Auffassungen als Mythen und Klischees entlarvt und u.a. nachgewiesen, dass Männer in der 2. Hälfte des 19. Jahrhunderts nicht weniger eifrig agierende Konsumenten modischer Güter waren (vgl. u.a. Edwards 1997 u. 2011; Breward 1999; Shannon 2006; Ugolini 2007). Mit einem breiten Spektrum von Einzelanalysen zeigt der von Peter McNeil und Vicky Karaminas (2009) herausgegebene *Men's Fashion Reader* die Vielfalt männlicher Identitätsentwürfe qua Kleidung und Kleidermode sowie deren Praktiken in verschiedenen Zeiten, Kulturen, Regionen, Subkulturen, Institutionen, Medien usw.; und macht deutlich, dass Männlichkeit nicht im Singular, sondern im Plural zu denken ist. Damit unterscheiden sich aktuelle interdisziplinäre Arbeiten über Männerkleidung und -mode (vgl. Falkenberg 2005; Reilly u. Cosbey 2008) oder die 2013 gegründete Zeitschrift *Critical Studies in Men's Fashion* grundlegend von früheren kostümwissenschaftlichen Arbeiten wie etwa von Farid Chenoune (1993).

Allein schon dieser Blick auf die Modegeschichte wäre nicht ohne Impulse und Konzepte aus den Gender Studies denkbar. Die Frauenforschung mied

6 | Damit wird ein spezifischer großstädtischer Lebensstil vor allem heterosexueller Männer bezeichnet, deren sichtbare äußere Gestaltung Merkmale aufweist, die lange Zeit als weiblich oder homosexuell galten (vgl. Kraß 2008).

vor allem in ihrer essentialistischen Ausrichtung in den 1960er und 1970er Jahren ein Thema wie die Mode und führte ›Frauenmode‹ sowie einzelne Erscheinungsformen wie das Korsett stets auf die Unterdrückung ›der Frauen‹ durch ›die Männer‹ zurück. Von dieser Perspektive, es gebe ein einheitliches und natürliches Frau-Sein, sowie von der Modefeindlichkeit grenzten sich in den 1980er Jahren Feministinnen wie die britische Kulturwissenschaftlerin Elisabeth Wilson (1985 u. 1992), die US-amerikanische Kunsthistorikerin Kaja Silverman (1986) oder VertreterInnen des dekonstruktiven Feminismus, etwa Barbara Vinken (1992 u. 1993), ab. In den Gender Studies arbeitet Judith Butler seit den späten 1980er Jahren dezidiert die Konstruiertheit von »gender«, der (sozialen) Geschlechtsidentität, und »sex«, dem körperlichen Geschlecht, heraus (vgl. Butler 1988, 1990 u. 1993). Ausgangspunkt für Butlers theoretischen Reflexionen waren u.a. die New Yorker Dragqueens und deren spezifische Praktiken des Crossdressing⁷, d.h. Männer, die ihren Körper mithilfe von Kleidung, Accessoires, Make-up, aber auch Bewegungen, Gesten und Mimik ein weibliches, mitunter sogar hyperfeminines Erscheinungsbild geben. Für Butler legen die vielfach übersteigerten Nachahmungen beim »drag« offen, dass auch eine zum biologischen Geschlecht ›passende‹ Geschlechtsidentität permanent hervorgebracht werden muss – nicht ausschließlich, aber auch durch klar geschlechtlich konnotierte und normierte Kleidung (vgl. weiterführend Gaugele 2005). Die Performativität von Geschlecht, das affirmative »doing gender« (vgl. zuerst bei West u. Zimmerman 1987) in seiner repetitiven Prozesshaftigkeit körperlicher Vollzüge war maßgeblich Motor der performativen Wende.

In der Kleider- und Modeforschung sind diese Konzepte und Begrifflichkeiten schnell aufgenommen worden. Arbeiten, die die Konstruktion von Gender qua Kleidung und Kleidermode untersuchen, liegen u.a. vor von Diana Crane (2000), Joanne Entwistle (2000), Gertrud Lehnert (1997, 2002a, 2002b, 2003 u. 2010a), Elke Gaugele und Kristian Reiss (2003), Gabriele Mentges (2008) oder das Sonderheft zu »Dress and Gender« von *Fashion Theory* (2005). Butlers These, dass nicht nur die Geschlechtsidentität, sondern auch der materielle geschlechtliche Körper nicht ›gegeben‹ sei, dass seine Wahrnehmung als ›natürlich‹ und ›ursprünglich‹ ebenso historisch wie kulturell wandelbaren Normen unterliege, hat Gertrud Lehnert aufgegriffen und für die Mode ausgeführt: So drücke Kleidermode nicht ein vorgängiges, natürliches anatomisches Geschlecht aus, sondern bringe Körper u.a. als geschlechtliche überhaupt erst hervor bzw. in die Wahrnehmung. Mit der Kleidung verhaftete Fiktionen von Zweigeschlechtlichkeit, d.h. Männlichkeit und Weiblichkeit, würden die Selbst- und Fremdwahrnehmung materieller Körper prägen (vgl. Lehnert u.a.

7 | Crossdressing bezeichnet unabhängig von den Beweggründen das Tragen von Kleidung des anderen Geschlechts.

2002b, 2003, 2010a u. 2013a). Aus diesem Grund haben Aneignungen von Bekleidungsformen des ›anderen‹ Geschlechts u.a. das Potential, heterosexuelle Normen, Rollenbilder und Machtverteilungen zu umgehen oder gar infrage zu stellen (vgl. Lehnert 1994 u. 1997).

So wundert es nicht, dass Wechselbeziehungen, Übernahmen, Maskeraden und Crossdressing für die Fashion Studies ein beliebter Untersuchungsgegenstand waren und noch immer sind. Etwa die in der europäischen Hofmode ebenso von Männern getragenen Absatzschuhe, die u.a. deren in Seidenstrümpfe gehüllte Waden betonen sollten – eine Erotisierung, die mit dem ›Modeverbot für den Mann‹ verschwand, um über hundert Jahre später an Frauenfüßen wieder aufzutauchen, als die Rocksäume kürzer wurden; um dort den Blick nicht nur auf Füße und Beine zu lenken, sondern schließlich die Aufmerksamkeit auf andere Körperregionen wie Gesäß und Brust auszuweiten, vor allem in der übersteigerten Form der High Heels (vgl. Breward 2006; Riello 2006; Semmelhack 2006; Steele 2006; zur Geschichte ›erhöhter‹ Schuhe Semmelhack u. Nochlin 2008). Kulturhistorische Untersuchungen widmen sich vestimentären und visuellen Formen und bestätigen vielfach das Narrativ der Modengeschichtsschreibung, dass die ›Frauenmode‹ vor allem Anleihen in der Männerkleidung gefunden und diese leicht verändert adaptiert habe (z.B. die Schürze, vgl. Gaugele 2002). Die Aneignung der Hose stellt gewissermaßen den Höhepunkt dar (zur Geschichte des männlichen Beinkleides und seiner Aneignung vgl. u.a. Wolter 1994; Metken 1996; Bard 2010). Auffällig ist, dass die Aneignung von Männerkleidung durch Frauen, hatte sich der erste Widerstand gelegt, häufig positiv als Emanzipation, Befreiung oder Ermächtigung interpretiert wird, wie etwa der 1965 von Yves Saint Laurent präsentierte Smoking für die Frau. Sich an der Kleidung von in der sozialen Hierarchie Höher- oder Bessergestellten zu orientieren und diese zu adaptieren, ist nicht nur eine Klassenfrage, wie etwa von Georg Simmel (1905) angenommen wurde. Dieses ›nachahmende‹ Verhalten, durch das die gleiche Anerkennung oder eine ähnliche Machtposition angestrebt wird, lässt sich ebenso für weitere differenzierende Normen wie z.B. »race« beobachten; oder in genderspezifischer Ausprägung als Strategie in der Berufswelt, die als »power dressing« (vgl. Entwistle 1997 u. 2001) bezeichnet wird. Von der Modeindustrie wurde diese Tendenz in den 1980er Jahren mit entsprechenden Modellen forciert.

Hingegen hatten es Männer seit der Verbürgerlichung der Männermode weitaus schwerer, etwa Frauenkleidung, Make-up, Schmuck, lange Haare oder Handtaschen zu tragen, ohne diskriminiert zu werden, weil sie die heteronormativen Vorstellungen von Männlichkeit nicht erfüllten und folglich als ›verweiblicht‹, schwach, homosexuell usw. angesehen wurden – außer es handelte sich um eine eindeutige Parodie auf die Frauenmode. Kleidungsstücke mit vermeintlich eindeutig weiblicher Zuordnung wecken immer wieder das Forschungsinteresse, wie z.B. das Korsett (vgl. Steele 2001); oder der Rock,

der zum einen aus feministisch-psychoanalytischer Sicht als weiblicher, verdeckter Freiraum interpretiert werden kann (vgl. Leutner 2012), zum anderen jedoch jenseits von Praktiken des absichtsvollen Crossdressing bislang lediglich in der Ausstellung *Bravehearts. Men in skirts* des Metropolitan Museum New York thematisiert wurde (vgl. Bolton 2003). Interessanterweise zeigte die Ausstellung, dass der Rock am bzw. für den Mann vieles zugleich ist: Ausdruck von Utopie und Unisex (für die Hippies, vgl. dazu auch Vinken 1993), Verweigerung (in Gegen- und Subkulturen wie Punk oder Grunge) oder – wie etwa der Kilt – Zeichen von Männlichkeit und Potenz.

Zur Diskussion gestellt werden durch modisches Handeln auch immer geschlechtliche Identitäten, sexuelle Orientierungen, Lebensentwürfe usw., was gerade Figuren des Dazwischen, Hybriden sowie permanente GrenzgängerInnen zu beliebten Untersuchungsthemen macht: im Wesentlichen durch Kleidung und andere Körperpraktiken hervorgebrachte (und zugleich daran erkennbare) Stereotypen wie die *Garçonne* (vgl. Zdatny 1997; Mendes u. de la Haye 1999, 48ff.; Bung u. Zimmermann 2006), die *Femme fatale* (vgl. *Fashion Theory* 2004, Sonderheft »Femme fatale«), weibliche *Dandies* (vgl. Stauffer 2008), *Tomboys* (vgl. Mettler 2012), *Machos* (vgl. Cole 2009); oder androgyne Idole wie Marlene Dietrich (vgl. Studlar 1990) oder David Bowie (vgl. Breward 2013). Hier richtet sich das Forschungsinteresse u.a. darauf, welchen Einfluss Mode auf diese Inszenierungen und Bilder, aber auch auf die Stereotypisierung hat; und wie diese Images ihrerseits auf die Mode zurückwirken und ihr neue Impulse geben können.

Über diese komplexen Verwebungen können auch Phänomene wie die Unisex-Mode nicht hinwegtäuschen, d.h. die (u.a. Vermarktungs-)Strategie, geschlechtlich neutrale Bekleidung zu schaffen, von der Barbara Vinken (2013) zu Recht behauptet, dass sie eine Illusion sei. Obwohl die Gender Studies wichtige Impulse in der Modeforschung setzten, waren Fragen nach modischen Inszenierungen von LGBTQ (Lesbian, Gay, Bi, Trans, Queer) wenig präsent (vgl. Rolley 1992; Holliday 2001). Mit der gleichnamigen Begleitpublikation (Steele 2013) zur Ausstellung *A Queer History of Fashion. From the Closet to the Catwalk* am Fashion Institute of Technology liegen erstmals Beiträge vor, die unterschiedliche Erscheinungsformen queeren Modehandelns untersuchen (außerdem vgl. Geczy u. Karaminas 2013).

Auch in Bezug auf in der Modebranche Beschäftigte werden Geschlechterkonzepte untersucht, wie etwa der männliche Modeschöpfer, der sich ab der Mitte des 19. Jahrhunderts als zentrale Figur im Prozess des Entstehens neuer Moden etabliert hat und der Barbara Vinken (1993) zufolge die Rolle des ehemaligen absolutistischen Herrschers paradiere. So sei der Modeschöpfer in der Welt der weiblich konnotierten Mode der Herrscher und reproduziere damit doch wieder das hierarchische Geschlechterverhältnis, indem er für Kreativität und Genialität steht und die Frauen nach seinen Vorstellungen formt, spricht

bekleidet. Modeschöpferinnen haben folgende Publikationen zum Thema, z.B. Gertrud Lehnerts kulturhistorische Abhandlung *Frauen machen Mode* (1998b) oder Valerie Steeles Bestandsaufnahme zum 20. Jahrhundert (1991). Galt das Berufsbild des Models lange Zeit als weiblich, so wandelt sich dieses Bild allmählich und erste Arbeiten über Männer in der Modelbranche liegen vor (z.B. Entwistle 2004). Und nicht zuletzt lässt sich auch für die Modetheorie, allgemeiner noch die Kleider- und Modeforschung ein Wandel attestieren: Obwohl es im 19. Jahrhundert verpönt war, sich als Mann professionell mit der weiblich konnotierten, oberflächlichen und unbeständigen Mode zu beschäftigen, sind es Männer, die sich während dieser Zeit in Dichtung, Philosophie und Wissenschaft über die Mode äußern und bis in die 1970er Jahre im wissenschaftlichen Diskurs über die Mode etwa in der Soziologie, Anthropologie oder Semiotik dominieren. Während Frauen erstmals in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts ›hinter den Kulissen‹ in Erscheinung traten, indem sie vestimentäre Objekte in Sammlungen und Museen erforschten (vgl. Taylor 1998), sind sie mittlerweile an den Hochschulen ebenso wie ihre Publikationen zu den unterschiedlichsten Modethemen omnipräsent.

Fokus 2: Mode und Kunst

Elizabeth Wilson (1989 [engl. 1985]) erklärt in ihrem Standardwerk über Mode und Modernität die Mode zu einer Form ästhetischer Kreativität, in der die Entdeckung von Alternativen noch möglich sei. Sie geht noch weiter: Mode sei als Ausdrucksmittel der Phantasie eine Kunstform und ein symbolisches soziales System. Damit verwahrt sie sich gegen jene KritikerInnen der Konsumkultur der Frankfurter Schule,⁸ des Feminismus und anderer, die in Bausch und Bogen die Mode als patriarchales Unterdrückungs- und allgemein als Verdummungssystem verurteilen: »Mode und unsere Freude daran wird dann zu einem Beispiel eines Massenausbruchs an Unechtheit« (Wilson 1989, 259 u. Wilson 1990, 31). Gerade das Inhaltsleere, das Nebensächliche und Dekorative sei es jedoch, so Wilson, das die Mode wertvoll mache und vielleicht »die Saat einer neuen Ästhetik« und vielleicht sogar einer neuen Kulturordnung werden könne (ebda.).

Ein Vierteljahrhundert später kann man beobachten, dass zumindest in der Mode eine neue Ästhetik entstanden ist und dass sich unter anderem

8 | Theodor W. Adorno vertritt in der *Ästhetischen Theorie* trotz seiner Kritik an der Kulturindustrie ein passantes zumindest ambivalente Einstellung gegenüber der Mode. Viel zitiert ist sein Diktum, große Künstler wie Baudelaire seien mit der Mode im Komplott. Denn in ihrer Vergänglichkeit und Offenheit stehe sie der Geschlossenheit der bürgerlichen Kunst als Freizeitvergnügen und der pathetischen Erhebung der Bürger entgegen (Adorno 1971 [1970], 286; vgl. dazu auch Poschardt 2003).

durch den Einfluss von Dekonstruktion, Konzeptmode und der gewachsenen Kluft zwischen High Fashion und Fast Fashion das europäische Modesystem – wenn schon nicht das gesamte Kultursystem – durchaus verändert hat. Die Diskussionen über den Status der Mode zwischen Handwerk, angewandter Kunst und Kunst sind aber mitnichten abgeschlossen. Man kann grosso modo zwei Fragestellungen unterscheiden. Die eine befasst sich damit, ob Mode Kunst ist bzw. wo beide ineinander übergehen oder wie sie sich voneinander abgrenzen lassen – das ist die modetheoretische Perspektive. Die andere ist eher in der Kunsttheorie anzusiedeln, denn sie untersucht Kunst, die Mode zum Thema macht – also z.B. die Malerei – oder aber mit modischen und allgemeiner textilen Artefakten arbeitet, wie etwa Louise Bourgeois, Sylvie Fleurie oder Vanessa Beecroft (behandelt in z.B. Brüderlin u. Lütgens 2011; Wagner 2001; Troy 2012; beide Aspekte behandeln die Aufsätze in *KunstForum International* 2009 »Dressed! Art en vogue«). Im Folgenden interessiert vornehmlich der erste Aspekt.

Schon der Philosoph Christian Garve (1792) erkennt an, dass Mode ihren Platz in der Ästhetik als der Lehre vom Schönen habe, aber sie realisiere das Schöne in Nebensachen und sei folglich, so impliziert er, keine Kunst (Garve 1987, 11). Deutlich abwertender äußert sich Immanuel Kant, für den Mode aus Nachahmung, Kunst hingegen aus Originalität der Gedanken entstehe (Kant 1983 [1798], 188); es handele sich also um zwei unterschiedliche Kategorien. Die Mode verbindet Kant mit Eitelkeit und Torheit sowie mit dem Geschmack am Pomp, denn Pomp sei eine für den »großen Haufen« bestimmte »prahlerische Ausstellung zur Schau« (sic) und werde durch bloße »Sinnenempfindung« wahrgenommen. Die Kunst hingegen fordere Beurteilungsfähigkeit (ebda., 185f.) und sei daher der Mode überlegen. Immerhin, so sein berühmtes Diktum, sei es besser, »ein Narr in der Mode als ein Narr außer der Mode zu sein« (ebda., 185).

In Charles Baudelaires Ästhetik der Moderne von 1863 spielt zum ersten Mal die Mode eine zentrale Rolle, da sie in ihrer Verbindung von Ewigem und Flüchtigem das Paradigma der Moderne sei (Baudelaire 1988). Baudelaire lässt Kunst und Mode als Formen ästhetischen Handelns ineinander übergehen (vgl. das Kapitel über Baudelaire in diesem Band). Er schreibt in der Mitte des 19. Jahrhunderts, der Zeit also, in der mit Charles Frederick Worth die Haute Couture und damit der Anspruch der ModedesignerInnen entsteht, KünstlerInnen zu sein, die Unikate schaffen und sie signieren.

Mit der Idee des Unikats räumt Nancy Troy (2003) auf, indem sie am Beispiel des zu Beginn des 20. Jahrhunderts sowohl als Modeschöpfer wie als Vermarkter seiner Moden sehr erfolgreichen Paul Poiret den Gegensatz von Original und Kopie bzw. Reproduktion sowohl der Kunst als auch der Mode im Industriezeitalter ausleuchtet. Die Kluft zwischen Mode als diskursiver Praxis und Mode als materiellem Mittel der sozialen Distinktion im 19. Jahrhundert

nutzte Poiret, indem er sich mittels komplexer Vermarktungs- und Werbestrategien als Modekünstler inszenierte. So ließ er von Künstlern wie Paul Iribe und Georges Lepape Alben mit exquisiten Modezeichnungen gestalten, die als Werbung eingesetzt wurden und als Kunst wahrgenommen werden sollten. Er präsentierte Mode als bedeutsam und dauerhaft (Troy 2003, 75), kreierte Originale, die er dann für den Verkauf reproduzieren ließ, akzeptierte schließlich sogar »genuine reproductions«, also »originale Reproduktionen« für den Massenmarkt in den USA. Vergleichbar damit ist die Kunst insofern, als für sie die Imitation immer Thema war – aber erst die industrielle Reproduktion ermöglichte Kopien (Fotografien), die keine Originale mehr waren, im Gegensatz zu den Stichen und Abgüssen früherer Zeiten. Und das Ready Made spricht programmatisch der Originalität des Schöpfers Hohn. Poiret hat auch die ersten großen Modenschauen gezeigt, womit er eine Entwicklung einläutete, in deren Folge heute die großen Schauen eigenständige künstlerische Ereignisse und integrale Elemente des Modesystems sind (vgl. Kühl 2012, 2014a, 2014b u. 2015) – ein anderer Aspekt der fließenden Grenzen zwischen Mode und Kunst (vgl. dazu den Abschnitt über Präsentationsformen in dieser Einführung).

Poirets Strategien zur Verbindung von Kunst und Mode kann man mit dem modernen Begriff des Imagetransfers bezeichnen. Imagetransfers sind für Isabelle Graw (2004 u. 2009) auch in der Gegenwart wichtige Strategien der durchlässig gewordenen Grenzen zwischen den beiden ausdifferenzierten Systemen von Mode und Kunst. Während vormals die Kunst auf die Mode »schielte«, orientiere sich die Kunst zunehmend am System Mode mit seinen Vermarktungsstrategien und entfalte sich zur »visuellen Industrie«. Graw schlägt vor, »in der Mode eine der vorherrschenden gesellschaftlichen Normen und Rahmenvorgaben zu sehen, von denen künstlerische Verfahrensweisen und Subjektentwürfe geprägt sind und zu denen sie sich ihrerseits ins Verhältnis setzen« (Graw 2004, online o. S.). Der eigentliche Vergleich zwischen Mode und Kunst aber finde auf der Ebene der Haute Couture statt, die als modische Avantgarde Kleider ohne wirklichen Gebrauchswert, aber mit hohem ästhetischem Wert produziert.⁹ Ein wesentlicher Unterschied zeige sich jedoch in den verschiedenen Zeitachsen: der Kunsterwerb geschehe vor dem Horizont langfristiger Wertsteigerung, während der Mode ihre Vergänglichkeit eingeschrieben sei; Graw spricht in Bezug auf die Mode von einer Ökonomie der Verschwendung. Als Konsumgut habe sie allerdings auch einen Gebrauchswert, der der Kunst abgehe (vgl. auch Steele 2012).

9 | Lehnert (2013a, 94ff.) spricht von ästhetischem Überschuss, den vestimentäre Artefakte haben oder doch zu haben vorgeben, als eine der Voraussetzungen für die Akzeptanz von Kleidern als Mode. Ästhetische Arbeit nennt sie in Anlehnung an Gernot Böhme die spezifischen Weisen des täglichen Umgangs mit vestimentären Artefakten (ebda., 96ff.).

Petra Leutner (2011) geht davon aus, dass es Zuschreibungsstrategien seien, mit denen vor allem SpezialistInnen, die eine Art Entscheidungsmacht besitzen, aus Artefakten Kunst oder Mode machen, denn eine substantielle Qualität der Dinge könne spätestens seit der Erfindung der Ready Mades durch Marcel Duchamps Pissior nicht mehr unterstellt werden. Ein Unterscheidungskriterium sei, dass Mode der Status ›Mode‹ jederzeit wieder abgesprochen werden könne, der Kunst ihr Status jedoch nicht. Mode lebe vom Massenkonsum, Kunst nicht, und in der Kunst seien nach wie vor das Original und seine Echtheit wesentlich, während die Mode von Massenanzfertigung und Gebrauch im Alltag lebe. Als ein Problem an dieser schlüssigen Argumentation könnte man sehen, dass Petra Leutner die Mode mit allen ihren Segmenten von High bis Low der Kunst ›tout court‹ gegenüber stellt, obgleich Mode wie Kunst in unterschiedliche bzw. unterschiedlich bewertete Segmente ausdifferenziert werden können.

Spricht man nur über Couture, die Graw (2009) und Steele (2012) als Vergleichsobjekt vorschlagen, kann die Frage nach der Differenz von Kunst und Mode je nach Blickpunkt anders beantwortet werden. So findet Richard Martin in der Arbeit des niederländischen Designer-Duos Viktor & Rolf das Ideal einer Harmonie der visuellen Künste verwirklicht, in dem es keine Hierarchien oder Klassifikationen gebe (vgl. Martin 1999). Mit anderen Worten, die Frage, ob es sich um Mode oder Kunst handle, sei hinfällig geworden; Konsum und ästhetischer Genuss, Konzept und Kontemplation seien zu einer Einheit verbunden (vgl. zu Martin auch Steele 2012, 20f.).

Eindeutige, jedoch nicht ausreichende Antworten zu den medialen Differenzen geben Mitchell Oakley Smith und Alison Kubler (2013) in ihrem opulent bebilderten Band *Mode ist Kunst*, indem sie sie an Intellektualität binden, womit sie die künstlerischen Qualitäten weitgehend auf konzeptuelle Kunst bzw. Mode beschränken: KonzeptdesignerInnen, also solche, die »ihre Kleidungsstücke als dinghafte Umsetzungen ihrer Ideen« nutzen (ebda., 27) oder einen »intellektuellen Ansatz« verfolgen (ebda., 30), seien KünstlerInnen. Ebenso sollte Haute Couture »den Status einer Kunst genießen, da ihre Produkte Unikate sind« (ebda., 12). Ferner meinen Mitchell Oakley Smith und Alison Kubler, dass die (Zusammenarbeit mit der) Kunst der Mode ein wichtiges intellektuelles Element liefere, das ihr sonst fehle, da sie keinen formellen kritischen Rahmen habe (ebda., 18). Man könnte das mit den Imagetransfers, von denen Isabelle Graw spricht, gleichsetzen.

Tatsächlich argumentiert kaum jemand für den Kunststatus von Mode. Fast alle Arbeiten zur Frage, ob Mode Kunst sei, verneinen es und betonen stattdessen, dass es sich um unterschiedliche Systeme handle, die viele Überschneidungen aufweisen, jedoch in wesentlichen Punkten differieren. In dem von Adam Geczy u. Vicky Karaminas herausgegeben Band *Fashion and Art* (2012a) wird die Frage aus allen erdenklichen Perspektiven von AutorInnen

mit unterschiedlichen disziplinären Hintergründen beleuchtet: von der Seite der Mode, der Kunst, des Körpers, der Performance und so fort. So gibt etwa Valerie Steele einen Überblick über die wechselnden Liaisons von Kunst und Mode seit dem späten 19. Jahrhundert und pointiert: »Fashion is a cannibalistic business. It assimilates everything that is visually interesting [...]« (Mode ist kannibalistisch. Sie assimiliert alles, was visuell interessant ist) (Steele 2012, 25). Auch Adam Geczy und Vicky Karaminas (2012b) konstatieren, die allgemeine Frage, ob Mode Kunst sei, führe nicht weit. Wichtiger sei die Untersuchung der Divergenzen und Konvergenzen, der Überlappungen und der Gründe für die wechselnden Hierarchisierungen zwischen beiden. Mithin seien nicht die Artefakte selbst entscheidend, sondern der Umgang mit ihnen. Mode und Kunst besetzen unterschiedliche Modalitäten der Präsentation und Rezeption, sie werden unterschiedlich verwendet und seien in unterschiedliche (Ver-)Handlungskontexte eingebunden (vgl. ebda., 4f.). Als entscheidende Differenzierungen benennen sie schließlich in Übereinstimmung mit fast allen anderen, die sich zum Thema äußern, dass Mode in den Alltag integrierbar sein müsse, Kunst nicht; dass Mode vergänglich sei, während Kunst auf Dauer angelegt sei; und dass Mode intentional (man könnte auch sagen: strategisch) geschaffen werde, aber nicht Ausdruck des Inneren der KreativeurInnen sei, während es sich in der Kunst gerade umgekehrt verhalte (ebda., 6). Hier blitzt freilich ein Kunstverständnis auf, das sich eher an der älteren Genieästhetik als an der Gegenwart orientiert. Bemerkenswert ist, dass Adam Geczy und Vicky Karaminas den Gender-Aspekt in die Diskussion einführen. Die Moderne habe die Mode als das Andere der Kunst konstruiert und damit Gender-Zuschreibungen verbunden: Mode gehöre traditionell in die weibliche, körperliche Sphäre, während Kunst zum Männlichen und damit dem Verstand gehöre, der gegenüber dem Körper als superior gilt (ebda., 3). Daraus resultiere die Bewertung der Mode als weiblich, dem Körper zugehörig und oberflächlich, die der Kunst als männlich und ernsthaft.

Kein Zufall ist es, dass die Frage nach dem Kunstcharakter der Mode sich seit etwa zwei Jahrzehnten damit auseinandersetzt, dass Mode so rasch ins Museum wandert. Das Phänomen ist relativ neu (vgl. Link-Heer 1998; Weise 2012) und mittlerweile zu einem bedeutenden Sektor der Ausstellungspolitik geworden, von dem einerseits Modehäuser, andererseits Museen profitieren (vgl. Steele 2012; Weise 2012). Indem Objekte, welcher Art auch immer, der Zirkulation – und damit dem Gebrauch – entzogen (H. Böhme 2006) und in den Raum der Ausstellung bzw. des »Elite-Kontexts des Museums« (Troy 2012, 29) gestellt werden, werden sie dekontextualisiert, als Ausstellungsstücke re-kontextualisiert, und damit als quasi eigenständige Artefakte in den Blick gerückt und auf Dauer gestellt. Das entspricht seit der Erfindung des modernen Museums im 18. Jahrhundert dem Umgang mit Kunst. Umgekehrt borgen sich Modehäuser seit ungefähr zwei Jahrzehnten Ausstellungsformate

für Kunst, zum Beispiel den White Cube, um ihre Flagship Stores entsprechend einzurichten und ihre Kleider wie Kunstwerke zu präsentieren (vgl. u.a. Lehnert 2013; ferner die Abschnitte über Raum und Zeit sowie über Präsentationsformen in dieser Einführung). Was wie eine Vermischung aussieht, ist tatsächlich nur ein wechselseitiges Ausleihen von Präsentationsformen und ein Imagetransfer, von dem beide Seiten profitieren und der die kulturelle Anerkennung von Mode außerordentlich befördert hat.

Abschließend seien knapp Überlegungen zur Mode in der bildenden Kunst resümiert. Dass gemalte, gezeichnete, gestochene Kleidung schon immer zu den Quellen der Modegeschichte gehörte, ist bekannt und der Umgang damit ist inzwischen kritisch aufgearbeitet worden (z.B. Haase 2002; Zitzlsperger 2010). Anne Hollander erklärt, gemalte Kleidung präsentiere ein Ideal, das zeige, wie Kleidung gedacht sei und nicht, wie sie tatsächlich ist bzw. war (Hollander 2002; zu weiteren einschlägigen Studien von Hollander vgl. das Kapitel zu Hollander in diesem Buch). In der Renaissance-Malerei finden sich nebeneinander Darstellungen von tatsächlich modischen Kleidern oder Elementen sowie Gewändern, die mitnichten der Alltagskleidung entsprachen, sondern ikonographisch bestimmten religiösen Sujets zugeordnet wurden (ebda., 23ff.). Kleidung und vor allem Falten und Drapierungen werden im Laufe der Kunstgeschichte zum Ausdrucksmittel, zum Gefühlszeichen oder zum verselbstständigten ästhetischen Bildelement.

Man kann abschließend folgern, dass die künstlerischen Repräsentationen von modischer Kleidung Mode keineswegs zur Kunst machen. Sie nähern sie jedoch diesem Status durch ihre Transformation in ein anderes Medium an.

Fokus 3: Dinge

Obwohl Mode oft als etwas Immaterielles betrachtet wird, das in Form von Zuschreibungen qua Worten und Bildern Kleidern hinzugefügt werde (vgl. z.B. Barthes 2004 [frz. 1967]; Kawamura 2005; Kühl 2015) und etwa als Diskurs über Kleider oder die Imagination von Kleidern zu denken sei, so braucht es materielle, im Fall der Kleidermode, vestimentäre Artefakte. Diese bestehen aus Textilien (d.h. Stoffen) oder anderen Materialien. Welche das sein können, dafür gibt es vor allem in der Haute Couture kaum Grenzen und seit einigen Jahren gewinnt Hightech-Kleidung an Bedeutung (vgl. Gaugele u. Eisele 2006; Menges 2006; Seymour 2008 u. 2010; Wolter 2009; Quinn 2010), etwa aus ›intelligenten‹ Materialien, mit eingebetteter Elektronik, sogenannte Smart Clothes oder »i-wear«, oder Kleider aus dem 3D-Drucker. Unabhängig vom Segment (Massen oder Designerware, Do-it-yourself usw.), beziehen sich Fertigung und Anordnung eines Kleidungsstücks immer in irgendeiner Weise auf den menschlichen Körper als (die Vorstellung von) einem »dreidimensionale[n] und bewegliche[n] Gebilde im Raum« (Lehnert 1998d, 8).

Vor allem die angloamerikanischen Dress Studies (vgl. u.a. de la Haye u. Wilson 1999; Taylor 2002 u. 2004), Material Culture Studies (vgl. u.a. Küchler 2005) und Textile Studies sowie im deutschsprachigen Raum Disziplinen wie die Kostümkunde oder die Kulturanthropologie (vgl. u.a. Mentges 2005) nehmen konkrete vestimentäre Objekte als Ausgangspunkt für ihre Forschung, um etwa deren materielle Beschaffenheit, Herstellung, ›Biografie‹ sowie den Umgang der Menschen, vor allem der TrägerInnen, mit ihnen zu untersuchen und Entstehungszeiten und -orte zu bestimmen. Ausgehend vom Materiellen und Sichtbaren werden unsichtbare Bedeutungen wie Jahreszahlen, Personen-namen, Stile oder Erzählungen generiert, d.h. Wissen über Objekte.¹⁰ Die Fragestellungen von ModetheoretikerInnen und -historikerInnen konzentrieren sich mehr auf visuelle Formen, kulturelle Praktiken, d.h. darauf, was Menschen mit Kleidern tun, oder auf mediale Inszenierungen und weniger direkt bzw. ausschließlich auf die vestimentären Artefakte. Als was so ein ›Kleider-Ding‹ eigentlich bestimmt werden kann, das ist aus einer tradierten anthropozentrischen Sicht für die meisten AutorInnen nicht von Belang.

Aufgrund dieses Mangels an Reflexion sollen im Folgenden die wenigen Überlegungen skizziert werden, die eine davon abweichende Perspektive auf die vestimentären Artefakte entwickeln. Denn Kleider lassen sich auch anders betrachten und sind keinesfalls immer passive Objekte, in denen sich die Idee von Mode einschreibt und materialisiert. Obwohl Zuschreibungspraktiken und Inszenierungsstrategien sowohl für das Modesystem als auch für das Alltags-handeln wesentlich sind, ließe sich behaupten, dass auch die Dinge mal mehr, mal weniger einen jeweils spezifischen Umgang mit sich erwirken. Das heißt, von den Kleidern geht aus, dass Menschen etwas mit ihnen tun (wollen). Diese Perspektive entwickelt Gertrud Lehnert in einigen ihrer Texte u.a. über das Konsumverhalten und bezieht sich dabei u.a. auf Gernot Böhmes Arbeiten zu einer neuen Ästhetik (vgl. Lehnert 2009 u. 2010b). Bezugspunkt für Böhme wiederum ist der Kunstwerk-Aufsatz Walter Benjamins (in seiner letzten Fassung aus dem Jahr 1939), insbesondere der dort verwendete Aura-Begriff, um Dingbegegnungen und -erfahrungen zu beschreiben: Das Kunstwerk befinde sich im »Hier und Jetzt« (Benjamin 1996 [frz. 1936], 12) und seine materielle Präsenz kennzeichne »Echtheit« (ebda.) und »Einzigkeit« (ebda., 16). Um Irritationen zu vermeiden: Gemeint ist schlichtweg die materielle Echtheit und

10 | Dass zum Kleider(mode)wissen weitaus mehr gehört als das explizite Fakten- und Fachwissen, etwa implizites, vor allem körperliches Wissen der TrägerInnen, untersucht Katja Weise in ihrem Promotionsprojekt mit dem Arbeitstitel »Das gezähmte Kleid, der gebändigte Körper – Taktilität und implizites Wissen der Kleidermode in zeitgenössischen Ausstellungsinszenierungen« im Rahmen des DFG-Graduiertenkollegs »Sichtbarkeit und Sichtbarmachung – Hybride Formen des Bildwissens« an der Universität Potsdam.

Einzigkeit im Gegensatz zu einem fotografischen Abbild, d.h. einer bildlichen Repräsentation mit einer ganz eigenen, jedoch anderen Materialität als das abgebildete Ding. Deswegen hätten, so Benjamin weiter, die in ihrer wirklichen Materialität präsenten Dinge (eine) Aura, die – und das ist wichtig – von ihnen ausgeht und erfahren werden könne. Gernot Böhme (1995) modifiziert nun den Benjaminschen Aura-Begriff dahingehend, dass Benjamins Aura eine Atmosphäre von vielen beschreibe, d.h. etwas, das sich räumlich zwischen Subjekten und Objekten ereigne und die Umgebung »inifiziere«, eine »Gestimmtheit« (Böhme 1995, 33), die ephemere sei und von Menschen leiblich erfahren werden könne; im Fall der Benjaminschen Aura handle es sich um »jene Atmosphäre der Distanz und des Achtungsgebietenden [...], die originale Kunstwerke umgibt« (ebda., 26). Diesen Überlegungen zur Atmosphäre liegt nicht nur ein verändertes Subjekt-, sondern auch neues Objektverständnis zugrunde: Statt Dinge als ver- und abgeschlossene Entitäten zu denken, treten Dinge aus sich heraus, wirken ihre wahrnehmbaren Eigenschaften nach außen, in den Raum und auf die anwesenden Menschen. Böhme nennt das die »Ekstasen des Dings« (ebda., 33). Dinge sind also keine bloßen Zeichenträger, die Informationen transportieren; sie (und nicht nur Menschen) haben das Vermögen, aktiv Erlebnisse und Ereignisse zu schaffen. Ebenfalls ein aktives, jedoch keinesfalls ästhetisches Objektverständnis entwickelt Bruno Latour in seiner Sozialtheorie, indem er Dinge und Menschen als gleichwertige, d.h. gleich aktive Aktanten betrachtet, die in komplexen Netzwerkstrukturen miteinander agieren und vorübergehende Verbindungen eingehen (vgl. Latour 2005).¹¹

Offensichtlich ist das auch im Fall von Kleidung und Kleidermode. Vestimentäre Objekte sind nicht nur Zeichen für etwas bzw. Träger von Bedeutungen, die ihnen von Menschen zugeschrieben werden. Sie erwirken zugleich, dass Menschen etwas mit ihnen tun (wollen): berühren, an- oder ausziehen, spüren, besitzen usw. Und zwar in ganz unterschiedlichen Situationen, wie Gertrud Lehnert zeigt: etwa als »Selbstgestaltung« bzw. »ästhetische Arbeit« im Alltag oder beim Shoppen (vgl. Lehnert 2013a, 93ff). Mit Bezugnahme auf die These des Anthropologen David Miller, die Wirtschaft entstehe durch die Aneignung von Waren (vgl. Miller 2012), schlägt Gertrud Lehnert als erste eine positive Konsumdefinition für die Mode vor: Weil Menschen durch Kleider Selbstgestaltung und soziale Interaktionen ermöglicht werde, würden sie diese konsumieren (vgl. Lehnert 2013a). Zudem, und auch das zeigt Gertrud Lehnert exemplarisch am Modekonsum, sind Dinge nicht gleichbleibend und haben das, was Arjun Appadurai *The Social Life of Things* (1986) nennt: Ihr Status könne sich verändern und damit auch das, was sie auszulösen vermögen.

11 | Als Analyseinstrumentarium dient Latours Akteur-Netzwerk-Theorie (ANT) u.a. der britischen Soziologin Joanne Entwistle dazu, in ihren Feldforschungen das Zirkulieren und die Träger von Modewissen zu bestimmen (vgl. Entwistle 2010).

Ein ›Kleider-Ding‹ kann, wie viele andere Dinge auch, Ware bzw. Konsumgut, Gebrauchsgegenstand, Kult- oder Forschungsobjekt, Abfall, museales Schaustück, persönliches Erinnerungsstück usw. sein und unterschiedlichen Einfluss darauf haben, was Menschen mit ihm tun wollen.

Ein Ort, an dem die von den Dingen ausgehende Wirkmacht auf den Menschen deutlich wird, ist das Museum. Auch heute noch sind sich die meisten in und mit Museen Beschäftigten darüber einig, das Besondere in Ausstellungen sei, dass sich dort die Realpräsenz der Dinge erfahren lasse, und zwar besonders im digitalen Zeitalter und angesichts der virtuellen Bilderflut.¹² Bei Ausstellungen haben wir es mit einem weiteren Setting zu tun, das im Wechselspiel von Dingen, Menschen und Räumen Atmosphären im Sinne Böhmes konstituiert. Der Fokus soll jedoch weiterhin auf Menschen und Dinge gerichtet bleiben. Insbesondere bei vestimentären Objekten im Museum wird die »agency« (Latour 2005) der Dinge deutlich, d.h., sie lösen aktiv etwas in den Menschen aus: Emotionen wie Staunen oder Neugierde, ästhetisches Wohlgefallen oder den Impuls, etwas mit dem Ausgestellten tun zu wollen. Und gerade indem Letzteres in Museumsausstellungen nicht oder nur selten möglich ist, wird die Aufmerksamkeit auf die »agency« von Kleidern und Kleidermode gelenkt, die diese außerhalb von Museen haben. Der große Vorteil, den vor allem KuratorInnen wie Adelheid Rasche (1998)¹³, Alexandra Palmer (2008) und andere in Kleiderausstellungen sehen – nämlich, dass die BesucherInnen im Gegensatz zu anderen Objektgruppen einen leichteren Zugang zu vestimentären Exponaten hätten, weil sie tagtäglich ganz unmittelbar und praktisch, d.h. vor allem körperlich mit Kleidern zu tun hätten –, schlägt um aufgrund des Berührungsverbots in vielen Museen und erzeugt eine Situation, die als defizitär empfunden wird (vgl. Wilson 1992; zur Taktilität in Kleiderausstellungen vgl. Weise 2014).

Ist der körperliche Umgang, das Modehandeln, in den meisten Museen nicht möglich, können Kleider in Ausstellungen vor allem Erinnerungen an eigene, persönliche Erlebnisse auslösen; was wiederum zeigt, wie sehr das individuelle und ebenso das kulturelle Gedächtnis Dinge brauchen, um erinnern zu können (vgl. Lehnert 2013a). Das kulturelle Gedächtnis basiere, so Aleida

12 | Exemplarisch sei dafür folgende Beschreibung Gottfried Korffs angeführt: »Die Faszination beruht auf der Authentizität der Dinge, und es mag vieles für sich haben, [...] daß es nämlich diese Authentizität ist, die dem Museum zu jener Karriere verholfen hat [...].« (Korff 2002 [1992], 141)

13 | »Im Museum präsentierte Kleidung führt bei vielen Besuchern zu einer wesentlich größeren Identifikation als dies z.B. Ausstellungen mit bildender Kunst, technischen Geräten oder naturkundlichen Objekten in der Regel vermögen. Das Gesehene wird oft unmittelbar mit persönlichen Erfahrungen in Verbindung gebracht und in sehr individueller Weise interpretiert.« (Rasche 1998, 219)

Assmann (2006), auf Medien – im Fall der Mode zählt dazu die materielle Kleidung ebenso wie ihre vor allem bildlichen Repräsentationen. Interessanterweise erinnert Kleidermode beständig an sich selbst, indem sie durch Zitationen vergangene Formen aufruft. Wie sehr Kleider zu Medien der Erinnerung werden können, wird vor allem an getragenen Kleidern deutlich, die als Stellvertreter des Körpers der Trägerin bzw. des Trägers fungieren: wie textile Reliquien von Heiligen, deren Kleider die besonderen Kräfte des- oder derjenigen durch den direkten körperlichen Kontakt aufgenommen und ›gespeichert‹ haben und an die Gläubigen, die sie berühren, ›abgeben‹ (zu textilen Reliquien vgl. Böse 2006; Flury-Lemberg 2012); oder beim sexuellen Fetischismus, wenn ein vestimentäres Objekt auf einen Teil des begehrten Körpers verweist und das (begehrte) Körperteil zeitweilig ersetzt (vgl. Steele 1996). Fetischismus lässt sich jedoch auch wesentlich weiter und nicht ausschließlich sexuell fassen: So bietet Hartmut Böhmes Fetischismuskonzept ebenso wie die Atmosphären und Exstasen bei Gernot Böhme oder die »agency« der Dinge in Bruno Latours Akteur-Netzwerk-Theorie eine neue Perspektive: Dingen könnten demzufolge Einstellungen, Gefühle, Gebrauchsweisen und Handlungen hervorrufen (vgl. H. Böhme 2006) – womit treffend beschrieben ist, was Kleider (und nicht nur ihre medialen Repräsentationen) tun.

Abschließend soll noch auf den Aspekt der Nachhaltigkeit hingewiesen werden, der mit der Materialität von Kleidern insofern zu tun hat, als dass vor allem natürliche und menschliche Ressourcen bei der Produktion neuer Kleider beansprucht werden (vgl. Fletcher u. Grose 2012; Ricchetti u. Frisa 2013). Unter der Bezeichnung »Ecofashion« oder »Green Fashion« wird das Bestreben von Mode-Unternehmen beschrieben, bei der Herstellung natürliche Rohstoffe zu verwenden und auf möglichst geringe Umweltbelastung und faire Arbeitsbedingungen zu achten (vgl. *Fashion Theory* 2008, Sonderheft »Ecofashion«; Brown 2010; Diekamp u. Koch 2010) Zu den Strategien von »Slow Fashion« gehören auch Praktiken für nachhaltiges Konsumverhalten (vgl. Wanders 2009), von denen einige den Umgang mit vestimentären Objekten seit jeher bestimmt haben, wie DIY (Do-it-yourself) oder das Wieder- und Weiterverwerten von Gebrauchtem oder Abfall, was heute als Second-Hand (vgl. Palmer 2005) sowie Re- oder Upcycling bezeichnet wird; andere hingegen sind aus aktuellen kapitalismuskritischen Haltungen hervorgegangen und nutzen das Internet etwa beim »Fashion Hacking«, um in geschlossenen Computernetzwerken Schnittmuster zu ermitteln, die der Internet-Community zur Verfügung gestellt werden (vgl. Scaturro 2008).