

Marie Helbing

Konjunkturen der (Kleider-)Mode

♦ Aus der Perspektive einer Kulturanthropologin befasst sich die Autorin mit Kleidermoden. Sie erschließt das Phänomen anhand der Modetheorie von Georg Simmel und zeigt zugleich auf, dass Kleidermode ein Gegenstand wissenschaftlicher Auseinandersetzung ist. (Redaktion)

Dem Thema Kleidermode, das bis heute als oberflächlich gebrandmarkt ist, wird in der Wissenschaft nur zögerlich Beachtung geschenkt.¹ Die folgenden Ausführungen sollen einen Einblick in das Feld der Kleidermode geben. Ausgehend von Simmels Modetheorie, die er in einigen Publikationen ausgeführt hat,² wodurch er zum Vorreiter in der Beschäftigung mit derselben geworden ist, soll eine Art Spaziergang durch die Modegeschichte erfolgen. Beginnend mit der Beschreibung des Grundprinzips der Mode werden anschließend einzeln vor diesem Hintergrund formulierte Thesen Simmels an modehistorischen Beispielen erläutert. Der Aufsatz endet schließlich im modischen Heute, wobei gefragt wird, ob und inwiefern Simmels Modetheorie noch Gültigkeit hat. Auch wenn Mode viele Bereiche des Lebens wie die des Verhaltens, des Wohnens oder der Freizeitgestaltung betrifft,³ liegt der Fokus im Folgenden auf westlicher Kleidermo-

de, wie sie auch Simmel als Phänomen der Moderne untersucht hat.

1 Grundprinzip der Mode

Mit der Dialektik der Mode beschreibt Simmel das Grundprinzip derselben, das in der Nachahmung und der Differenz zum Ausdruck kommt. Die Mode bietet einerseits Schutz für den Einzelnen, denn „sie ist Nachahmung eines gegebenen Musters und genügt damit dem Bedürfnis nach sozialer Anlehnung, sie führt den einzelnen auf die Bahn, die alle gehen, sie gibt ein allgemeines, das das Verhalten jedes einzelnen zu einem bloßen Beispiel macht.“⁴ Zugleich kann über Mode das Hervorstechen aus der Masse befördert werden: „Nicht weniger aber befriedigt sie das Unterschiedsbedürfnis, die Tendenz auf Differenzierung, Abwechslung, Sich-Abheben.“⁵ Gemeint ist damit der Wunsch

¹ Vgl. hierzu *Gabriele Mentges*, Die Angst der Forscher vor der Mode oder das Dilemma einer Modeforschung im deutschsprachigen Raum, in: *Gudrun M. König / Gabriele Mentges / Michael R. Müller* (Hg.), *Die Wissenschaften der Mode*, Bielefeld 2015, 27–47.

² *Georg Simmel*, Zur Psychologie der Mode. Sociologische Studie, in: *Die Zeit. Wiener Wochenschrift für Politik, Volkswirtschaft, Wissenschaft und Kunst* 5 (1895), Nr. 54, 22–24; *ders.*, Philosophie der Mode (Moderne Zeitfragen 11), Berlin 1905, 5–41; *ders.*, Die Mode, in: *Silvia Bovenschen* (Hg.), *Die Listen der Mode*, Frankfurt a. Main 1986, 179–207.

³ Vgl. *Gertrud Lehnert*, Mode und Moderne, in: *Gabriele Mentges* (Hg.), *Kulturanthropologie des Textilen*, Berlin 2005, 251–263, hier: 252.

⁴ *Georg Simmel*, Die Mode (s. Anm. 2), 181.

⁵ Ebd.

des Menschen nach sozialer Anerkennung und Zugehörigkeit, damit einhergehend aber auch die gleichzeitige Abgrenzung zu anderen Gruppen, woraus sich der noch heute bekannte Wechsel der Moden ableiten lässt. Bedingung für die Mode ist jedoch die Existenz der beiden Elemente, denn „wo von den beiden sozialen Tendenzen, die zur Bildung der Mode zusammenkommen müssen, nämlich dem Bedürfnis des Zusammenschlusses einerseits und dem Bedürfnis der Absonderung andererseits, auch nur eines fehlt, wird die Bildung der Mode ausbleiben.“⁶

Im fortwährenden Wechsel kommt zugleich das Schicksal der Mode zum Ausdruck, denn in dem Moment, in dem sie auf ihrem Höhepunkt ist, ist sie tot und muss durch eine neue abgelöst werden. Folglich kann man sich immer nur auf dem Weg zu ihr befinden, sie aber nie erreichen. Der wiederkehrende Wechsel ist das beständige Moment der Mode. Dabei tritt jede Mode auf, als ob es sie noch nie gegeben hätte, vorausgesetzt sie ist aus dem Gedächtnis eliminiert.⁷ Folglich konnte Yves Saint Laurents Kollektion „Libération“ von 1971, die heute zu den Stärksten seiner knapp 50-jährigen Karriere gehört, nicht überzeugen. Während Kollegen wie der Modeschöpfer Christian Lacroix die Kollektion lobten, reagierte die Presse mit Bewertungen wie „Widerlich!“ entsetzt. Mit

Pelzmänteln, Turbanen, Plateauschuhen und dem Make-Up hatte Saint Laurent seine Begeisterung für den Stil der 1940er-Jahre zum Ausdruck gebracht. Seine Faszination für jene Zeit wurde jedoch nicht geteilt, die Mehrheit fühlte sich vielmehr an eine grausame Periode Frankreichs – die Besatzungszeit im 2. Weltkrieg, die von Entbehrung und Not geprägt war – erinnert.⁸

Ganz anders hingegen ergeht es dem Phänomen Schlaghose, die in den 1960er-Jahren ihre Hochzeit hatte und seitdem regelmäßig wiederkehrt.⁹ In den 1990er-Jahren kam sie im Nylongewand daher und wurde von Anhängern der Technoszene getragen. Aktuell hält sie erneut Einzug in die Kleiderschränke, seit das italienische Modelabel Gucci Modekollektionen als Hommage an die 1970er kreiert. Kleidungsstücke treten immer wieder ihren Siegeszug an, um wieder vergessen und dann erneut Mode zu werden. Dabei werden die Intervalle einer wiederkehrenden Mode immer kürzer, was nicht zuletzt an einer zunehmenden Beschleunigung liegt, die sich gerade in der Mode niederschlägt.

2 Mode und Wirtschaft

Der von Simmel und anderen¹⁰ beschriebene Wechsel der Moden, heraufbeschworen durch Nachahmung und Differenzie-

⁶ Ebd., 185.

⁷ Ebd., 204.

⁸ Vgl. *Alice Rawsthorn*, Yves Saint Laurent. Die Biographie, Stuttgart 1998, 129–133.

⁹ Vgl. *Tracy Tolkien*, Schick & Schroll. Klassiker der Designermode, München 2001, 103.

¹⁰ Zu nennen sind hier außerdem die Gedanken zur Mode von Friedrich Theodor Vischer und Thorstein B. Veblen. Silvia Bovenschen hat bereits 1986 die wichtigsten Schriften zur Mode zusammengetragen. Seit einiger Zeit erfahren die Modetheorien vermehrt Aufmerksamkeit, was sich in einer Reihe von Publikationen äußert. Dabei werden klassische Texte um Abhandlungen aus den letzten Jahrzehnten ergänzt. Vgl. *Silvia Bovenschen* (Hg.), Die Listen der Mode, Frankfurt a. Main 1986; *Gertrud Lehnert / Alicia Kühl / Katja Weise* (Hg.), Modetheorie. Klassische Texte aus vier Jahrhunderten, Bielefeld 2014, sowie *Barbara Vinken*, Die Blumen der Mode. Klassische und neue Texte zur Philosophie der Mode, Stuttgart 2016.

rung, erfährt im Zuge der Industrialisierung und der damit einhergehenden seriellen Produktion von Kleidung eine Beschleunigung. So zeigt sich beispielsweise in der Aufhebung der ständischen Kleiderordnungen, dass sich Mode als ein wirtschaftliches und kulturelles System entwickeln konnte und ihre Funktion als soziales Regulativ zu Tage förderte. Modernisierungen im technologischen, organisatorischen sowie modischen Bereich, einhergehend mit gesellschaftlichen und kulturellen Veränderungen, begründeten den wirtschaftlichen Erfolg des Modesystems wie wir es heute kennen. Entscheidend für die industrielle Fertigung von Kleidung waren die Erfindung der Nähmaschine und die Entwicklung des Größensystems, das aus dem Militärwesen hervorgegangen ist.¹¹ Die seit Mitte des 19. Jahrhunderts aufgekomenen Kauf- und Warenhäuser trieben den Konsum voran, der heute durch die ständige Verfügbarkeit von Waren in der digitalen Welt weiter verstärkt wird.

Auf den Einfluss der ökonomischen Komponente auf das Wesen der Mode hat Simmel bereits verwiesen und die sich daraus ergebenden Folgen erkannt: „Ein eigentümlicher Zyklus entsteht hier: je rascher die Mode wechselt, desto billiger müssen die Dinge werden; und je billi-

ger sie werden, zu desto rascherem Wechsel der Mode laden sie die Konsumenten ein und zwingen sie die Produzenten.“¹² Das Tempo des Modewechsels hat bis heute so angezogen, dass sich dieses unmittelbar in „Fast Fashion“ – der Begriff bezieht sich auf die bekannten Schnellrestaurants – niederschlägt. Sie ist massenproduzierte Kleidung, die sich im Design an hochpreisige Mode anlehnt, jedoch unter Verwendung minderwertiger Materialien.¹³ Bekannte Anbieter sind in nahezu jeder größeren Einkaufsstraße einer Stadt zu finden, die mit bis zu zwölf Kollektionen pro Jahr die Konsumenten locken und die sonst hochpreisigen Trends für jeden erschwinglich machen. Während Konsumenten ein regelmäßig wechselndes Sortiment im Niedrigpreissegment angeboten wird, sind die Leidtragenden der „Fast Fashion“ die Arbeiterinnen und Arbeiter, die unter den katastrophalen Arbeitsbedingungen bis zu 14 Stunden täglich Kleidung für die westliche Welt produzieren.¹⁴ Trotz des medialen Aufschreis nach der Katastrophe mit über tausend Toten in den Textilfabriken von Bangladesch im Jahr 2013 und der Gründung einer Initiative durch die Großhändler, hat sich im Bewusstsein und im Konsum der breiten Öffentlichkeit nach wie vor wenig geändert.¹⁵ Als Gegenbewegung darf „Slow

¹¹ Vgl. Daniela Döring, *Zeugende Zahlen. Mittelmaß und Durchschnittstypen in Proportion, Statistik und Konfektion des 19. Jahrhunderts*, Berlin 2011.

¹² Georg Simmel, *Die Mode* (s. Anm. 2), 203.

¹³ An dieser Stelle sei auf das professionelle Kopieren und Adaptieren von hochpreisiger Designermode verwiesen, worauf sich unter anderem auch der wirtschaftliche Erfolg der bekannten Highstreetketten stützt. Siehe hierzu: Angelika Riley, *Mode-Kopien*, in: Sabine Schulz / Claudia Banz (Hg.), *Fast Fashion. Die Schattenseiten der Mode*, Hamburg 2015, 64 f.

¹⁴ Vgl. Marsh A. Dickson, *Corporate Responsibility in the Global Apparel Industry: Toward an Integrated Human Rights-Based Approach*, in: Sandy Black / Amy de la Haye / Joanne Entwistle / Agnès Rocamora / Regina A. Root / Helen Thomas (Hg.), *The Handbook of Fashion Studies*, London–Oxford–New York–New Delhi–Sydney 2017, 523–541, hier: 523, 524.

¹⁵ Darauf deuten Angaben zum jährlichen Konsum von Bekleidung hin. Denn bei gleichzeitig sinkenden Ausgaben steigt der Neukauf bei Kleidung an, der bei etwa 27 kg pro Kopf/Jahr liegt. Vgl. Claudia Banz, *Mode und Konsum*, in: Sabine Schulz / Claudia Banz (Hg.), *Fast Fashion* (s. Anm. 13), 29, 30.

Fashion“ verstanden werden. Sie setzt auf nachhaltige und lokale Produktion. Der Konsument soll dazu angehalten werden, seltener und bewusst zu konsumieren.

Die von Simmel beschriebene Beschleunigung schlägt sich jedoch nicht nur in den Bereichen der Produktion und Konsumption nieder, sondern auch in den Medien. Als ein Medium, das die immer neuen Moden präsentiert, erlangte die Modenschau prominenten Status im Modesystem. Früher eine Werbemaßnahme in Modesalons oder Kauf- und Warenhäusern, werden heute zweimal jährlich im Rahmen der Modewochen in Paris, London, New York und Berlin die neuesten Kollektionen präsentiert. Der Ursprung der Modenschau ist nicht eindeutig auszumachen, geht wahrscheinlich aber auf den Begründer der Haute Couture Charles Frederick Worth (1826–1895) zurück.¹⁶ War es zunächst die Kundin, die mit der Wahl des Stoffes und des Schnittmusters die Kleidervorgaben bestimmte, wandelte sich dies mit Worth zum Diktat des Modeschöpfers. Er präsentierte seine Vorstellung der Frau und die Modenschau ist seit Beginn des 20. Jahrhunderts gängige Praxis. Während anfangs über eine Dauer von bis zu vier Stunden bis zu 350 Kleider für die kommende Saison gezeigt wurden, präsentieren Designer heute in knapp 15 Minuten etwa sechzig Modelle. Der beschriebene Wandel von einer zeitintensiven zu einer kurzen Modepäsentation wurde in den 1960er-Jahren durch einen demografischen, wirtschaftlichen, sozialen Wandel und die Herausbildung neuer Jugendkulturen eingeläutet.¹⁷ Die Haute Couture, die noch heu-

te die hohe Schneiderkunst darstellt, verlor durch die Etablierung von Ready-to-Wear, der Kleidung von der Stange, zunehmend an Bedeutung. Vorreiterin ist die Engländerin Mary Quant, die Models tanzend, laufend und springend die neue Mode vorführen ließ; passend dazu wurde Jazzmusik eingespielt. Diese Dynamik wurde so weit vorangetrieben, dass heute Modenschauen in Echtzeit via Livestreams im Internet miterlebt werden können.

3 Karneval der Mode

Der Mode wird die Tragbarkeit regelmäßig abgesprochen. Besonders die präsentierten Laufstegkreationen rufen beim Laienpublikum häufig ein Kopfschütteln hervor. Man denke an die Kollektion „After Words“ des türkisch-zypriotischen Modedesigners Hussein Chalayan aus dem Jahr 2000. Möbelbezüge wurden zu Kleidern, ein Holztisch wurde zum Rock transformiert. Die Schau basiert auf der Idee, in Kriegszeiten die Möglichkeit zu haben, seine Besitztümer unmittelbar am eigenen Körper zu tragen.¹⁸ Oft steht tatsächlich nicht die Tragbarkeit im Vordergrund, die Mehrzahl der gezeigten Kleider geht gar nicht in Produktion oder wird für den Verkauf nochmals modifiziert. Vielmehr muss eine Kollektion als Vision eines Designers verstanden werden, der damit seine Meinung zu einer Zeit zum Ausdruck bringt.

Die Mode scheint damit zuweilen grotesk und findet im Modenarr ihre Verkörperung. Denn in ihm „erscheinen die gesellschaftlichen Forderungen der Mode auf

¹⁶ Vgl. *Diana de Marly*, Worth. Father of Haute Couture, New York–London 1990.

¹⁷ Zur Geschichte der Modenschau siehe *Caroline Evans*, The Enchanted Spectacle, in: *Fashion Theory* 5 (2001), H. 3, 271–310.

¹⁸ Vgl. *Hanni Geiger*, Form follows Culture. Entgrenzungen im Konzept-Design Hussein Chalayans, Köln 2016.

eine Höhe gesteigert, auf der sie völlig den Anschein des Individualistischen und Besonderen annehmen.“¹⁹ Mit 4.000 Paar Schuhen und einer eigenen Wohnung nur für ihre Kleider bezeichnet sich die Italienerin Anna Dello Russo selbst als „Fashion Victim“,²⁰ dem wohl zeitgemäßerem Ausdruck für Modenarr. Die Chefin der japanischen Vogue, die Kunstgeschichte, italienische Literatur und schließlich Modedesign studiert hat, ist bekannt dafür, Komplett-Looks der Modeschöpfer vom Laufsteg zu tragen. Sie will damit ihren Respekt vor der Kreativität des jeweiligen Designers ausdrücken. Dank ihrer auffälligen Looks wurde sie zu einem der Lieblingsmotive der Streetstylefotografen, die vor und nach den Modenschauen auffällig gekleidete Menschen im Bild festhalten und anschließend online oder in Printmagazinen veröffentlichen.

Sie tragen damit zum Hype von digitalen Influencern bei, denen meist eine unreflektierte Übernahme jeden neuen Modetrends zugeschrieben wird. Hervorgebracht hat diese Art des Unternehmers, als dessen Vorgänger man das IT-Girl der 1990er-Jahre anführen könnte, das World Wide Web mit seinen sozialen Netzwerken, insbesondere Instagram. Mit Bildern in ständig neuen Kleidern angesagter Modelabels und bei nahezu allen Modewochen in New York, London, Mailand, Paris und unzähligen Events anwesend, inszenieren sich meist junge Frauen ihrem digitalen Publikum, das mehrere Millio-

nen Follower groß sein kann. Der abwertend gemeinte Begriff der „wandelnden Litfaßsäule“ eines Sternredakteurs ist insofern korrekt,²¹ als sich Influencer als Werbeflächen präsentieren. Dies nutzte das italienische Designer-Duo Dolce & Gabbana, das schon mehrfach Influencer-Stars statt Models über den Laufsteg zur Präsentation seiner neuen Kollektion schickte. Während sich die einen der Mode hingeben, verweigern sich andere der Mode.

4 Antimode

Konträr zum Modenarr ist auf den ersten Blick der von Simmel als der Unmoderne beschriebene: „Der absichtlich Unmoderne nimmt genau den gleichen Inhalt wie der Modenarr auf, nur daß er ihn in eine andere Kategorie formt, jener in die der Steigerung, dieser in die der Verneinung.“²² Mit der hier beschriebenen Gegenposition des Modenarren negiert der Unmoderne somit die Inhalte der Mode. Simmel will den sich der Mode verweigern den jedoch nicht zwangsläufig als unmodisch verstanden wissen. Vielmehr verweist er darauf, dass es Mode werden kann, unmodisch zu sein. Dies bezeugen auch ausgewählte Beispiele der Modegeschichte.

Am eindrucklichsten verdeutlicht dies der Punk, der seinen Ursprung in Großbritannien Mitte der 1970er-Jahre hatte. Punk ging aus einem Protest gegen das herrschende Establishment hervor, dessen be-

¹⁹ Georg Simmel, *Die Mode* (s. Anm. 2), 191.

²⁰ Vgl. Julia Werner, Im Interview Anna Dello Russo – Die Mode-Jägerin. <http://www.sueddeutsche.de/leben/im-interview-anna-dello-russo-die-mode-jaegerin-1.981638> [Abruf: 05. März 2018].

²¹ Vgl. Dirk van Versendaal, Die schöne Welt von Instagram-Star Veronika Heilbrunner. <https://www.stern.de/lifestyle/mode/instagram-promi-heilbrunner-ist-stilikone-im-digitalen-zeitalter-7485354.html> [Abruf: 26. Februar 2018].

²² Georg Simmel, *Die Mode* (s. Anm. 2), 203.

kanntestes Sprachrohr die Sex Pistols waren. Über Kleidung brachten Punks ihre Verachtung für die Modeindustrie und die Gesellschaft zum Ausdruck, indem sie die Dekontextualisierung bekannter Zeichen und die Dekonstruktion an Kleidungsstücken vornahmen. Zerrissene Jeans, mit Nieten besetzte Lederjacken und Alltagsgegenstände wie Sicherheitsnadeln wurden zu Schmuck umfunktioniert. Vivienne Westwood ist aus dem Punk als seine modische Vertreterin hervorgegangen. Sie startete ihre Karriere mit Malcolm McLaren, der später Manager der Sex Pistols wurde, in dem gemeinsamen Shop „Sex“, einem Treffpunkt der Londoner Punk-Szene.

Weiterführende Literatur:

Silvia Bovenschen (Hg.), *Die Listen der Mode*, Frankfurt a. Main 1986.

Gudrun M. König / Gabriele Mentges / Michael R. Müller (Hg.), *Die Wissenschaften der Mode*, Bielefeld 2015.

Gertrud Lehnert / Alicia Kühl / Katja Weise (Hg.), *Modetheorie. Klassische Texte aus vier Jahrhunderten*, Bielefeld 2014.

Peter McNeil, Georg Simmel, ‚The Philosophical Monet‘, in: *Agnès Rocamora / Anneke Smelik* (Hg.), *Thinking through Fashion. A Guide to Key Theorists*, London–New York 2016, 63–80.

Gabriele Mentges (Hg.), *Kulturanthropologie des Textilen*, Berlin 2005.

Barbara Vinken, *Die Blumen der Mode. Klassische und neue Texte zur Philosophie der Mode*, Stuttgart 2016.

ne. 1981 präsentierte sie schließlich ihre erste professionelle Kollektion.²³ Was seinen Ursprung in der Gegenbewegung hatte und antikommerziell ausgerichtet war, schockt heute nur noch selten. Punk fand schließlich Eingang in die Mode und wurde wirtschaftlich rentabel gemacht.

Ähnlich wie Punks fordern japanische Modedesigner, die vermehrt seit den 1970er-Jahren ihre Kollektionen in Paris zeigen, bisherige Sehgewohnheiten der westlichen Modewelt heraus. Rei Kawakubo für Comme des Garçons, Issey Miyake und Yohji Yamamoto schaffen mit dem Einsatz von traditionellen japanischen Schnitttechniken und Materialien eine bisher unbekannte Körpersilhouette. 1997 sorgte Kawakubo mit ihrer Kollektion „Body Meets Dress Meets Body“ für Aufsehen, in dem sie mit Auspolsterungen an Brust, Hüfte und Po den weiblichen Körper verzerrte und damit die „Vorstellungen von der Beziehung zwischen dem menschlichen Körper und seiner Kleidung“²⁴ in Frage stellte.

Ganz anders, aber auch als unmodisch wahrgenommen, äußert sich der aktuelle Trend „Menocore“. Die Wortschöpfung geht auf Harling Ross, Redakteurin des bekannten US-amerikanischen Modeblog „Man Repeller“, zurück und setzt sich aus Menopause und Hardcore zusammen.²⁵ Damit spielt „Menocore“ unmittelbar auf das vermeintliche Kleidungsverhalten von Frauen um die 50 an, während Hardcore den harten Kern beschreibt.

„Menocore“ ist als Weiterentwicklung des sogenannten „Normcore“ zu werten,

²³ Vgl. *Bonnie English*, *A Cultural History of Fashion in the 20th Century. From the Catwalk to the Sidewalk*, Oxford–New York 2007, 102–108.

²⁴ *Gertrud Lehnert*, *Der modische Körper als Raumsulptur*, in: *Erika Fischer-Lichte* (Hg.), *Theatralität und die Krisen der Repräsentation*, Stuttgart–Weimar–Metzlar 2001, 528–549, hier: 546.

²⁵ Vgl. *Harling Ross*, *Menocore is the New Normcore, and Its a Lot More Comfortable*, <https://www.manrepeller.com/2017/07/menocore-fashion-trend.html> [Abruf: 11. Februar 2018].

der sich durch das Tragen weißer T-Shirts, weiter Jeans und Baumwolljacken auszeichnet. Den Trägern des Looks ist das Bedürfnis gemein, nicht in der breiten Masse aufzufallen. Zum Repertoire des „Menocore-Looks“ hingegen gehören weite Pullover, fließende Kleider, wadenlange Röcke, unförmige Hosen und flache Schuhe. Als begehrenswert gelten die für das französische Modehaus Céline kreierten Designs von Phoebe Philo, die vor kurzem nach zehn Jahren durch Hedi Slimane als Kreativdirektorin abgelöst wurde.²⁶ Oder auch die für Purismus stehende Mode von Jil Sander, deren Gründerin, die deutsche Heidemarie Jiline Sander, das Unternehmen jedoch 2013 verlassen hat.²⁷ Die Formsprache soll sich durch Bequemlichkeit auszeichnen und durch Zurückhaltung glänzen. Die hochwertigen Materialien sind vorzugsweise aus Kaschmir, Leinen, Seide oder feiner Baumwolle, während die Farbpalette von Weiß über Beige zu Dunkelblau bis Schwarz reicht. Damit kann „Menocore“ mit den klassischen Schnitten und langlebigen Materialien als bewusst gesetzter Kontrast zur „Fast Fashion“ verstanden werden. Aktuelles Stilvorbild für die modisch interessierte Frau ist die Schauspielerin Diane Keaton, die in Filmen wie „Was das Herz begehrt“

(2003), aber auch im Privaten den Trend bedient. In einem System, das junge, makellose Frauen zum absoluten Schönheitsideal erhoben hat,²⁸ scheint das fast schon revolutionär. Die Mode scheint die Dialektik zum Prinzip zu erheben.

5 Simmels Modetheorie heute

Die Dualismen der Nachahmung und der Abgrenzung bringen die Mode und ihren Wechsel hervor. Simmel beschreibt das Grundprinzip der Mode jedoch als Klassenmode. Er geht davon aus, dass „die Moden der höheren Schicht sich von der der tieferen unterscheiden und in dem Augenblick verlassen werden, in dem diese letztere sie sich anzueignen beginnt.“²⁹ Was hier als Heruntertröpfeln der Mode von oben nach unten verstanden wird, bezeichnet man heute als Trickle-Down.³⁰ Vor dem Hintergrund des Zeitkontexts ist Simmels Analyse nicht falsch, hat in dieser Form jedoch heute keine Gültigkeit mehr; dies legen schon die vorangegangenen Beispiele offen. Seit den 1970er-Jahren hat Simmels Diffusionsmodell vermehrt Kritik erfahren und alternative Möglichkeiten der Ausbreitung von Mode wurden aufgezeigt, die verdeutlichen, dass die Gesellschaft

²⁶ Vgl. Lauren Sherman, What Hedi Slimane Means for Céline. <https://www.businessoffashion.com/articles/professional/making-sense-of-hedi-slimane-at-celine> [Abruf: 11. Februar 2018].

²⁷ Das Credo der „klugen Mode“ konnte man zuletzt in der ersten Einzelausstellung „Jil Sander. Präsenzen“ sehen. Die von der Designerin mitkuratierte Ausstellung widmete sich unter anderem den Bereichen Laufsteg, Backstage, Atelier, Modekollektionen, Accessoires, Kosmetik, Modefotografie und Kampagnen. Die Ausstellung lief von 4. November 2017 bis 6. Mai 2018 im „Museum Angewandte Kunst“ in Frankfurt a. Main.

²⁸ Vgl. Ashley Mears, Pricing Beauty. The Making of a Fashion Model, Berkeley–Los Angeles–London 2011.

²⁹ Georg Simmel, Die Mode (s. Anm. 2), 181.

³⁰ Wie Peter McNeil erläutert, ist Trickle-Down heute untrennbar mit Simmels Modetheorie verbunden. Der Begriff geht jedoch auf G. B. Sproles zurück, der diesen in einem Essay über Marketing erwähnte. Vgl. Peter McNeil, Georg Simmel, ‚The Philosophical Monet‘, in: Agnès Rocamora / Anneke Smelik (Hg.): Thinking through Fashion. A Guide to Key Theorists, London–New York 2016, 63–80, hier: 75.

heute differenzierter ist. Wie am Beispiel des Punks zu sehen war, kann sich Mode von unten nach oben ausbreiten und ist damit als Trickle-Up zu verstehen. Während Trickle-Up-And-Down das gleichzeitige Ausbreiten von der Mitte nach oben und unten meint. So fand „Menocore“ seine Ausbreitung zunächst in der Mitte der Gesellschaft, bevor der Trend in der breiteren Masse als auch von hochpreisigen Modelabels adaptiert wurde. Dabei verweist Simmel innerhalb seiner Theorie auf die Demimonde, die sogenannte Halbwelt, zu der Schauspieler und Kurtisanen zählten, als Trendsetter und zeigt damit selbst auf, dass die Verbreitung von Mode nicht nur von oben nach unten erfolgt.³¹

Basis der genannten Modelle ist jedoch das eingangs erläuterte Prinzip der Mode, das auf Differenzierung und Nachahmung beruht. Simmels Modetheorie ist somit nach wie vor Ausgangspunkt für Forschungen, die als Ergänzungen, Weiterentwicklungen oder auch als kritische Anmerkungen verstanden werden können. Elena Esposito beispielsweise hat Grundzüge der Modetheorie Simmels aufgegriffen und weiterentwickelt.³² An anderer Stelle wird, neben der Formulierung einer Klassenmode, die fehlende Empirie seiner Arbeit bemängelt.³³ Jedoch, und hier

schließe ich mich dem Urteil David Frisbys an, gelang es Simmel, „die Erfahrungsweisen der ‚neuen‘ und ‚modernen‘ Lebenswelt zu artikulieren und zu analysieren“³⁴. Sein Verdienst liegt darin, dass er Mode zum Gegenstand wissenschaftlicher Ausführungen gemacht und damit den Diskurs über sie nicht nur angestoßen, sondern auch nachhaltig geprägt hat. Simmels Modetheorie zählt damit heute noch zur Grundlagenliteratur der Modeforschung und dient nach wie vor als Ausgangspunkt für Untersuchungen, die sich dem Vestimentären widmen.

Die Autorin: Marie Helbing, M.A., arbeitet als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Seminar für Kulturanthropologie des Textilen der TU Dortmund. Dort studierte sie auch vergleichende Textilwissenschaft (kulturgeschichtlich) und Soziologie. Ihre Masterarbeit schrieb sie über die Geschichte der Modenschau und untersuchte darin deren Ursprünge sowie die sich verändernden Strategien des Zeigens. Aktuell forscht sie im Rahmen ihres Dissertationsprojektes über die Sichtbarkeitsstrategien der Berliner Konfektion zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Der Fokus liegt auf Modenschauen, Modewochen und Modeausstellungen.

³¹ Vgl. Georg Simmel, Die Mode (s. Anm. 2), 196.

³² Zur weiteren Lektüre empfiehlt sich Elena Esposito, Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden: Paradoxien der Mode, Baden-Baden 2004.

³³ Susan B. Kaiser / Karyl Ketchum / Anna Kuhn, Mode: Poetische Dialektik?, in: Gabriele Mentges (Hg.), Kulturanthropologie des Textilen (s. Anm. 3), 265–286, hier: 271.

³⁴ David Frisby, Fragmente der Moderne. Georg Simmel – Siegfried Kracauer – Walter Benjamin, Rheda-Wiedenbrück 1986, 46.