



universität  
wien

## DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

**Mode als Kunst**

Möglichkeiten und Perspektiven einer interdisziplinären Betrachtung

Verfasserin

**Sabina Muriale**

angestrebter akademischer Grad

**Magister der Philosophie (Mag. phil.)**

Wien, 2009

Studienkennzahl lt. Studienblatt:  
Studienrichtung lt. Studienblatt:  
Betreuerin:

A308  
Volkskunde  
ao. Univ.-Prof. Dr. Klara Löffler



## DANKSAGUNGEN

Meiner Professorin Klara Löffler für ihre intensive Betreuung und Begleitung.

Meiner Mentorin Elke Gaugele für ihre Unterstützung und Motivation.

Meinen Korrekturleserinnen Elisabeth Boyer, Pamela Krumhuber und Patricia Muriale.

Allen anderen helfenden Händen, die mich während meines Studiums gestärkt und getragen haben.



# Inhaltsverzeichnis

Einblick.....	1
1. Mode	
1.1. Das Arbeitsfeld „Mode“.....	5
1.2. Die Unterscheidung von Mode und Kleidung.....	6
1.3. Wie entsteht Mode?.....	7
1.4. Was bewirkt Mode? Der Einfluss auf (Geschlechter-)Identitäten.....	12
2. Geschichte einer Annäherung	
2.1. Mode und Kunst – Ein historischer Abriss.....	14
2.2. ModedesignerInnen und Mode im Kunst-Museum.....	17
2.3. Die Haute-Couture.....	19
3. Mode und Kunst – Verschwimmende Grenzen.....	25
4. Die Mode nach der Mode	
4.1. Der Zauber der Mode – Grenzen der Wahrnehmung.....	29
4.2. Postmoderne und Mode.....	31
4.3. Die Dekonstruktion als Methode der Mode nach der Mode.....	34
5. Mode als Kunst.....	38
5.1. Beispiele künstlerischer Arbeiten einer Mode nach der Mode	
5.1.1. Maison Martin Margiela.....	40
5.1.2. Weitere Beispiele künstlerischer Arbeiten.....	52
Ausblick.....	69
Quellenverzeichnis	
Literaturverzeichnis.....	76
Internetquellen.....	78
Abbildungsverzeichnis.....	80
Lebenslauf.....	83
Abstract.....	85



## Einblick

Das Thema der vorliegenden Arbeit *Mode als Kunst* ergab sich aus meiner Teilnahme an Lehrveranstaltungen als außerordentliche Studierende am Institut für das Künstlerische Lehramt an der Akademie der Bildenden Künste in Wien 2008.

Für zwei Semester belegte ich die Lehrveranstaltungen *Spezielle Werkanalyse* und *Textile Formgebung – Künstlerischer Einzelunterricht* von Edwina Hörl; einer österreichischen Modedesignerin, die ihr gleichnamiges Label<sup>1</sup> in Tokio betreibt. In dieser Zeit beschäftigte ich mich sowohl theoretisch als auch praktisch mit dem Phänomen Mode. Edwina Hörls Lehrveranstaltungen waren nicht nur reich an Inspirationen (Avantgarde-Kurzfilme, Ausflug zum Flohmarkt), sondern ebenso reich an verschiedenen Materialien (spezielle Näh-Utensilien, verschiedene Arten von Kimonos) und theoretischen Beispielen (Lehrbücher über Schnittkonstruktion, Streetstyle- und Kunstmagazine) aus Japan. Des Weiteren gab sie ihren StudentInnen durch Erzählungen, Fotos und selbstgedrehte Filme über ihr berufliches Umfeld einen Einblick in das Arbeitsfeld einer Modedesignerin.

In ihrem Unterricht befasste ich mich vor allem mit verschiedenen Formen der Gestaltung von Kleidung und Schnitttechnik: u. a. der Methode der Kopie (ermitteln eines Schnittes durch kopieren) und dem Entwerfen an der Schneiderpuppe (über den freien Entwurf der Drapier-Technik). Daraus entstanden neben einer Vielzahl an Entwurfsarbeiten auch eigene Kleidungsstücke (s. Abb. 1).

Über Edwina Hörls theoretische Beispiele, ihre Arbeitsphilosophie im Sinne einer *Mode nach der Mode* (s. Kapitel 4) – sie arbeitete zwei Jahre für den japanischen Avantgarde-Designer Yohji Yamamoto – und ihrer praktischen Nähe zu einer *Deconstruction Fashion* (s. Kapitel 4.3.), kam ich das erste Mal mit diesem Themenschwerpunkt in Berührung. Daraus ergab sich mein ursprünglich geplantes Diplomarbeitsprojekt, das sich zwar auch mit Mode als Kunst, jedoch mit dem Fokus auf Dekonstruktion in der Mode als angewandte Philosophie und ihrer Nähe zur Architektur auseinandersetzen sollte.

Allerdings erkannte ich im Laufe der Recherche, dass es zwar, neben journalistischen Beiträgen, eine Vielzahl an Texten über aktuelle Mode aus den Bereichen Literaturwissenschaft oder Kunsttheorie gibt, jedoch kaum Material aus dem Bereich der Europäischen Ethnologie. Aufgrund des Mangels an Auseinandersetzungen mit dem Thema der aktuellen Mode in unserem Fach, und den vielen interessanten künstlerischen Beiträgen von ModedesignerInnen, entschloss ich mich mein Thema in eine Einführung für eine Auseinandersetzung mit Mode als Kunst umzuwandeln.

---

<sup>1</sup> Website von Edwina Hörl: <http://edwinahoerl.com/>, Stand: 23.10.2009.



**Abb. 1: Ein Beispiel meiner Arbeiten für Edwina Hörl 2008 (Links oben: Entwurf und Original).**

Ziel dieser Arbeit ist es, einen Einblick in die Möglichkeiten und Perspektiven einer konzeptuell-künstlerisch arbeitenden Mode zu geben, aus der sich neue Forschungsfelder für eine Europäische Ethnologie ergeben können. Dabei möchte ich jedoch betonen, dass damit keine ästhetische Wertung beabsichtigt ist.

Einleitend, im 1. Kapitel dieser Arbeit, wird der Begriff Mode als ein komplexes Alltagsphänomen definiert, das nicht nur viele Facetten kultureller Praktiken aufweist,<sup>2</sup> sondern auch ein allgegenwärtiges soziokulturelles Phänomen ist, dem man sich nicht entziehen kann.<sup>3</sup> Allerdings ist eine klare Unterscheidung zwischen den beiden Phänomenen Mode und Kleidung nicht möglich.<sup>4</sup> Dennoch ist es die Mode, die der Kleidung eine weitere

---

<sup>2</sup> Mentges Gabriele: Für eine Kulturanthropologie des Textilen. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Berlin 2005, S.19.

<sup>3</sup> Vgl. Lehnert, Gertrud: In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Dortmund 2005, S. 252. Vgl. Bok Kim, Sung: Is Fashion Art?. In: Fashion Theory, Volume 2, Issue 1, 1998, S. 58.

<sup>4</sup> Vgl. Maase, Kaspar: Die Erforschung des Schönen im Alltag. Sechs Thesen. In: Maase, Kaspar (Hg.): Die Schönheiten des Populären. Ästhetische Erfahrung der Gegenwart. Frankfurt 2008, S. 42-57.

ästhetische Dimension verleiht.<sup>5</sup> Diese zusätzliche Dimension ist für den späteren Mode- und Kunstdiskurs ausschlaggebend.

Da sich ModedesignerInnen als KünstlerInnen und Mode als Kunst neben ihrem eigenen System auch mit einem kulturellen und sozialen Alltagsleben auseinandersetzen, wird im letzten Teil des 1. Kapitels das Entstehen von Mode aus einer Wechselwirkung zwischen verschiedenen Parteien wie z. B. ModeschöpferInnen, Modeindustrie und ModekonsumentInnen näher erläutert, als auch ihr Einfluss auf (Geschlechter-)Identitäten untersucht. Vor allem der Umstand vorgefertigter Geschmacks- und Identitätsbilder der Modeindustrie, der vorrangig Authentizität und konstruierte Realität vermittelt, hat eine immense Bedeutung für die Formung unseres Selbstbildes. Denn die Mode verfügt über ein „Identifikationspotenzial“, das sich direkt auf dieses Selbstbild anwenden lässt und es somit beeinflusst.<sup>6</sup>

Das zweite Kapitel beleuchtet die Geschichte der Beziehung zwischen Mode und Kunst aus verschiedenen Perspektiven: die Mode oder Kleidung abbildende Kunst; die sich auf Mode beziehende Kunst und die Mode, die sich von Kunst hat inspirieren lassen. Auf Basis dieser verschiedenen Möglichkeiten einer Annäherung von beiden Phänomenen verdeutliche ich mein Forschungsinteresse an ModedesignerInnen, die sich konzeptuell-künstlerisch mit dem Phänomen Mode auseinandersetzen und neue Herangehensweisen im Ausdruck sowie in der Präsentation ihrer Arbeiten suchen. Ein weiterer wichtiger Durchbruch im Mode/Kunst-Diskurs ist das Auftauchen von Mode und ModeschöpferInnen in Kunstmuseen seit Anfang der 1980er Jahre, wodurch sich die Auseinandersetzung über Mode als Kunst der Öffentlichkeit erschloss. Eine Debatte, die schon in der Gründung der *Haute Couture* im 19. Jahrhundert durch Charles Frederic Worth und in seinem Verständnis vom Modeschöpfer als Künstler angelegt ist, auf die ich am Ende des zweiten Kapitels näher eingehe.

Kapitel 3 und 4 bilden das Kernstück dieser Arbeit: In Kapitel 3 zeige ich anhand eines neuen Kunstverständnisses auf, dass sich die Grenzen zwischen beiden Phänomenen immer mehr auflösen. Dabei gehe ich von einem Vergleich der Mode mit der Bildenden Kunst aus und beschreibe ihre Gemeinsamkeiten sowie die Schwierigkeiten in Bezug auf einen elitären Kunstbegriff, der die Eigenschaften der Mode wie „flüchtig“ oder „kommerziell“ als Argumente gegen eine Interpretation der Mode als Kunst benutzt.

Im vierten Kapitel wird die *Mode nach der Mode* als eine künstlerisch-philosophische Bewegung beschrieben, die weniger ein Ideal von Schönheit oder Körperbildern zu konstruieren versucht, als vielmehr Differenzen aufzeigt, die zwischen einem idealen Bild

---

<sup>5</sup> Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 26.

<sup>6</sup> Graw, Isabelle: Der letzte Schrei. Über modeförmige Kunst und kunstförmige Mode. Quelle: <http://www.textezurkunst.de/56/der-letzte-schrei/>, 29.10.2008.

und der Realität stehen.<sup>7</sup> *Die Mode nach der Mode* gilt durch ihren selbstreflektierenden und kritischen Umgang mit dem eigenen System und ihrem Rückbezug auf die eigene Geschichte als ein Zeichen für den Wechsel von der Moderne zur Postmoderne. ModedesignerInnen, die sich der Philosophie einer *Mode nach der Mode* verschrieben haben, bedienen sich nicht nur postmoderner Praktiken wie Konzept- oder Performance-Kunst, sondern benutzen die Dekonstruktion als eine angewandte Philosophie und als ein Verfahren analytischer Kreation.<sup>8</sup>

Das letzte Kapitel bestätigt nochmals die Mode als eine Art von Kunst und zeigt Beispiele konzeptuell-künstlerische Arbeiten von ModedesignerInnen auf, aus denen sich Möglichkeiten und Perspektiven für neue Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie eröffnen können. Einen besonderen Schwerpunkt lege ich dabei auf das Modehaus *Maison Martin Margiela*.

---

<sup>7</sup> Vinken, Barbara: *Mode nach der Mode. Geist und Kleid am Ende des 20. Jahrhunderts*. Frankfurt, 1993. S. 38.

<sup>8</sup> Koda, Harold; Martin, Richard: *Infra-Apparel*. Katalog der gleichnamigen Ausstellung im Metropolitan Museum of Art. New York 1993, S. 94.

# 1. Mode

## 1.1. Das Arbeitsfeld „Mode“

*René König: „[D]ie Mode [ist] ein universelles Gestaltungsprinzip, das nicht nur den Körper des Menschen im Ganzen, sondern auch seine sämtlichen Äußerungsweisen zu ergreifen und umzugestalten vermag.“<sup>9</sup>*

Der folgende Eintrag im Wörterbuch der Soziologie zum Begriff Mode bezieht sich nicht nur auf die Kleidermode allein, sondern beschreibt damit ganz allgemein einen „Zeitgeschmack, insbes. de[n] von soziokult. Verhältnissen u. Wandlungen, ästhet. u. moral. Wertorientierungen beeinflusste[n] Komplex von Geschmacksvorstellungen u. – Normen hinsichtlich des individ. u. soz. Verhaltens, der Wohnweise, Konsum- u. Freizeitgestaltung, vor allem des Sichkleidens, auch des polit. Urteilens.“<sup>10</sup>

In dieser Arbeit wird es zwar um den enger gefassten Begriff der Kleidermode gehen, dennoch soll das Zitat aufzeigen, wie beziehungsreich das Phänomen Mode ist und welche Perspektiven sich in einer Analyse eröffnen können. Die Kleidermode – im Laufe dieser Arbeit kurz als Mode bezeichnet – soll weniger als „systemisches Konstrukt“ verstanden werden, sondern eher als ein „Handlungsfeld [...], in dem vielfältige, sich auch widersprechende kulturelle Praktiken verschränken und bündeln.“<sup>11</sup>

Mode ist ein wichtiges und allgegenwärtiges soziokulturelles Phänomen mit ästhetischem Anspruch, dem wir uns nicht entziehen können, und sie ist gar nicht so banal, wie es auf den ersten Blick scheint.<sup>12</sup> Es ist nur zu leicht, Mode auf Eigenschaften wie Oberflächlichkeit und Flüchtigkeit zu reduzieren, anstatt nach den Auswirkungen und nach den dafür nötigen Umständen zu fragen.<sup>13</sup> Mode beschränkt sich nicht allein „auf den Bereich der äußeren Lebensführung“<sup>14</sup>, sondern kann im Diskurs und durch ihre eigene Auseinandersetzung mit künstlerischen Herangehensweisen, die auch das Hauptthema dieser Arbeit sind, Aufschluss über unser kulturelles und soziales Alltagsleben geben.

---

<sup>9</sup> König, René: Menschheit auf dem Laufsteg. Die Mode im Zivilisationsprozess. Neu hrsg. von Hans Peter Thurn. Opladen 1999, S. 37.

<sup>10</sup> Karl-Heinz Hillmann: Wörterbuch der Soziologie. Stuttgart 1994, S. 566f.

<sup>11</sup> Mentges Gabriele: Für eine Kulturanthropologie des Textilen. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Berlin 2005, S.19.

<sup>12</sup> Vgl. Lehnert, Gertrud: In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Dortmund 2005, S. 252.

Vgl. Bok Kim, Sung: Is Fashion Art?. In: Fashion Theory, Volume 2, Issue 1, 1998, S. 58.

<sup>13</sup> Vgl. Hollander, Ann: Seeing through clothes. Berkelex, Los Angeles 1993, S. XV.

<sup>14</sup> Bausinger, Hermann: Zu den Funktionen der Mode. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 68/69 (1972/73), S. 27.

Wenn es um theoretische Auseinandersetzungen geht, wie zum Beispiel um das im 3. Kapitel angesprochene Verhältnis von Mode und Kunst, wird gerade ihre Alltäglichkeit der Mode und ebenso die der Kleidung nur all zu oft zum Verhängnis. Dass dem so nicht sein muss und dass gerade das allgegenwärtig Alltägliche uns wichtig sein sollte, erklärt sich unter anderem durch die Vielseitigkeit des Phänomens Mode als „universelle[m] Gestaltungsprinzip“<sup>15</sup>, in seiner ständigen Neugierde auf das Werk anderer Disziplinen, in seinem Bewußtsein der eigenen Traditionen und Errungenschaften sowie in seiner Flexibilität, sich Neuem sogleich anpassen zu können. Damit ergibt sich für ModeschöpferInnen die Möglichkeit, den Zeitgeist mittels Kleidung zum Ausdruck zu bringen und Referenzen aus anderen Epochen oder Kulturen etc. sichtbar werden zu lassen. Allerdings passiert dieser künstlerische Ausdruck nicht nur bewusst. Der Einfluss persönlicher Erfahrungen und die vom Umfeld geprägte persönliche Geschichte fließen ebenso, wenn auch unterbewusst, in die Gestaltung mit ein und sollten in ihrer Wirkung nicht unterschätzt werden. Mode ist daher nicht nur ein Oberflächengebilde, vielmehr ein komplexes Phänomen mit vielen Facetten.

## **1.2. Die Unterscheidung von Mode und Kleidung**

Die Unterscheidung von Mode und Kleidung ist ein weiterer wichtiger Aspekt für die folgende Auseinandersetzung mit Mode und Kunst. Der Begriff Mode beinhaltet im Allgemeinen jegliche Arten von Bekleidungen, aber auch Accessoires von Schmuck bis hin zum Schuhwerk, gleich, welche modische oder ästhetische Relevanz sie besitzen.<sup>16</sup> Selbst die Bekleidungsindustrie spricht kaum mehr von Kleidung allein, sondern betitelt, um ihre Produkte aufzuwerten, jegliche Bekleidungsarten mit dem Zusatz „Mode“: Sommer- oder Wintermode oder auch Damen- oder Herrenmode. Dennoch ist Kleidung nicht gleich Mode. Mode und Kleidung verfügen zwar über wesentliche Gemeinsamkeiten, wie zum Beispiel die Art der Herstellung und den menschlichen Körper als Träger, unterscheiden sich jedoch in ihren Eigenschaften und in ihrer Wirkung.

Mit Mode verbindet man vorrangig einen ästhetischen Ausdruck und weniger die Eigenschaften, den Körper zu schützen und zu bekleiden. Daher fallen Unterscheidungen von Mode und Kleidung meist ziemlich harsch aus bzw. geht die Beschreibung von Mode

---

<sup>15</sup> König, René: Menschheit auf dem Laufsteg. Die Mode im Zivilisationsprozess. Neu hrsg. von Hans Peter Thurn. Opladen 1999, S. 37.

<sup>16</sup> Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 159.

mehr in ihrer Ästhetik oder in ihrer Interpretation als Luxusartikel auf, während Kleidung als Bedarfsartikel fast ausschließlich auf ihre Schutzfunktion gegen Wärme, Kälte oder Nacktheit reduziert wird.<sup>17</sup>

Jedoch können Mode und Kleidung nicht so deutlich voneinander getrennt werden. Beides sind populäre Alltagsphänomene, und auch die Kleidung kann neben ihrer Schutzfunktion einen ästhetischen Ausdruck beinhalten.<sup>18</sup> Dennoch ist es die Mode, die der Kleidung eine weitere Dimension verleiht, in dem sie der Kleidung Bedeutung hinzufügt und der Gesellschaft direkte visuelle (ästhetische) Impulse vermittelt. Sie ist demnach „die Verkleidung der Kleidung, sie ist die Schnittstelle von der Kreation zur sozialen Kommunikation, von der Form zum Medium.“<sup>19</sup>

Diese Definition von Kleidermode als eine weitere ästhetische Bedeutungsebene sowie als Schnittstelle zwischen textilen Formen und gesellschaftlichen Auseinandersetzungen, stellt die Basis für den nachstehenden Vergleich von Mode und Kunst dar.

### 1.3. Wie entsteht Mode?

*Ingrid Loschek: „Mode ist ein persönliches ästhetisches Empfinden im Kollektiv.“<sup>20</sup>*

Das Wesen der Kleidermode, als ein flüchtiges und ephemeres Phänomen, wird meist durch ihren stetigen Wandel beschrieben, der sich saisonal nach jeder Frühling/Sommer- und Herbst/Winter-Kollektion vollzieht. In diesem Rhythmus präsentieren die ModeschöpferInnen ihre neuesten Kreationen und preisen ihren KundInnen die aktuellste Mode an.

Ein neuer Streich der Modeindustrie ist, diesen halbjährigen Turnus durch *Pre-collections* zu ergänzen. Einerseits, um den Ansprüchen einer ständig nach Neuerungen verlangenden Konsumwelt gerecht zu werden, und andererseits, um den schon vorhandenen Markt an KäuferInnen zu vergrößern. Ein auffälliges Zeichen dafür, dass Mode vor allen Dingen auch ein Kosumartikel ist. Bei diesen *Pre-collections* handelt es sich um quantitativ kleinere Kollektionen, die wenige Wochen vor den *Prêt-à-porter*-Modeschauen stattfinden. Allerdings

---

<sup>17</sup> Vgl. Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 187.

Vgl. Black, Sandy: Eco-Chic: The Fashion Paradox. London 2008, S. 11.

Vgl. McLeod, Mary: Undressing Architecture. Fashion, Gender and Modernity. In: Fausch, Deborah: Architecture in Fashion. Princeton Architectural Press. Princeton 1994, S. 40-41.

<sup>18</sup> Vgl. Maase, Kaspar: Die Erforschung des Schönen im Alltag. Sechs Thesen. In: Maase, Kaspar (Hg.): Die Schönheiten des Populären. Ästhetische Erfahrung der Gegenwart. Frankfurt 2008, S. 42-57.

<sup>19</sup> Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 26.

<sup>20</sup> Ebd., S. 186.

werden solche Kollektionen nur von wenigen großen Designer-Firmen entworfen und hergestellt, da jede weitere Schau für ein Modehaus nicht nur zeitaufwendig, sondern auch kostenintensiv ist.

Zu beachten wäre, dass dieses auf Profit gerichtete Streben nicht sogleich auch das Entstehen einer neuen Mode bedeutet. Es sind vor allem die angesprochenen KonsumentInnen und die ModeliebhaberInnen, die Kleidung als Mode definieren, indem sie ausgewählte Kleidung in die Gemeinschaft einführen, darüber kommunizieren und durch Nachahmung verbreiten. Somit machen nicht allein die ständige Kreation neuer Kleidung und Stile oder die damit einhergehende „Verbindlichkeit des Vorübergehenden“<sup>21</sup> – wie es Elena Esposito in ihrem gleichnamigen Werk erklärt – primär das Wesen der Mode aus, sondern die Gültigkeit eines kollektiven Geschmacksurteils.<sup>22</sup>

Diese gemeinschaftliche Festschreibung und die damit einhergehende Norm ästhetischen Empfindens liegen schon in der lateinischen Herkunft des Wortes Mode:

„Mode f. ‚Brauch, Gepflogenheit, zeitbedingter Geschmack in Kleidung, Frisur, Umgangsformen, Literatur, Kunst u. dgl.‘, Entlehnung im 17. Jh. Unter *mode* f. ‚Art und Weise, Brauch, Sitte, zeitgemäße Kleidertracht‘, das mit Genusswechsel auf lat. *Modus* m. ‚Maß, Ziel, Vorschrift, Art und Weise‘ (s. *Modus*) zurückgeht.“<sup>23</sup>

Jedoch darf nicht der Wille zu und die Freude an modischer Kleidung des Einzelnen vergessen werden: der Wille, sich für eine bestimmte Art von Mode zu entscheiden, sie letztendlich zu tragen, sich darin wohlfühlen, sich zu zeigen und zu präsentieren.<sup>24</sup> Wir unterstreichen damit unsere Persönlichkeit und markieren somit auch unsere Identität.<sup>25</sup> Nur ist auch dieser individuelle Ausdruck dem reflexiven Spiel der Mode unterlegen, da auch die gewünschte Individualität wiederum von einer allgemeinen modischen Tendenz beeinflusst ist: „Das Individuum macht also, was die anderen machen, um anders zu sein.“<sup>26</sup>

---

<sup>21</sup> Esposito, Elena: Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden. Paradoxien in der Mode. Frankfurt a.M. 2004.

<sup>22</sup> Vgl. Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 30, 160-161.

Vgl. McLeod, Mary: Undressing Architecture. Fashion, Gender and Modernity. In: Fausch, Deborah: Architecture in Fashion. Princeton Architectural Press. Princeton 1994, S. 40.

Vgl. Weber-Kellermann, Ingeborg: Mode und Tradition. In: Andreas C. Bimmer (Hg.): Brauch, Familie, Arbeitsleben. Schriften von Ingeborg Weber-Kellermann. Marburg 1978, S. 111.

<sup>23</sup> Pfeifer, Wolfgang (Hg.): Etymologisches Wörterbuch des Deutschen. 8. Auflage. München 2005, S. 881-882.

<sup>24</sup> Mentges Gabriele: Für eine Kulturanthropologie des Textilen. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Berlin 2005, S. 25.

<sup>25</sup> Craik, Jennifer: Mode als Körpertechnik – Körperarbeit, Modearbeit. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Berlin 2005, S. 292.

<sup>26</sup> Esposito, Elena: Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden. Paradoxien in der Mode. Frankfurt a.M. 2004, S. 13.

Die Betonung der eigenen Identität durch die Ausdruckskraft der Kleidermode ist eine nicht zu unterschätzende Eigenschaft der Mode, die im Vergleich mit der Kunst – welcher wesentlicher Bestandteil dieser Arbeit sein wird – durch Wirkung und Wiedererkennungswert erst ihre Stärke zeigt. Denn die Mode verfügt „über ein Identifikationspotenzial, von dem die Kunst nur träumen kann, da sie sich unmittelbar für das eigene Selbstbild nutzen lässt.“<sup>27</sup>

Die Mode ist eine alltägliche Erfahrung, der man sich nicht entziehen kann, ob man nun gegen Mode ist oder dafür:

„Selbst wer die Mode meidet, bezieht sich noch auf sie und erkennt implizit ihre Macht an. Bewusst «aus der Mode» sein bedeutet, dass man dem Vorbild der Mode – wenngleich mit umgekehrten Vorzeichen – folgt.“<sup>28</sup>

Der Versuch, sich von einer bestimmten Mode oder von Mode im Allgemeinen abgrenzen zu wollen, ist somit unmöglich.

Zum einen entsteht Mode durch die Nachahmung von Vielen und zum anderen durch die modisch-ästhetischen Angebote der ModeschöpferInnen. Diese vermitteln durch die Präsentation ihrer Kreationen Impulse, die im besten Fall von einer Gruppe oder Gesellschaft als ästhetisch interessant empfunden und schlussendlich verbreitet werden. Erst die treibende Kraft einer über Mode kommunizierenden Gesellschaft und die ebenso wichtigen Meinungen von ModekritikerInnen machen Mode zu einem flexiblen, vielseitigen und unbeständigen Phänomen:

„Fashion and clothing themselves are not simple presences. They are meaningless on their own, and only in relation to all [...] other discourses, or elements, are they meaningful...“<sup>29</sup>

Die uns ständig umgebenden Medien beziehungsweise vor allem die Werbemechanismen der Modeindustrie haben sicherlich einen starken Einfluss auf modische Meinungen oder Entscheidungen. Jedoch muss nicht immer davon ausgegangen werden, dass ein vielgepriesenes und aufwendig beworbenes Produkt einer Modefirma gleichzeitig reißenden Absatz findet oder den entscheidenden Auftritt auf dem Laufsteg der heutigen Zeit schafft: auf der Straße – dem Laufsteg unserer Zeit –, auf der das modische Verständnis von Allgemeinheit, Gruppen und Individuen präsentiert wird.

---

<sup>27</sup> Graw, Isabelle: Der letzte Schrei. Über modeförmige Kunst und kunstförmige Mode. Quelle: <http://www.textezurkunst.de/56/der-letzte-schrei/>, 29.10.2008.

<sup>28</sup> Esposito, Elena: Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden. Paradoxien in der Mode. Frankfurt a.M. 2004 S. 14.

<sup>29</sup> Barnard, Malcolm: Fashion as Communication. 2. Auflage. London, New York 2001, S. 170.

Letztendlich können mehrere Faktoren zu einer Bewertung von Kleidung als Mode führen: vor allem der Modejournalismus mit samt seinen gefürchteten KritikerInnen, die stets bei Modeschauen in der ersten Reihe sitzen; aber auch das Wechselspiel zwischen dem Modedesigner als Impulsgeber und den Modeinteressierten als KonsumentInnen; sowie der Akt der Nachahmung, im Sinne modischer Kopien durch eine breitere Masse, der vom Modeschöpfer dargebotenen Kreationen.



**Abb. 2: Die Protagonisten der TV-Serie Mad Men.**

Doch die ModedesignerInnen sind keinesfalls alleinige UrheberInnen inspirativer Anregungen für modische Kleidung. Auch sie schöpfen ihre Inspirationen aus verschiedenen Quellen, u. a. aus der bildenden Kunst, direkt von der Straße (ästhetische Anregungen durch den Kleidungsstil von Jugendsubkulturen wie Hip-Hop, Punk, Emos etc.) oder, wie das neueste Beispiel zeigt, es dienen auch Fernsehserien wie die aktuelle amerikanische Serie *Mad Men*, die das Modezeitalter der frühen 1960er Jahre in New York aufgreift, als modische

Inspiration.<sup>30</sup> Nicht nur für *Prêt-à-porter*-Designer wie Michael Kors oder Thom Browne, sondern auch für Vintage-begeisterte Fans (vgl. Abb.2).

Des Weiteren sollte man die Wirkung von allgemein bekannter Mode oder den Zauber etablierter ModeschöpferInnen nicht unterschätzen. Auch Mode allein kann demnach Nachahmung erzeugen, bevor diese von einer Vielzahl an Individuen dazu erklärt worden ist. Wann Mode entsteht, kann also nicht einseitig beantwortet werden.<sup>31</sup> So kann zum Beispiel ein gerade erst präsentiertes Outfit von Karl Lagerfeld für *Chanel* den begeisterten Fan oder auch den „nur“ an Mode interessierten Einzelnen dazu anregen, diesen Vorschlag anzunehmen und in seinen Kleidungsstil zu integrieren, allein deshalb, weil Karl Lagerfeld für *Chanel* als Person sowie als Marke für Mode an sich steht. Mode kann eine magische Wirkung verbreiten, die sich im Kult von Marken und Persönlichkeiten der Modeszene (wie z. B. Models aber auch Celebrities aus dem Musik- und Filmbusiness) zeigt und in der Kleidung der Gesellschaft sowie des Einzelnen ihren Ausdruck findet.

Mode betrifft demnach nicht nur eine exklusive kleine Gruppe, wie etwa Georg Simmel 1919 in seinen Überlegungen über das Phänomen behauptete und wie man es heutzutage vielfach noch annimmt; und sie ist noch lange nicht „aus der Mode“, sobald sie von einem Großteil der Menschen getragen wird, sondern sie wird gerade durch diesen Umstand erst als Mode definiert.<sup>32</sup>

Die Literaturwissenschaftlerin Gertrud Lehnert fasst die zuvor genannten Überlegungen exemplarisch zu einer Definition von Mode zusammen und zeigt damit die komplexe Struktur dieses Phänomens in seiner Materialität, als auch in seinen Handlungsweisen sowie den damit resultierenden Wirkungen auf:

„Mode ist [...] ein performatives Phänomen par excellence; sie realisiert sich als ein produktives und rezeptives Handeln, das auch als ästhetische Arbeit verstanden werden kann. Das bezieht sich nicht nur auf diejenigen, die die Kleider entwerfen und herstellen, oder auch diejenigen, die sie auf dem Laufsteg vorführen, sondern in gleichem Maße auch auf die RezipientInnen, die sie tragen. [...] In dieser Perspektive ist Mode ein Phänomen, das sich nicht nur in vestimentären Objekten realisiert, sondern auch als ein Handeln: Mode realisiert sich in der Produktion, Präsentation,

---

<sup>30</sup> Vgl. Mill, Rumor: Mad Men Fashions to be Designer Collection. Quelle: <http://www.stylehog.com/blog/rumor-mill-mad-men-fashions-to-be-designer-collection/>, Stand: 14.10.2009.

Vgl. Amodio, Joseph V.: Men's fashion going Mad' on New York runways. Quelle: [http://seattletimes.nwsourc.com/html/living/2009895582\\_webfashionmen19.html](http://seattletimes.nwsourc.com/html/living/2009895582_webfashionmen19.html), Stand: 14.10.2009.

<sup>31</sup> Vgl. Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 30, 160-161.

<sup>32</sup> Simmel, Georg: Die Mode. Teil 1. Quelle: <http://socio.ch/sim/kul3a.htm>, Stand: 25.4.09.

Inszenierung und Aufführung (durch Produzenten, die gesamte Modeindustrie, die Konsumenten etc.) – also in «cultural performances».<sup>33</sup>

#### 1.4. Was bewirkt Mode? Der Einfluss auf (Geschlechter)Identitäten

*Ann Hollander: „Clothes make, not the man but the image of man.“<sup>34</sup>*

Mode ist eine „sozial verhandelte Form von Kleidung“<sup>35</sup>, deren Träger Mensch nicht nur ihr Medium, sondern gleichzeitig Empfänger für Ausdruck und Wirkung ist.<sup>36</sup> Körper und Mode sind eng miteinander verbunden und beeinflussen zentral das Geschmacksempfinden und die Identitätsbildung des Einzelnen oder einer Gruppe bzw. Gemeinschaft.<sup>37</sup> Die Kulturwissenschaftlerin Gabriele Mentges differenziert diese Identitäten in soziale, kulturelle und individuelle und zeigt dadurch die vielfältige Weite an erreichbaren Zielgruppen und die zahlreichen Ebenen der Mode auf. Diese Beeinflussung ist auf der einen Seite materiell über die Kleidermode nachvollziehbar, hat aber auf der anderen Seite auch eine symbolische Bedeutung, im Sinne eines kulturellen Kommunikations- und Darstellungsmittels.<sup>38</sup>

Durch die stetige Vermittlung von vorgefertigten Geschmacks- und Identitätsbildern der Modeindustrie fällt es schwer, Distanz zu bewahren. Ein Gefühl von Authentizität wird dabei kommuniziert, das von der Allgemeinheit wenig hinterfragt wird. Die Kunsthistorikerin Ann Hollander, die sich über den Zugang der Kunst mit Mode auseinandersetzt, erklärt diesen Umstand durch die Kraft der vermittelten Bilder bzw. durch den Ausdruck der Mode im Sinne einer visuellen Kunst:

„In a picture-making civilization, the ongoing pictorial conventions demonstrate what is natural in human looks; and it is only in measuring up to them that the inner eye feels satisfaction and the clothed self achieves comfort and beauty.“<sup>39</sup>

---

<sup>33</sup> Vgl. Lehnert, Gertrud: Mode und Moderne. In: (Hg.) Mentges, Gabriele: Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Dortmund 2005, S. 260.

<sup>34</sup> Hollander, Ann: Seeing Through Clothes. Berkelex, Los Angeles 1993, S. XV.

<sup>35</sup> Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 189.

<sup>36</sup> Vgl. Hollander, Ann: Seeing Through Clothes. Berkelex, Los Angeles 1993, S. XV.

<sup>37</sup> Vgl. Barnard, Malcolm: Fashion as Communication. 2. Auflage. London, New York 2001, S. 169.

<sup>38</sup> Mentges Gabriele: Für eine Kulturanthropologie des Textilen. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Berlin 2005, S. 22.

<sup>39</sup> Hollander, Ann: Seeing through clothes. Berkelex, Los Angeles 1993, S. XII.

Mit der Entscheidung für oder gegen eine bestimmte Kleidermode positioniert und orientiert man sich innerhalb einer Gesellschaft oder als Individuum. Man gestaltet Identitäten auf der Basis von vorgefertigten Werten und Gestaltungsnormen<sup>40</sup>, die als solche den erwünschten (Wiedererkennungs-)Effekt erst möglich machen<sup>41</sup>: Sei es als Geschäftsmann/-frau im Anzug (berufliche Zuordnung) oder, als extremer Gegensatz im Sinne eines Anti-Statements, als Subkultur wie die Punks in den späten 1970er Jahren.

„Kleidung dient in diesem Sinne als Mittel, einen Maßstab aufrecht zu erhalten oder zu erfüllen, um den Regeln des gesellschaftlichen Lebens zu entsprechen, oder aber auch als Mittel, sich diesen entgegenzustellen.“<sup>42</sup>

Die Mode vermittelt uns, wie oben erwähnt, ein Gefühl von Authentizität und zusätzlich ein Ideal von Schönheit. Sie verspricht ihren KonsumentInnen eine konstruierte Art von Realität, wie zum Beispiel das authentische Bild von Mann und Frau.

Gertrud Lehnert weist auf den immensen Einfluss der Mode auf Geschlechteridentitäten hin. Sie werden vor allem in unserer westlichen Welt stark von der „modischen Inszenierung“ beeinflusst. Dabei bezieht sich Lehnert nicht nur allein auf die Kleidermode, sondern auch auf die Körpersprache, die Ausstrahlung, die Redeweise sowie auf die sprachlichen Moden, die ausschlaggebend dafür sind, was wir als weiblich oder männlich oder auch als schön oder hässlich empfinden.<sup>43</sup>

Das zeigt, dass sogar das vermeintlich authentische Geschlecht Produkt einer kulturellen Praxis ist.

---

<sup>40</sup> Vgl. Mentges Gabriele: Für eine Kulturanthropologie des Textilen. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Berlin 2005, S. 26.

<sup>41</sup> Vgl. Craik, Jennifer: Mode als Körpertechnik – Körperarbeit, Modearbeit. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Berlin 2005, S. 292.

<sup>42</sup> Ebner, Claudia C.: Kleidung verändert – Mode im Kreislauf der Kultur. Bielefeld 2007, S. 13.

<sup>43</sup> Lehnert, Gertrud: Mode und Moderne. In: (Hg.) Mentges, Gabriele: Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Dortmund 2005, S. 260.

## 2. Geschichte einer Annäherung

### 2.1. Mode und Kunst – ein historischer Abriss

Der Zusammenhang von Kunst und Mode kann unter verschiedenen Blickwinkeln betrachtet werden. Neben der kunsthistorischen Perspektive, in der Gemälde die Kleidung der portraitierten Figuren abbilden oder Skulpturen das Fließen der Gewänder plastisch zum Ausdruck bringen, richtet sich das Interesse der Forschung auch auf KünstlerInnen, die sich mit dem Material Stoff oder dem Modesystem an sich beschäftigen:

Ab Ende des 19. und verstärkt im 20. Jahrhundert setzten sich immer mehr KünstlerInnen wie Wassily Kandinsky<sup>44</sup> oder die Surrealisten Salvador Dalí, Jean Cocteau und Meret Oppenheim mit dem Phänomen der Mode bzw. dem der Kleidung auseinander. Der Pop-Art Künstler Andy Warhol (1928-1987) verarbeitete die Verpackungen einer Suppen-Marke zu einem Kleid, Futurist Giacomo Balla (1871-1958) entwarf Mode, Joseph Beuys (1921-1986) machte sich diese zu Nutze und war nie ohne seinen Hut zu sehen, und Performance Künstler Leigh Bowery (1961-1994) legte den Fetischismus in der Mode bloß. Weitere Kunstschaaffende der jüngeren Zeit, die sich mit Mode auseinandergesetzt haben, sind Cindy Sherman mit ihren konzeptuellen Fotoarbeiten, Brian Jungen und seine textilen Werke aus Nike-Turnschuhen sowie Erwin Wurm und seine lebenden Skulpturen für Hermès und viele andere mehr.

Ein weiterer Betrachtungsgegenstand ist die Kooperation zwischen ModemacherInnen und KünstlerInnen, wie im Fall der Zusammenarbeit des Choreografen Merce Cunningham (1919-2009) mit Rei Kawakubo von *Comme des Garçons* (s. Abb. 3) im Jahre 1997, bei der ein Tanzstück mit Kostümen einer Modedesignerin realisiert wurde.<sup>45</sup>

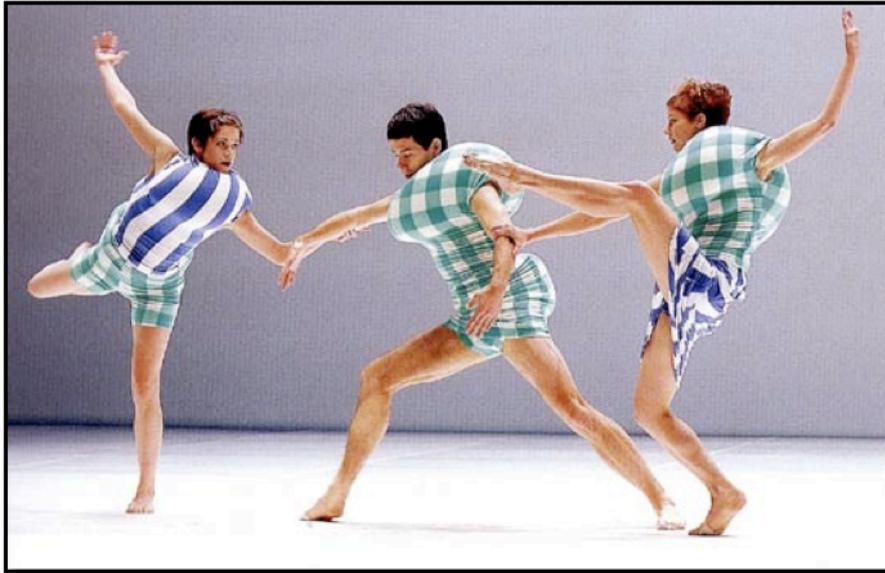
Oder man blickt auf die Modemacher, die sich von Kunst haben inspirieren lassen, wie Yves Saint Laurent (1936-2008) von Picasso (1881-1973) oder John Galliano für *Dior*, der in seinen Kollektionen immer wieder namhafte Künstler wie Salvador Dalí (1904-1989) oder Andy Warhol zitiert. Im Dokumentarfilm des Regisseurs Loïc Prigent über *Marc Jacobs & Louis Vuitton* (2007) sieht man den amerikanischen Modedesigner Marc Jacobs als passionierten Kunstsammler durch Galerien und Museen wandern, auf der Suche nach der nächsten Inspiration für eine seiner Kollektionen.

---

<sup>44</sup> „[T]he kimono inspired artists such as Frank Lloyd Wright, Wassily Kandinsky, Sonia Delaunay, and others to design clothes.“

In: Rosenfeld, Eleanor T. (Hg.): *The Kimono Inspiration. Art and Art-To-Wear in America*. Washington D.C. 1996, S. 56.

<sup>45</sup> Steele, Valerie: *Abstraction and the Avant-Garde*. In: Beeke, Anthon; Edelkoort, Lidewij; Shah, David (Hg.): *View On Color 28. The Colour Forecasting Book*. Paris 2004, S. 29.



**Abb. 3: Scenario 1997 – Tanzstück von Merce Cunningham mit Kostümen von Rei Kawakubo (Comme des Garçons).**

Alle oben genannten künstlerischen Handlungen – die Mode oder Kleidung abbildende Kunst, die „fashion-related art“ und die „art-related fashion“<sup>46</sup> – beziehen Inspiration voneinander oder bedienen sich der Technik des jeweils anderen.

Doch egal, wie man es dreht und wendet, es bleibt bei der Zweiteilung von Mode und Kunst. Es gibt zwar immer ein Voneinander und ein Miteinander beider Disziplinen, jedoch keine wirkliche Anerkennung oder gar eine Entwicklung von Mode hin zur Kunst. Ingrid Loschek ist sogar der Meinung, dass Mode eine Annäherung an die Kunst als ein Mittel zum Zweck betrachtet, um „Möglichkeiten wie Freiheit, Vielfalt, Vision, Fantasie, Pluralität, wie sie nur in der Kunst selbstverständlich sind“, aus einem egoistischen Interesse für sich zu nutzen.<sup>47</sup> Mit dieser Meinung ist Loschek nicht allein und geht einer Tradition von Kritik nach, die schon 1981 von Diana Vreeland (1906-1989) als Argument genutzt wurde. Diana Vreeland, Modejournalistin und langjährige Mitarbeiterin des Costume Institute of the Metropolitan Museum of Art, sprach 1981 ein klares Urteil: Mode könne wegen ihrer Alltäglichkeit und ihrer Zugänglichkeit für jedermann keine Kunst sein. Sie sei bloßes Beiwerk des Körpers und verlange handwerkliches Können, das bei Bedarf seine Inspiration aus der erhabenen und außergewöhnlichen Kunst zieht.<sup>48</sup>

---

<sup>46</sup> Smith, Roberta: Serious Side of an Infatuation With Fashion. Quelle: <http://www.nytimes.com/1997/03/14/arts/serious-side-of-an-infatuation-with-fashion.html>, Stand: 14.09.2009.

<sup>47</sup> Vgl. Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 207.

<sup>48</sup> Vgl. Zelenko, Lori Simmons: Is Fashion Art? In: American Artist. June 1981, S. 88. Zitiert nach: Bok Kim, Sung: Is Fashion Art? In: Fashion Theory. Volume 2, Issue 1, 1998, S. 53.

Aus der Perspektive der Kunst ist die Annäherung der Mode hin zur Kunst aufgrund eines elitären Kunstverständnisses versperrt, das die Aufnahme der Mode als populäres Alltagsphänomen verwehrt. Doch es gibt Ansätze, dass sich diese elitäre Hierarchie in Auflösung befindet und die Grenzen zwischen diesen beiden Disziplinen immer weiter verwischen und durchlässiger werden<sup>49</sup>:

„...modernist artists and designers alike sometimes saw garments as just another surface for painting or carving. It can make fashion design seem as vital and creative as any art form, and both an expression of and vehicle for social change. It continues the reshuffling of the art-media hierarchy...“<sup>50</sup>

Jedoch geht es in dieser Arbeit nicht um Kunst und ihre Auseinandersetzung mit Mode. Der Fokus wird auf ModedesignerInnen als KünstlerInnen und Mode als Kunst liegen. Vor allem werden DesignerInnen analysiert, die der Philosophie und der Bewegung einer *Mode nach der Mode* angehören. Dieser Begriff wurde von Barbara Vinken geprägt<sup>51</sup> und beschreibt eine Avantgarde unter den DesignerInnen, die auf einen konzeptuell-analytischen Anspruch in ihren Arbeiten Wert legen und ihn künstlerisch zum Ausdruck bringen.

Seit einigen Jahren gibt es eine Vielzahl an *Crossover*-Experimenten, die im Weiteren angeführt werden. Damit wird versucht, das sich mittlerweile veränderte Verhältnis zwischen Mode und Kunst und den selbstbewussten Umgang der Mode mit Kunst aufzuzeigen. Meiner Meinung nach steckt in diesem veränderten Umgang mit dem Phänomen der Mode und der Kunst sowie in der Annäherung beider Systeme einiges an Potential, das bisher verborgen geblieben ist. Unter anderem zeigen sich hier Zugänge und Perspektiven, von denen beide Fachbereiche profitieren können, oder, um es mit den Worten von Isabelle Graw zu beschreiben:

„Diese Entwicklung kann man aus einer kulturkritischen Perspektive bedauern, sich nostalgisch nach jenen (imaginären) Zeiten zurücksehnen, wo Kunst noch «reine Kunst» war. Mein Vorschlag wäre hingegen, 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.“<sup>52</sup>

---

<sup>49</sup> Vgl. Graw, Isabelle: Der letzte Schrei. Über modeförmige Kunst und kunstförmige Mode. Quelle: <http://www.textezurkunst.de/56/der-letzte-schrei/>, 29.10.2008.

<sup>50</sup> Smith, Roberta: Serious Side of an Infatuation With Fashion. Quelle: <http://www.nytimes.com/1997/03/14/arts/serious-side-of-an-infatuation-with-fashion.html>, Stand: 14.09.2009.

<sup>51</sup> Vgl. Vinken, Barbara: Mode nach der Mode. Geist und Kleid am Ende des 20. Jahrhunderts. Frankfurt 1993.

<sup>52</sup> Vgl. Smith, Roberta: Serious Side of an Infatuation With Fashion. Quelle: <http://www.nytimes.com/1997/03/14/arts/serious-side-of-an-infatuation-with-fashion.html>, Stand: 14.09.2009.

## 2.2. ModedesignerInnen und Mode im Kunst-Museum

Als Diana Vreeland 1983 im Costume Institute des Metropolitan Museum of Art in New York die Werkschau *Yves Saint Laurent: 25 Years of Design* eröffnete, war dies die erste Ausstellung dieser Art. Bis zu diesem Zeitpunkt gab es ausschließlich Präsentationen textiler Kunstwerke (wie zum Beispiel Werke der Tapiserie), dargestellt in ihrem historischen Kontext. Dass ein noch lebender Modedesigner als Künstler seine textilen Werke wie Kunstobjekte in einem Museum ausstellen durfte, war in den 1980er Jahren eine Weltneuheit und bahnbrechend für nachfolgende Ausstellungen. Von jetzt an gab es immer mehr Werkschauen zeitgenössischer ModedesignerInnen in Kunstmuseen oder Ausstellungen über ModedesignerInnen, die sich mit dem System der Mode an sich oder der Mode als Kunst auseinandersetzten.<sup>53</sup>

Diese neue Präsenz von ModedesignerInnen und Kleidermode im musealen Kunstkontext stellt einen wichtigen Einschnitt im Diskurs über Mode und Kunst dar. Mode wird nun als Kunst wahrgenommen und ModedesignerInnen werden als KünstlerInnen aus- und somit dargestellt. Bis dahin wurden Auseinandersetzungen über einen Vergleich von Kunst und Mode „intern“ – wie zum Beispiel in Modemagazinen oder auch in Beiträgen kulturwissenschaftlicher Fachliteratur – verhandelt. Mit der Instanz des Museums als Schnittstelle zur Öffentlichkeit erhielt der Diskurs die Aufmerksamkeit der Allgemeinheit und erreichte somit auch die gewünschte Zielgruppe: die TrägerInnen und KonsumentInnen von Mode.

Ein weiteres Beispiel von Mode im Museum ist die Ausstellung *Infra-Apparel* aus dem Jahr 1993, in dem schon zuvor erwähnten Costume Institute des Metropolitan Museum of Art in New York. Kuratiert von Richard Martin und Harold Koda, zeigte diese Schau den Wandel intimer Unterwäsche (wie Korsett, Petticoat oder auch Nachthemd) hin zu einem sichtbaren Bestandteil von Mode bzw. normaler Alltagskleidung über eine Zeitspanne von mehr als 200 Jahren. Man denke nur an das von Jean-Paul Gaultier für Madonna entworfene Korsett-Kostüm (s. Abb. 4 und 5)<sup>54</sup> oder an das Abendkleid mit dem Einsatz eines Männerunterhemdes von Karl Lagerfeld für *Chanel*.<sup>55</sup> Das aktuellste Beispiel für *underwear*

---

<sup>53</sup> Vgl. Bok Kim, Sung: Is Fashion Art? In: Fashion Theory. Volume 2, Issue 1, 1998, S. 52.

<sup>54</sup> Vgl. Smith, Roberta: Review/Art. How Underwear Became Outerwear. Quelle: <http://www.nytimes.com/1993/05/14/arts/review-art-how-underwear-became-outerwear.html>, Stand: 12.09.2009.

<sup>55</sup> Vgl. Deitz, Paula: Style on file. The Undershirt Comes Out. Quelle: <http://www.nytimes.com/1994/02/27/magazine/style-on-file-the-undershirt-comes-out.html?pagewanted=all>, Stand: 12.09.2009.

*becomes outerwear*<sup>56</sup> ist Marc Jacobs Präsentation seiner Frühling/Sommer-2010-Kollektion<sup>57</sup> auf der Fashion Week in New York am 14. September 2009.



Abb. 4: Anzug und Bustier designed von Jean-Paul Gaultier 1990 für Madonnas *Blond Ambition World Tour*.  
Abb. 5: Madonna in Jean-Paul Gaultier.

Weitere Beispiele von Ausstellungen, die das Thema Mode und Kunst betreffen, waren *Fashion and Surrealism*, ebenfalls von Richard Martin und Harold Koda kuratiert für das Fashion Institute of Technology 1987. Die Überschneidung von Surrealismus und Mode wurde anhand der Arbeiten namhafter KünstlerInnen wie Max Ernst (1891-1976) oder René Magritte (1898-1967) und ModedesignerInnen wie Elsa Schiaparelli (1890-1973) in Zusammenarbeit mit Salvador Dalí aufgezeigt. Die Solopräsentation des italienischen Modedesigners *Roberto Capucci – Sculptures in Fabric* bei der Venedig Biennale 1995 zeigte ausschliesslich Kreationen seiner architektonischen Interpretationen von Mode, die sich vom Körper als Formgeber zu emanzipieren versucht. Und die Ausstellung *Art-to-Wear* auf der ersten Gwangju Biennale in Südkorea 1995 beschäftigte sich mit Mode, die mehr Kunst als tragbare Kleidung ist.

Als beispielhaftes Museum, das Mode und Kunst immer wieder in den Kontext gemeinsamer Betrachtung stellt, ist das Museum Boijmans Van Beuningen<sup>58</sup> in Rotterdam zu nennen. Dort

---

<sup>56</sup> *Underwear becomes outerwear* ist eine feste Beschreibung für diese Art von Modestil, der als Slogan in der Modewelt immer wieder zitiert wird.

<sup>57</sup> Zu sehen auf: <http://www.marcjacobs.com/#/en-us/marcjacobscollection/women/springsummer10/readytowear>, Stand: 16.09.2009.

werden Arbeiten von ModedesignerInnen den Kunstwerken bildender KünstlerInnen gegenüber gestellt und es wird den verbindenden Elementen zwischen den beiden Phänomenen nachgegangen. In der neuesten Ausstellung *The Art of Fashion: Installing Allusions*, die im September 2009 eröffnet wurde, werden die Grenzen zwischen Mode und Kunst anhand von Installationen und Performances namhafter ModedesignerInnen wie *Viktor&Rolf* und Hussein Chalayan sowie von KünstlerInnen von Louise Bourgeois bis hin zu Jana Sterbak aufgezeigt. Erst kürzlich feierten *Maison Martin Margiela* ihr 20jähriges Firmen-Bestehen mit einer Solo-Ausstellung 2008 in Antwerpen und 2009 in München. In dieser Werkschau wurde nicht nur eine Entwicklung der modischen Kreationen in den letzten zwei Jahrzehnten aufgezeigt, sondern auch ein Einblick in die komplexe Gestaltung des Modehauses gewährt: von der Arbeitskleidung der MitarbeiterInnen bis hin zum Interieur der Produktionswerkstätten.

Trotz dieser prominenten Beispiele für Ausstellungen und die damit einhergehenden theoretischen Auseinandersetzungen über Mode und Kunst ist das Thema Mode in der Ästhetischen Theorie noch wenig behandelt.<sup>59</sup> Meist sind es Sichtweisen aus unterschiedlichen Disziplinen, die im Mode/Kunst-Diskurs aufeinandertreffen. ModekritikerInnen wie Suzy Menkes (*International Herald Tribune*) und Susannah Frankel (*The Independent*) setzen sich aus einer journalistischen Perspektive mit dem Thema Mode als Kunst auseinander. HistorikerInnen wie Valerie Steele oder Ann Hollander sowie KulturwissenschaftlerInnen wie Gabriele Mentges betrachten das Verhältnis von Mode und Kunst vom Alltagsgegenstand Kleidung ausgehend.

### 2.3. Die Haute Couture

Dabei wurden die Weichen für das anscheinend konträre Paar Mode und Kunst schon in der 2. Hälfte des 19. Jahrhunderts gelegt: Neben einer umfassenden Neuentwicklung der Schnitttechnik und der Designpraxis im Zuge der Industrialisierung, wurde der Modeschöpfer autonom, und es begann das Zeitalter der „hundertjährigen Mode“ nach dem Ancien Régime: Barbara Vinken bezeichnete die Epoche in ihrem Hauptwerk über die *Mode nach der Mode* als „la mode de cent ans“, die bis in die 1970er Jahre andauerte. Der Designer löste sich aus der Rolle des anonymen Zuarbeiters höherer Klassen und gewann an

---

<sup>58</sup> Die Webseite des Museums Boijmans Van Beuningen: [www.boijmans.nl](http://www.boijmans.nl), Stand: 14.10.2009.

<sup>59</sup> Vgl. Bok Kim, Sung: Is Fashion Art? In: Fashion Theory. Volume 2, Issue 1, 1998, S. 52.

künstlerischem Selbstbewußtsein. Er entwarf und verkaufte nun Kleidung mit seinem eigenen Namen für die, die sich seinen Namen bzw. seine Marke leisten konnten.<sup>60</sup> Das eingenähte Label des Modehauses war, wie die Signatur des Künstlers auf seinem Kunstwerk, die Garantie eines Einzelnen auf die Urheberschaft seines Werkes. Die Mode hatte sich nun, durch ihr neugewonnenes Selbstbild und ihren Anspruch auf alleinige Autorschaft, zu einer Kunstform entwickelt.

Der Modeschöpfer Charles Frederick Worth (1826-1895) ist die Gallionsfigur dieser Umbruchszeit vom anonymen Schneider zum Urheber eines Werkes und gilt als Begründer der *Haute Couture*, dem Begriff für die maßgeschneiderten Kreationen bedeutender Modehäuser. Eines seiner berühmtesten Werke wurde in einem Gemälde von Franz Xaver Winterhalter (1805-1873) festgehalten und zeigt die junge Kaiserin Elisabeth von Österreich in einem von ihm entworfenen Abendkleid (s. Abb. 6).



**Abb. 6: Kaiserin Elisabeth in Charles Frederick Worth (1865).**

---

<sup>60</sup> Vgl. Vinken, Barbara: *Mode nach der Mode. Geist und Kleid am Ende des 20. Jahrhunderts.* Frankfurt 1993, S. 26.

Bevor Charles Frederick Worth 1858 sein Schneider-Atelier in Paris eröffnete, wurde Mode über Jahrhunderte hinweg als reines Handwerk verstanden. Sein ästhetisches Selbstbewußtsein und sein hoher Anspruch an das Schneiderhandwerk erhoben jedoch nun das Modemachen in den Rang von Bildenden Künsten wie Malerei oder Bildhauerei:

„Dress design became a recognized art, practiced by artists with known names.“<sup>61</sup>

Worth war einer der ersten Modeschöpfer, der unter seinem Namen einen eigenen ästhetischen Stil entwickelte und das Erscheinungsbild der Frauen im letzten Drittel des 19. Jahrhunderts maßgeblich mitbestimmte.<sup>62</sup> Er verbreitete das Bild des modernen Modeschöpfers als Künstler-Genie<sup>63</sup> und alleinigem Urheber seiner Kreationen. Mode sollte sich von den Zwängen des Kommerzes befreien und absolute ästhetische Freiheit erlangen.<sup>64</sup>

Auf Anregung von Worth und seinen Söhnen wurde 1868 die Pariser Schneiderinnung *Chambre Syndicale de la Haute Couture*<sup>65</sup> gegründet, um unter anderem den Schutz der Couturemodelle vor Kopie zu gewährleisten. Durch die neuentwickelte Methode der Schnitttechnik, die den menschlichen Körper auf ein Koordinatensystem übertrug und durch den damit entstandenen standardisierten Körper eine industrialisierte Herstellung von Kleidermode erst ermöglichte<sup>66</sup>, liefen nämlich auch die exquisiten Schnittvorlagen der höheren Schneiderei Gefahr, kopiert zu werden. Ein Umstand, der das neu entstandene Selbstbild des Schneiders als genialen Schöpfer seiner Werke in Frage stellte und drohte, die soeben erst gefundene ästhetische Freiheit durch Kommerzialisierung wieder zu nivellieren. Die Angst von Worth und seinen Kollegen war berechtigt, da durch die Industrialisierung mitsamt der neuen Produktionsmöglichkeiten die Modelle der *Haute Couture* zur Mode „für jedermann, jedes Alter und vor allem jeder Klasse“ werden konnten.<sup>67</sup>

Die Mitglieder dieser Innung unterstanden strikten Regeln, die bis auf einige Abweichungen bis heute gelten. Allerdings gibt es unterschiedliche Auslegungen, wie ein Couturehaus organisiert sein muss, um den Regeln der Innung zu entsprechen. Claudia Ebner bezieht sich in der folgenden Beschreibung auf einen Text von James Laver aus dem

---

<sup>61</sup> Hollander, Ann: *Seeing Through Clothes*. Berkeley, Los Angeles 1993, S. 354.

<sup>62</sup> Vgl. Lehnert, Gertrud: *Mode und Moderne*. In: Mentges, Gabriele (Hg.): *Kulturanthropologie des Textilen. Textil – Körper – Mode*. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Dortmund 2005, S. 256.

<sup>63</sup> Vgl. Ruppert, Wolfgang: *Der moderne Künstler. Zur Sozial- und Kulturgeschichte der kreativen Individualität in der kulturellen Moderne im 19. und frühen 20. Jahrhundert*. 2. Auflage. Frankfurt 2000.

<sup>64</sup> Vgl. Hollander, Ann: *Seeing Through Clothes*. Berkeley, Los Angeles 1993, S. 351.

<sup>65</sup> Nachzulesen auf der Website der Federation francaise de la Couture: <http://www.modeaparis.com/va/toutsavoir/index.html>, Stand: 16.09.2009.

<sup>66</sup> Vgl. Kraft, Kerstin: *kleider.schnitte*. In: Mentges, Gabriele; Nixdorff, Heide (Hg.): *zeit.schnitte – Kulturelle Konstruktionen von Kleidung und Mode*. In: *Textil – Körper – Mode*. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Band 1. Dortmund 2001, S.93.

<sup>67</sup> Ebner, Claudia C.: *Kleidung verändert – Mode im Kreislauf der Kultur*. Bielefeld 2007, S. 82.

Jahr 1969.<sup>68</sup> Ein Couturehaus muss pro Saison eine Kollektion von mindestens 35 Modellen präsentieren und darf nicht weniger als 15 MitarbeiterInnen beschäftigen, die ausschließlich per Hand nähen. Zwischen Stoff und Haut muss immer eine Schicht Organza liegen. Die abschließende Präsentation der Unikate findet im eigenen Haus statt.<sup>69</sup>

Bis in die späten 1950er hinein war Paris der Mittelpunkt der *Haute Couture*-Welt. Hier wurden modische Maßstäbe gesetzt, nach denen sich kleinere Modehäuser und modebewußte Menschen richteten. Der Wirtschaftsboom der Nachkriegszeit in den 1960er Jahren schwächte das bis dato unangetastete Imperium der *Haute Couture* und legte die Grundlagen für eine „Demokratisierung der Mode“ im Sinne einer massenproduzierten *Ready-to-wear*-Bekleidung, auch bekannt als *Prêt-à-porter*.<sup>70</sup> Nun wurde Mode nicht nur als Unikat für reiche KundInnen, Models und Laufsteg kreiert, sondern als industriell massengefertigte Kleidung auf den Markt gebracht. Allerdings gab es immer noch die ab- und aufwertende Unterscheidung von *high fashion* und *low fashion*<sup>71</sup>, den die *Prêt-à-porter*-Designer trotz einer Demokratisierung der Mode noch nicht ganz durchbrochen hatten. Denn obwohl manche Modehäuser weiterhin exklusiv produzieren ließen und die Stückzahl ihrer *Prêt-à-porter*-Modelle limitierten, waren diese Kleidungsstücke nur als eine „industrialisierte Version der Haute Couture, eine Haute Couture fertig zum Tragen“.<sup>72</sup>

Der entscheidende Paradigmenwechsel kam dann erst mit der *Mode nach der Mode* in den frühen 1980er Jahren, als sich eine Avantgarde unter den ModedesignerInnen vom Prinzip der *Haute Couture* emanzipierte. Dennoch existiert die *Haute Couture* natürlich weiter und hat als gehobenere Schneiderkunst ihre Faszination noch nicht verloren.

Wie man heutzutage in einem Couturehaus arbeitet und wie sich die strengen Regeln von damals zugunsten der Modedesigner von heute gelockert haben, zeigt ein Interview mit dem belgischen Mode-Designer Bruno Pieters, der zuerst auf die traditionellen Verfahren verweist<sup>73</sup>:

„Alles passiert komplett an der Puppe. Genau deswegen ist das Handwerk eines Couturiers so aufwändig und teuer. Man arbeitet meistens mit Baumwollstoff, der an der Puppe festgesteckt wird. Man legt dort fest, wo die Themen sein sollen, dann zerlegt man den Stoff in Einzelteile. Erst auf dem Tisch entsteht der flache Schnitt aus

---

<sup>68</sup> Laver, James: *Costume and Fashion. A Concise History*. London 1995/1969.

<sup>69</sup> Vgl. Ebner, Claudia C.: *Kleidung Verändert. Mode im Kreislauf der Kultur*. Bielefeld 2007, S. 79.

<sup>70</sup> Vgl. Ebd., S. 82.

<sup>71</sup> *High fashion* und *low fashion* sind feste Beschreibungen für eine qualitative Unterscheidung von Mode, die als Schlagwörter in der Modewelt immer wieder zitiert werden.

<sup>72</sup> Loschek, Ingrid: *Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen*. Berlin 2007, S. 208.

<sup>73</sup> Bruno Pieters Beschreibung eines Haute-Couture-Hauses, widerspricht sich mit den zuvor genannten Angaben Claudia Ebners/James Lavers. Jedoch liegen zwischen dem Interview mit Pieters und der Beschreibung Lavers nicht nur mehr als 30 Jahre Distanz, sondern auch zwei unterschiedliche Perspektiven: die praktischen Erfahrungen eines Modeschöpfers und die Aussage eines Kunsthistorikers.

Papier. Normale Prêt-à-porter-Schnitte werden komplett am Tisch gemacht, das ist der Unterschied. Die Kleider bestimmter Couture-Kundinnen werden an Puppen geformt, die exakt die gleichen Maße haben. Und wenn sich die Figur einer Dame verändern sollte, wird das entsprechend korrigiert. [...] [I]ch [war] sehr erstaunt, dass fast nichts mehr mit der Hand genäht wurde. Selbst bei Lacroix und Dior werden Nähmaschinen eingesetzt. Manche Kollektionen haben nur noch ein handgearbeitetes Einzelstück. Früher musste alles mit der Hand genäht werden, der Stoff durfte die Haut nirgends berühren, es musste immer eine Schicht Organza zwischen Haut und Kleid liegen, ein Atelier war kein Atelier, wenn nicht mindestens 20 Schneider beschäftigt waren, eine Kollektion musste mindestens 75 Stücke haben und so weiter. Diese Regeln existieren heute nicht mehr, auch wenn jemand wie Yves Saint Laurent sich noch daran orientiert.“<sup>74</sup>

Pieters Ausführung über den Arbeitsprozess eines Couturiers beschreibt zu anfangs die Tätigkeit eines Handwerkers, dessen traditionelle Arbeitsmittel sich lediglich den Anforderungen der Zeit angepasst haben. Er erklärt damit einen bemerkenswerten Umstand in der Herstellung von Mode, der eine Beziehung zur Kunst vermissen lässt. Zwar ist die *Haute Couture* mehr als bloßes Handwerk im Sinne einer rein gewerblichen Tätigkeit, da sie nicht nur künstlerische Fähigkeiten für Design und Verarbeitung vorweisen muss, sondern auch nach eigenen Skizzen Einzelstücke entwirft. Dennoch sind es die ModedesignerInnen selbst, die Schneiderkunst als bloßes Schneiderhandwerk betonen.

Sogar die *Mode nach der Mode* bezieht sich noch auf das Schneiderhandwerk: Auch das Modehaus *Maison Martin Margiela*, bezeichnet Mode, trotz der künstlerischen Herangehensweisen des Hauses und seiner Auftritte in Kunstmuseen<sup>75</sup>, nicht als Kunst, sondern als Inspiration und Handwerk. In einer Erklärung des Modehauses heißt es:

„Fashion is an inspiration, a craft, a technical know-how and not, in our opinion, an art form.“<sup>76</sup>

Auch Ingrid Loschek widersetzt sich einer Zuschreibung der *Haute Couture* zur Kunst und verweist auf deren Opulenz und den notwendigen Reichtum für den Erwerb solcher maßgeschneiderten Einzelstücke. Das ausgefeilte System von Normen und Traditionen des Schneiderhandwerks, so meint sie, bedarf vor allem der höchsten Form handwerklichen

---

<sup>74</sup> Riedel, Claudia: Verflixt und handgenäht. Quelle:

[http://www.zeit.de/2002/04/Verflixt\\_und\\_handgenaecht](http://www.zeit.de/2002/04/Verflixt_und_handgenaecht), Stand: 14.08.2009.

<sup>75</sup> Auf die MMMs erste Solo-Ausstellung *Exhibition (9/4/1615)* von 1997 im Museum Boijmans Van Beuningen in Rotterdam werde ich zu einem späteren Zeitpunkt eingehen.

<sup>76</sup> Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 208.

Know-Hows, exklusive Verarbeitung und dementsprechend auch edler Materialien: „Als solche mag sie Luxus, aber nicht notwendigerweise Kunst sein.“<sup>77</sup>

Betrachtet man jedoch ein weiteres Mal die Arbeitsweise eines Couturehauses, die künstlerische Fähigkeiten für die Umsetzung von Design und Verarbeitung voraussetzt und durch die eigene Ideen in Unikaten zum Ausdruck gebracht werden, zählt die *Haute Couture* eher zum Kunsthandwerk, das wiederum der Angewandten Kunst zugeordnet ist. Der künstlerische Anspruch der *Haute Couture* bezieht sich demnach vorrangig auf Design und Verarbeitung.

Die *Haute Couture* wird dennoch oft, im Unterschied zur *Prêt-à-porter*, als die modische Parallele zur Kunst interpretiert, da sie in ihren Grundzügen die Idee der Avantgarde verkörpert: Sie sieht sich selbst als den Vorreiter modischen Ausdrucks und hebt sich von der *Ready-to-wear-Mode* durch gehobene Schneiderkunst und edle Materialien ab, sie ist kaum tragbar und scheinbar „über alle Zwecke erhaben“.<sup>78</sup> Bruno Pieters erklärt in einem weiteren Teil des Interviews die Vorzüge der *Haute Couture* gegenüber der *Prêt-à-porter*:

„Couture ist nach wie vor ein kleiner Bereich, in dem Mode auf höchstem Niveau entsteht, die sich nicht verkaufen muss. Man hat hier die größtmögliche Freiheit in der Mode, kann machen, was man will, Ideen entwickeln, die bei der *Prêt-à-porter* nicht möglich wären. Man muss nicht über Produktionsschwierigkeiten oder Massentauglichkeit nachdenken, vorausgesetzt natürlich, man arbeitet entweder für ein großes Haus oder hat wie ich ein paar Finanziere, die einem Studien und Einzelstücke ermöglichen. Dann ist diese Produktionsweise der perfekte Platz für totale Kreativität. Was dort entsteht, inspiriert auch die Designer der *Prêt-à-porter*.“<sup>79</sup>

Pieters bedient sich in diesem Vergleich der positiven Eigenschaften der *Haute Couture* mit jenen der *Prêt-à-porter* eines klassischen Ideals der autonomen Kunst, die auf allen Ebenen zweckfrei und über jede Kommerzialität erhaben ist. Es zeigt sich also eine grundlegende Ambivalenz in der Beziehung der Mode zur Kunst. Zum einen will sie inspirierendes Handwerk sein, und zum anderen beansprucht sie die Freiheiten eines künstlerischen Ideals, das in dieser Form so nicht mehr existiert. Diese Ambivalenz ist eine typische Eigenschaft der Mode, die nicht nur negativ zu bewerten ist, sondern in der sich ihre Flexibilität zum Überschreiten ihrer eigenen, sowie der Grenzen anderer Disziplinen widerspiegelt.

---

<sup>77</sup> Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 208.

<sup>78</sup> Vgl. Graw, Isabelle: Der letzte Schrei. Über modeförmige Kunst und kunstförmige Mode. Quelle: <http://www.textezurkunst.de/56/der-letzte-schrei/>, 29.10.2008.

<sup>79</sup> Riedel, Claudia: Verflixt und handgenäht. Quelle: [http://www.zeit.de/2002/04/Verflixt\\_und\\_handgenaeht](http://www.zeit.de/2002/04/Verflixt_und_handgenaeht), Stand: 14.08.2009.

### 3. Mode und Kunst – verschwimmende Grenzen

Michael Boodro: „Fashion is frivolous and unimportant.“<sup>80</sup>

Trotz der stetigen Auflösung der Grenzen beider Phänomene sowie ihrer Annäherung aneinander, sind es zugeschriebene Eigenschaften wie „alltäglich“, „ephemer“ und „kommerziell“, die der Mode im Vergleich zur Kunst zum Verhängnis werden: „Art is art and fashion is an industry.“<sup>81</sup>

Zum Einen ist man der Meinung, dass Mode ein visuelles Medium ist, dessen SchöpferInnen den BetrachterInnen die gleichen Impulse vermittelt wie MalerInnen oder BildhauerInnen und dass ihnen allen eine hohe Kraft an Kreativität zu eigen ist. Allerdings unter der Voraussetzung, sowohl die Technik zu beherrschen als auch Sinn für Form und Materialität zu haben. Zum Anderen wird Mode mit den Attributen wie „flüchtig“, „frivol“, „weiblich“<sup>82</sup> und letztendlich „kommerziell“ belegt, die den Vergleich mit der Kunst wieder ins Wanken bringen.<sup>83</sup>

Das liegt im Wesentlichen daran, dass die Mode den saisonalen Zwängen ihrer Produktion unterliegt, der sich sogar Avantgarde-Modehäuser wie *Maison Martin Margiela* nicht entziehen können. Kleidermode hat weiters durch ihren kommerziellen Vertrieb – im Gegensatz zur Kunst – keinen Seltenheitswert, auch wenn man die Unikate der *Haute Couture* und die begrenzten Editionen mancher *Prêt-à-porter*-Kollektionen<sup>84</sup> den limitierten Kunstdrucken gleichstellen könnte. Mode ist vielmehr ein Konsumgut, das sich über seinen Gebrauchswert als Kleidung definiert oder zumindest in Ansätzen, wie im Fall der *Haute Couture*, daran erinnert. Ganz anders die Kunstwerke, die, je nachdem, wie sie von der Gesellschaft, von Kunstkritikern und den Orten ihrer öffentlichen Präsentation (Galerien oder Museen) aufgenommen werden, auf dem Kunstmarkt als „Tauschware“ zirkulieren und nicht anhand ihrer „Käuflichkeit“ bewertet werden.<sup>85</sup>

---

<sup>80</sup> Boodro, Michael: Art and Fashion. In: (Hg.) Welters, Linda; Lillethun, Abby: The Fashion Reader. Oxford, New York 2007, S.256.

<sup>81</sup> Ebd.

<sup>82</sup> „Frivol“ und „weiblich“ sind historisch geprägte Wertungen, die weniger im Material selbst identifiziert werden können, sondern der Mode als eine Art ideologischer Überbau zusätzlich aufgesetzt wurden. Für eine Arbeit, die nicht ideologiegeschichtlich argumentiert und vielmehr über den Stellenwert von Mode als Kunst reflektiert, kann eine Analyse dieser Wertungen unterbleiben.

<sup>83</sup> Oatley, Angela: Postmodernism and Fashion. Quelle:

[http://www.notjustalabel.com/articles/postmodernism\\_and\\_fashion](http://www.notjustalabel.com/articles/postmodernism_and_fashion), Stand: 30.8.09.

<sup>84</sup> Man denke nur an die limitierten Kollektionen von Designern, wie Rei Kawakubo von Commes des Garçons oder Karl Lagerfeld für H&M.

<sup>85</sup> Vgl. Graw, Isabelle: Der letzte Schrei. Über modelförmige Kunst und kunstförmige Mode. Quelle: <http://www.textezurkunst.de/56/der-letzte-schrei/>, 29.10.2008.

Allerdings ist dies ein Mythos. Der Besitz künstlerischer Werke ist nach wie vor ein Vorrecht der Privilegierten<sup>86</sup>, so wie die *Haute Couture* die Mode der „oberen Zehntausend“ ist.<sup>87</sup> Auch für die Kunst gilt eine gewisse Abhängigkeit vom Markt. Das bedeutet folglich, KünstlerInnen müssen sich ebenso mit den Regeln des Kunstmarktes auseinandersetzen, „um sich in ihrem Beruf zu verwirklichen und zu behaupten“.<sup>88</sup>

Mode ist abhängig vom Markt und Kunst nicht minder. Dennoch besteht ein weiterer Unterschied in der Selbstauffassung beider Disziplinen: im Gegensatz zur Kunst hat die Mode ihre Affinität zum Kommerz nie geleugnet. Was Mode ausmacht, ist ihr Mut zur Überschreitung eigener Grenzen und zum flexiblen Hin und Her zwischen Standpunkten und Auffassungen. Ihre Besonderheit und ihre Stärke zieht sie aus der Spannung zwischen Gegensatzpaaren wie „Kunst und Kommerz, Individualität und Gruppenzwang, Natürlichkeit und Künstlichkeit, ästhetischer Innovationskraft und praktischem sozialen Nutzen“.<sup>89</sup> Diese Eigenschaft, scheinbar unverbindbare Elemente miteinander zu vereinen, sieht man vor allem, „wenn es ihr gelingt, die nützliche Funktion mit einer ästhetischen untrennbar zu verknüpfen und so, wie die Avantgarde es immer gefordert hat, die Kunst ins Leben und das Leben in Kunst zu überführen“<sup>90</sup>.

Ein Beispiel hierfür ist der Smoking aus *Viktor&Rolf's* Frühling/Sommer-Kollektion 2006 namens *Upside down* (s. Abb. 7). Die niederländischen Avantgarde-Designer krepelten Konventionen der Gestaltung um, indem sie den Schnitt eines Herren-Smokings von seiner Achse aus um den Körper verschoben und ihn so der weiblichen Figur anpassten. Das Outfit wirkte, als ob der Smoking um den Körper nur drapiert wäre. Kleidung und Körper schienen getrennt voneinander zu bestehen. Dieser Anblick irritiert das an Kleidungsnormen gewöhnte Auge. Trotz der Neuinterpretation von Gestaltungsmöglichkeiten war dieser Smoking jedoch tragbar und somit auch auf dem Markt vermittelbar.<sup>91</sup> *Viktor&Rolf* erschufen im ersten Moment der Irritation die Illusion einer Mode, die sich – im idealen Sinne einer Kunst – autonom vom Körper behauptet, sich von den Zwängen einer Zweckmäßigkeit befreit hat und somit zur Kunst geworden ist.<sup>92</sup> Erst der zweite Blick entlarvte die scheinbare Zweckfreiheit als kreative Interpretation von Gestaltungsmöglichkeiten und als ein kritisches

---

<sup>86</sup> Zembylas, Tasos: Kunst oder Nichtkunst. Über Bedingungen und Instanzen ästhetischer Beurteilung. Wien 1997, S. 67.

<sup>87</sup> Vgl. Graw, Isabelle: Der letzte Schrei. Über modeförmige Kunst und kunstförmige Mode. Quelle: <http://www.textezurkunst.de/56/der-letzte-schrei/>, 29.10.2008.

<sup>88</sup> Zembylas, Tasos: Kunst oder Nichtkunst. Über Bedingungen und Instanzen ästhetischer Beurteilung. Wien 1997, S. 65.

<sup>89</sup> Lehnert, Gertrud: Mode und Moderne. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Dortmund 2005, S. 256.

<sup>90</sup> Ebd.

<sup>91</sup> Vgl. Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 76.

<sup>92</sup> Vgl. Ebd., S. 25 und S. 37.

Überdenken von Konventionen. Der Druck des Anspruchs an Tragbarkeit und Verkäuflichkeit wurde somit geschickt eingelöst, ohne dass kreative Freiheit gefährdet werden konnte.<sup>93</sup>



Abb. 7: Viktor & Rolf: Smoking der *Upside down* Kollektion. Frühling/Sommer 2006.

Wie schon erwähnt, bleibt auch solche Art von Mode Ware, unabhängig davon, welchen künstlerischen Anspruch sie an sich stellt. Kleidermode muss als solche entworfen, vertrieben und inszeniert werden, um überhaupt als Mode identifiziert zu werden. Es ist der Gesamtkontext der (Mode-)Industrie und der KonsumentInnen, in dem Mode bzw. Kunst entstehen.

Ähnliches gilt für die Bildende Kunst: ein Beispiel aus der Kunstgeschichte, das im Bezug auf die Thematik „Wann ist Kunst“ immer wieder zitiert wird, ist das berühmte Ready-made *Fountain* von Marcel Duchamp (1887-1968) aus dem Jahre 1917: ein Urinal, das zur Kunst wurde, weil es in einem Museum zur Kunst erklärt und als solche präsentiert wurde.

---

<sup>93</sup> Vgl. Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 45.

Duchamps Schlußfolgerung lässt sich somit auf Mode und Kunst übertragen: Durch den/die BetrachterIn/TrägerIn entsteht Kunst/Mode.<sup>94</sup>

Die Kunst selbst ist keineswegs ein absolut autonomer Bereich, sondern vielmehr ein gesellschaftliches Produkt. Sie ist abhängig vom Können der KünstlerInnen, den finanziellen Gegebenheiten des Kunstmarkts, den Urteilen der KunstkritikerInnen, den ihr auferlegten Rechtsnormen und schlussendlich ebenfalls abhängig von den Möglichkeiten ihrer Präsentationsorte wie Museen und Galerien.<sup>95</sup> Die heutige Interpretation von Kunst besagt, dass jegliches künstlerisches Tun – von der Musik über das Theater bis hin zur Literatur – „an einen Zweck gebunden ist; sei es, um etwas auszudrücken, oder «kreativ» zu gestalten, sich daran zu erfreuen oder den Lebensunterhalt damit zu verdienen. Die «Freie» Kunst ist damit in ihrer Freiheit fragwürdig geworden, dient doch auch sie einem Zweck, wie dem der Repräsentation, der Dekoration und der Kommunikation.“<sup>96</sup>

Durch die hier genannte Feststellung wird der elitäre Blick der Kunst auf die negativ behafteten Eigenschaften der Mode wie „flüchtig“, „frivol“, „weiblich“ oder „kommerziell“ relativiert. Deshalb kann meines Erachtens Mode ebenfalls den Anspruch erheben, als Kunst gelten zu dürfen.

---

<sup>94</sup> Lehnert, Gertrud: Mode und Moderne. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Dortmund 2005, S. 257.

Vgl. Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 20.

<sup>95</sup> Vgl. Zembylas, Tasos: Kunst oder Nichtkunst. Über Bedingungen und Instanzen ästhetischer Beurteilung. Wien 1997, S. 96.

<sup>96</sup> Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 203.

## 4. Die *Mode nach der Mode*

### 4.1. Der Zauber der Mode – Grenzen der Wahrnehmung

Das Spiel der Mode mit Schein und Sein oder mit (Geschlechter-)Identitäten funktioniert vor allem auf der Grundlage von vorgefertigten Geschmacks- und Identitätsbildern. Das, was die Modeindustrie letztendlich auf Modeschauen oder Werbeplakaten präsentiert, ist ein fertiges Produkt mit starken Impulsen was modisch und schön oder typisch männlich oder weiblich ist, meist ohne einen Einblick in die vorhergegangene mühevollen Ideenentwicklung und Verarbeitung zu gewähren. Übrig bleibt ein vermeintlich authentischer Effekt, den wir als gegeben betrachten und von dem wir uns verzaubern lassen.

Diese Konstruktion eines modischen Blendwerks von „Schein und Sein“ wird noch von vielen ModedesignerInnen bis heute weitergeführt, jedoch von einer Avantgarde unter den DesignerInnen seit Anfang der 1980er Jahre kritisch hinterfragt und durchleuchtet. Dazu zählen vor allem Rei Kawakubo von *Comme des Garçons*, *Maison Martin Margiela*, *Viktor&Rolf* oder jüngere ProtagonistInnen der Modeszene wie zum Beispiel Hussein Chalayan.

Der selbstreflektierte Wandel, der sich damals innerhalb der Modewelt vollzogen hat und dessen Philosophien und Arbeitsweisen die ModedesignerInnen bis heute beeinflussen, definiert Barbara Vinken als die *Mode nach der Mode*. Sie ist eher als eine künstlerisch-philosophische Bewegung innerhalb des Modesystems zu verstehen, als eine reine Methode oder als eine Stilrichtung für eine bestimmte Kleidermode. Die *Mode nach der Mode* strebt weniger die Verkörperung eines Ideals an, sondern analysiert und zeigt die Differenzen auf, die zwischen diesem idealen Bild und der Realität stehen.<sup>97</sup> Die *Mode nach der Mode* gilt als ein Zeichen für den Wechsel von der Moderne zur Postmoderne. Es werden dabei im Sinne dekonstruktiven Denkens u. a. das Verständnis von Körperbildern, der Status des Markenzeichens, die Möglichkeiten von Material, Geschmacks- und (Geschlechter-)Identitäten neu überdacht und kritisch reflektiert.

In Bezug auf die Verfahren bedeutet dies, dass die Modeschöpfer der *Mode nach der Mode* ihr eigenes System von innen nach außen neu überdenken und kritisch hinterfragen, angefangen bei den Wurzeln des Schneiderhandwerks bis hin zur Erhebung des Modeschöpfers zum künstlerischen Genie.

---

<sup>97</sup> Vinken, Barbara: *Mode nach der Mode. Geist und Kleid am Ende des 20. Jahrhunderts*. Frankfurt, 1993. S. 38.



**Abb. 8: Maison Martin Margiela Frühling/Sommer Kollektion 1997.**

Die *Mode nach der Mode* entzaubert also den Schein und stellt das Sein unverhohlen zur Schau. Das Modehaus *Maison Martin Margiela* entwirft beispielsweise immer wieder Kollektionen, in denen der Arbeitsprozess der Schneiderkunst direkt am Kleidungsstück offenbart wird: die Nähte werden sichtbar, Säume werden nach außen geschlagen oder Schulterpolster werden direkt auf dem Kleidungsstück angebracht. Am radikalsten war hierbei die Frühling/Sommer-Kollektion 1997 (s. Abb. 8), deren Jacken die Form und das Material (rauhes Leinen) einer Schneiderpuppe detailgetreu wiedergaben und damit einen Ausgangspunkt der Gestaltung von Mode – das Entwerfen an einem standardisierten Puppenkörper – zurück in die Präsentation holten.<sup>98</sup>

Was man zuvor an Entwürfen und Konstruktionen nicht mehr nachvollziehen konnte und der Illusion eines scheinbaren Ideals dazu verhalf sich zu etablieren, wird in der *Mode nach der Mode* offenbart und dem Publikum ohne Umschweife präsentiert.<sup>99</sup> Die daraus entstandenen Kreationen und der damit einhergehende künstlerisch-konzeptuelle Ausdruck werden im Kapitel 5. dieser Arbeit genauer betrachtet und anhand von Beispielen aufgezeigt.

---

<sup>98</sup> Debo, Kaat: Vorwort. In: *Maison Martin Margiela. '20' - The Exhibition*. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 12.

<sup>99</sup> Vgl. Ebd.

## 4.2. Postmoderne und Mode

Angela Oatley: „Fashion in itself is postmodernism; it echoes the world we live in today.“  
„Constantly looking forward to the future of fashion, but drawing from it's past.“<sup>100</sup>

Alle hier genannten und kommenden Beispiele künstlerischer Herangehensweisen von ModeschöpferInnen bedienen sich Praktiken der Postmoderne, die im Folgenden näher besprochen werden.

Die Postmoderne kann als eine künstlerische Bewegung verstanden werden, deren Kunstrichtungen und -praktiken (Installations-, Konzept-, Performancekunst, Appropriation Art, u. a.) die Beziehung zwischen Kunst und Populärkultur, wie zum Beispiel der Mode, untersuchen und die angeblichen Differenzen zwischen Kunst und anderen Bedarfsgütern, wie zum Beispiel der Kleidung, kritisch hinterfragen.<sup>101</sup>

„Postmodernism can be seen as an artistic style, or an approach to the making of things. The way something is constructed, the silhouette created and the status it gives the wearer or user.“<sup>102</sup>

Im postmodernen Verständnis wird zwischen höheren und niedrigeren Kunstarten weniger unterschieden. Bestehende Hierarchien werden abgebaut sowie neu formiert und geben somit Bereichen wie der Mode eine Möglichkeit, sich künstlerisch zu positionieren.

In aktuellen Publikationen<sup>103</sup> wird die *Mode nach der Mode* als das Paradebeispiel postmoderner Lebensformen begriffen. Kleider sind nun „Kommentare über Kleider“ und „nicht mehr vorwiegend Zeichen beispielsweise für sozialen Status, sondern sie bleiben gewissermassen in ihrem eigenen System und reflektieren sich selbst und das heißt vor allem ihren Status als «Mode»“<sup>104</sup>. Die *Mode nach der Mode* hatte gelernt, hinter ihre eigenen Kulissen zu blicken, und darüber hinaus, sich interdisziplinär mit sich selbst auseinanderzusetzen. Sie distanzierte sich von einer Flucht vor der eigenen Geschichte und

---

<sup>100</sup> Oatley, Angela: Postmodernism and Fashion. Quelle:

[http://www.notjustalabel.com/articles/postmodernism\\_and\\_fashion](http://www.notjustalabel.com/articles/postmodernism_and_fashion), Stand: 30.8.09.

<sup>101</sup> Vgl. Barnard, Malcolm: Fashion as Communication. 2. Auflage. London, New York 2001, S. 156.

Oatley, Angela: Postmodernism and Fashion. Quelle:

[http://www.notjustalabel.com/articles/postmodernism\\_and\\_fashion](http://www.notjustalabel.com/articles/postmodernism_and_fashion), Stand: 30.8.09.

<sup>102</sup> Ebd.

<sup>103</sup> Vgl. u.a. Barnard, Malcolm: Fashion as Communication. 2. Auflage. London, New York 2001.

Oatley, Angela: Postmodernism and Fashion. Quelle:

[http://www.notjustalabel.com/articles/postmodernism\\_and\\_fashion](http://www.notjustalabel.com/articles/postmodernism_and_fashion), Stand: 30.8.09.

Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen und Innovationen. Berlin 2007

<sup>104</sup> Lehnert, Gertrud: Mode und Moderne. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Dortmund 2005, S. 255.

dem ständigen Drang, das Neueste vom Neuesten zu entwerfen. Ein Rückblick auf Vergangenes bedeutet nun, ein grenzenloses Archiv inspirativer Quellen von althergebrachten Materialien, Formen und Silhouetten vorzufinden, sozusagen die Ideen vorangegangener ModedesignerInnen, aus denen man nicht nur schöpfen, sondern von denen man auch lernen kann.<sup>105</sup>

„Diese Aufhebung von Zeit und Raum symbolisiert sowohl das aktuelle Zeitalter der Flexibilität, Mobilität und Information, als auch die Kontinuität künstlerischer Traditionen. Sie zeigt, wie die Vergangenheit in der Gegenwart lebt und wie die Gegenwart die Vergangenheit wiederbelebt.“<sup>106</sup>



Abb. 9: Verschiedene Versionen von Margiela-Tabis.

Abb. 10: Original Tabi-Socken mit Gummisohle.

Ein Beispiel dieser Art ist das von *Maison Martin Margiela* entworfene Damen-Outfit aus der Frühling/Sommer-Kollektion 1991. Margiela stellte dieses Outfit aus einem Ballkleid der 1950er Jahre, einer gebrauchten Blue-Jeans, einem Männer-Unterhemd und einer Weste sowie seinen berühmten Tabi-Schuhe zusammen (siehe Abb. 9).<sup>107</sup> In diesem Beispiel vereinigen sich nicht nur verschiedene Zeiten bzw. Stile, sondern es werden auch neu

---

<sup>105</sup> Vgl. Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen und Innovationen. Berlin 2007, S. 225.

<sup>106</sup> Ebd., S. 227.

<sup>107</sup> te Duits, Thimo: Martin Margiela (9/4/1615). In: Einzelausstellung von Martin Margiela im Museum Boijmans van Beuningen in Rotterdam 1997.

entworfene Kleidungsstücke mit Secondhand-Stücken kombiniert, ganz im Sinne eines historischen Eklektizismus. Die Tabis stehen für eine Adaption aus einem anderen Kulturkreis, von dem sich das Haus Margiela schon seit mehr als zwanzig Jahren hat beeinflussen lassen und die, von Beginn der ersten Kollektion an, ein immer wiederkehrendes Accessoire sind. Diese Schuhe sind den japanischen Tabi-Socken nachempfunden, die man zu den traditionellen Zehen-Sandalen trägt. Die Version von robusten Tabi-Socken mit Gummisohle (siehe Abb. 10) wird immer noch von japanischen Arbeitern, Bauern und Gärtnern getragen.<sup>108</sup>

Der Eklektizismus als eine Arbeitsweise der *Mode nach der Mode* ist in seiner Flexibilität, verschiedene Theorien, Stile oder Ideen zu einem künstlerischen Werk zusammenzuführen, ein typisches Beispiel postmoderner Herangehensweise. Diese Methode taucht immer wieder in Kollektionen avantgardistischer ModedesignerInnen auf, die Secondhand-Kleidung mit exklusiven Stoffen kombinieren oder nicht nur historische Mode-Epochen, sondern auch ethnische Kleidungsstile zitieren.



Abb. 11: Auswahl der Frühling/Sommer-2007-Kollektion von Dior/John Galliano.

John Galliano vermischt in jeder seiner *Haute Couture*-Kollektionen für Dior verschiedene ästhetische Epochen und kulturelle Modestile (siehe Abb. 11). Vivienne Westwood ließ sich von den Gemälden des französischen Malers Antoine Watteau (1684-1721) inspirieren und kreierte für ihre Frühling/Sommer-Kollektion *Les Femmes* 1996 ein Watteau-Abendkleid aus

---

<sup>108</sup> Maison Martin Margiela. `20´- The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 39.

grüner und violetter Seide. In ihrer Kollektion *Five Centuries ago* im Herbst/Winter 1997 stellte sie Portraits historischer Gemälde der Renaissance nach.<sup>109</sup>

In einem Statement auf der Webseite des Victoria&Albert Museums in London erklärt Westwood ihre Faszination für vergangene Zeiten und ihren Respekt vor dem Geschmack der Menschen vergangener Epochen:

„...it's so important to look to the past. Because people did have taste, and they did have ideals of excellence, and those things are not going to come unless people look at the past.“<sup>110</sup>

### 4.3. Die Dekonstruktion als Methode der *Mode nach der Mode*

Die Dekonstruktion gilt als das Arbeitsmittel der *Mode nach der Mode* seit den 1980er Jahren und basiert auf den Überlegungen des französischen Philosophen Jacques Derrida (1930-2004). Das folgende Zitat ist ein Ausschnitt aus einem Brief von Jacques Derrida an seinen japanischen Freund und Übersetzer Izutsu Toshihiko (1914-1993). Derrida erklärt hier exemplarisch die Bedeutung des Wortes Dekonstruktion als eine Methode des kritischen Lesens:

„When I chose the word, or when it imposed itself on me - I think it was in \*Of Grammatology\* - I little thought it would be credited with such a central role in the discourse that interested me at the time. Among other things I wished to translate and adapt to my own ends the Heideggerian word *Destruction* or *Abbau*. Each signified in this context an operation bearing on the structure or traditional architecture of the fundamental concepts of ontology or of Western metaphysics. But in French "destruction" too obviously implied an annihilation or a negative reduction much closer perhaps to Nietzschean "demolition" than to the Heideggerian interpretation or to the type of reading that I proposed. So I ruled that out. I remember having looked to see if the word "deconstruction" (which came to me it seemed quite spontaneously) was good French. I found it in the *Littré*. The grammatical, linguistic, or rhetorical senses [portees] were found bound up with a "mechanical" sense [portee "machinique"]. This

---

<sup>109</sup> Vgl. Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen und Innovationen. Berlin 2007, S. 226-227.

<sup>110</sup> Ein Zitat von Vivienne Westwood auf der Website des Victoria & Albert Museums in London. Dieses Zitat ist ihrer Biographie hinzugefügt. Quelle: [http://www.vam.ac.uk/vastatic/microsites/1231\\_vivienne\\_westwood/collections3.html](http://www.vam.ac.uk/vastatic/microsites/1231_vivienne_westwood/collections3.html), Stand: 20.09.2009.

association appeared very fortunate, and fortunately adapted to what I wanted at least to suggest.“<sup>111</sup>

Als eine Methode angewandter Philosophie überspitzt oder verdeutlicht sie irrationale Momente (den Schein der Mode) und stellt Herkunfts- oder Herstellungsprozesse (von der Inspiration bis hin zur Präsentation eines Kleidungsstücks) offen zur Schau.<sup>112</sup> Die Dekonstruktion wird zu einem Verfahren analytischer Kreation.<sup>113</sup> Im Sinne einer *Deconstruction Fashion*<sup>114</sup> bedeutet das ein Hinterfragen des eigenen Systems und das Aufzeigen dessen, was die Mode zuvor unter Verschluss hielt. Das kann sich nicht nur in der Kreation und Verarbeitung von Mode zeigen, sondern auch in der Auswahl von Orten der Präsentation oder sogar in der Wahl der Models.

Alison Gill, auf deren Erklärung die Definition von *Deconstruction Fashion* beruht, gebraucht das Wort *deconstruction*, um einen Kleidungsstil zu beschreiben, und verwendet den Terminus *Deconstruction Fashion*, um die Beziehung zwischen dem Modestil und seiner inspirierenden Quelle der Philosophie zu benennen. Die beiden Termini *deconstruction* und *Deconstruction Fashion* werden in diesem Sinne weiterverwendet.

Als die Hauptvertreter der *Deconstruction Fashion* gelten u. a. die Mitglieder der *Antwerp Six* (Ann Demeulemeester, Walter Van Beirendonck, Dries van Noten etc.), *Maison Martin Margiela* und Rei Kawakubo von *Comme des Garçons*. In ihrer dekonstruktiven Praxis verknüpfen sich philosophische Überlegungen mit konzeptuell-künstlerischen Arbeits- und Ausdrucksweisen.

In Anlehnung an Derridas Beschreibung versteht man also die Zusammenarbeit der Mode mit der philosophischen Herangehensweise der Dekonstruktion als eine Möglichkeit oder auch Perspektive, das eigene System neu zu interpretieren und zu verstehen. Dabei soll es weniger um eine Deutung von „gut“ oder „schlecht“ gehen, sondern vielmehr um eine flexible Denkweise, sich mit dem System der Mode kritisch auseinanderzusetzen. Es ist ein philosophischer Diskurs, dessen sich die *Mode nach der Mode* bedient, an dem sie sich orientiert und von dem sie sich inspirieren lässt.<sup>115</sup>

Allerdings bedeutet *Deconstruction Fashion* keine Auflösung der Mode an sich oder sogar den Zerfall ihrer bisherigen Errungenschaften und Traditionen.<sup>116</sup> Vielmehr handelt es sich

---

<sup>111</sup> Derrida, Jacques: Letter to a Japanese Friend. Quelle:

<http://literature.sdsu.edu/library/derridaletter.html>, Stand: 19.03.2009.

<sup>112</sup> Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 229.

<sup>113</sup> Koda, Harold; Martin, Richard: *Infra-Apparel*. Katalog der gleichnamigen Ausstellung im Metropolitan Museum of Art. New York 1993, S. 94.

<sup>114</sup> Gill, Alison: *Deconstruction Fashion*. The Making of Unfinished, Decomposing and Re-assembled Clothes. In: *Fashion Theory*, Volume 2, Issue 1, 1998, S. 29.

<sup>115</sup> Ebd., S. 36.

<sup>116</sup> Spindler, Amy M.: *Coming Apart*. Quelle: <http://www.nytimes.com/1993/07/25/style/coming-apart.html>, Stand: 10.08.2009.

um eine Avantgarde-Mode mit dem Anspruch der selbstreflexiven Analyse, ohne die eigene Geschichte zu verneinen oder um der Zukunft willen auszuklammern. *Deconstruction Fashion* ist eine Auto-Kritik am eigenen System der schillernden Oberflächen, des perfekten Moments der Präsentation, eine Kritik an den Dimensionen von Zeit und Raum, an den Herstellungsprozessen, an Glamour und Luxus, an Geschlechterkonstruktion etc.<sup>117</sup>

Auch in Bezug auf das Material kann es zu Mißverständnissen führen, wenn man *Deconstruction Fashion* mit bloßer Zerstörung in Verbindung bringt. Anfang der 1990er Jahre wurden Kleidungsstücke der *Deconstruction Fashion* als *La Mode Destroy*<sup>118</sup> bezeichnet, da sie typischerweise Eigenschaften wie Unfertigkeit, Transparenz oder auch Grunge zur Schau stellten. In der Verarbeitung solcher Kleidungsstücke waren die Herstellungsformen Recycling, Wiederverwertung oder Wiederentdeckung (im Sinne von Vintage oder auch Secondhand) ausschlaggebend. Dadurch sah die *Deconstruction Fashion* unfertig oder sogar ruiniert aus.<sup>119</sup>

Dass solche Methoden das Material keineswegs wahllos einsetzen, sondern dass dahinter ein komplexer und konzeptueller Gedanke steht, der u. a. den Schein der Mode oder das System an sich hinterfragt, zeigt sich in den beiden folgenden Zitaten von Martin Margiela und Rei Kawakubo von *Comme des Garçons*:

„I [Martin Margiela] don't understand why everyone calls my style destroy (...). When I recut clothes, old or new, it's to transform them, not to destroy them. It's my way of bringing them back to life in another form.“<sup>120</sup>

„I'm [Rei Kawakubo] not breaking something, I'm rebuilding. Too much importance has been placed on slick, polished images. I show clothes that aren't finished and expose their construction to indicate the value of things that are primitive and imperfect.“<sup>121</sup>

In der Auseinandersetzung der *Mode nach der Mode* mit dem eigenen Modesystem und dessen Herstellungs- sowie Arbeitsweisen, entstanden seit Beginn der 1980er Jahre vier mögliche Interpretationen – im Sinne von Modestilen – dieser Bewegung, die das *deconstructive* Denken und Handeln exemplarisch widerspiegeln: *Anti-Fashion* (Statement gegen modische Konformität, das Aufbrechen von Tabus), *Zeitgeist* (Mode als zeitgleiches Spiegelbild der Gesellschaft), *Eco-Fashion* (ökologisch bedachte Mode) und *Theoretical*

---

<sup>117</sup> Gill, Alison: *Deconstruction Fashion. The Making of Unfinished, Decomposing and Re-assembled Clothes*. In: *Fashion Theory*, Volume 2, Issue 1, 1998, S. 38.

<sup>118</sup> Vgl. Betts, Katherine: *La Mode Destroy*. In: *Vogue America*. May 1992, S. 106-110.

<sup>119</sup> Gill, Alison: *Deconstruction Fashion. The Making of Unfinished, Decomposing and Re-assembled Clothes*. In: *Fashion Theory*, Volume 2, Issue 1, 1998, S. 34.

<sup>120</sup> Eins der wenigen Interviews, in denen das Modehaus *Maison Martin Margiela* nicht wie üblich in der 3. Person von sich spricht, sondern Martin Margiela persönlich.

Betts, Katherine: *La Mode Destroy*. In: *Vogue America*. May 1992, S. 110.

<sup>121</sup> Ebd.

*Dress* (die Zeichen der Herstellung nach außen kehren; die Interaktion zwischen Körper, Kleidung und Verarbeitung hinterfragen und am Kleidungsstück zum Ausdruck bringen).<sup>122</sup>

Das Haus *Maison Martin Margiela* greift all diese Stile am unverfälschtesten und radikalsten auf und führt ihre Kollektionen zu einem künstlerischen Ausdruck par excellence. Die Kategorisierung „dekonstruktive Mode“ erhielt das Label schon im Oktober 1988, als *Maison Martin Margiela* seine Debutkollektion Frühling/Sommer 1989 in Paris präsentierte.<sup>123</sup> Gerade im Bezug auf das Verhältnis von Mode und Kunst sind seine Kreationen und Präsentationen von hoher Bedeutung. Nicht nur, weil sie mittlerweile Ausstellungsobjekte in Kunstmuseen sind, sondern auch, weil das Haus wesentlichen Einfluss auf andere ModeschöpferInnen ausübte und sie in ihren Herangehensweisen bis heute inspiriert.

---

<sup>122</sup> Gill, Alison: Deconstruction Fashion. The Making of Unfinished, Decomposing and Re-assembled Clothes. In: Fashion Theory, Volume 2, Issue 1, 1998, S. 32ff.

<sup>123</sup> Vgl. Frankel, Susannah: Martin Margiela – Fashion's invisible superstar. Quelle: <http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/features/martin-margiela-fashions-invisible-superstar-868562.html>, Stand: 18.03.2009.

## 5. Mode als Kunst

Die Grenzen zwischen Mode und Kunst werden immer durchlässiger. Die Mode inspiriert sich nicht nur an der Kunst und schöpft daraus ihre Ideen für Kreationen und Präsentationen, sondern eine Avantgarde unter ModedesignerInnen setzt sich konzeptuell-künstlerisch mit ihrem eigenen System und anderen kulturellen Praktiken auseinander. Die Kunst selbst hat ihr Selbstverständnis gegenüber Zweck und Kommerzialität gewandelt und öffnet sich den Herangehensweisen und Inszenierungen der ModemacherInnen.

Ein Beispiel für eine Annäherung sind die schon zuvor genannten Museen, wie das Museum Boijmans Van Beuningen in Rotterdam oder das Costume Institute des Metropolitan Museum of Art in New York, die das Verbindende zwischen beiden Phänomenen zu finden suchen und immer wieder Ausstellungen organisieren, die Mode und Kunst gleichberechtigt nebeneinander darstellen. Die Präsenz von ModeschöpferInnen und Mode im musealen Kunstkontext seit mehr als zwei Jahrzehnten zeigt, dass der Diskurs über Mode und Kunst längst die öffentliche Meinung erreicht hat.

Die Kuratoren Richard Martin (1947-1999) und Harold Koda arbeiteten seit 1980 gemeinsam an Ausstellungen für das Costume Institute am Metropolitan Museum of Art in New York. Neben zahlreichen Ausstellungen und Publikationen haben sich beide intensiv mit dem Phänomen Mode als Kunst sowie der Mode als Alltagsphänomen nicht nur kunsthistorisch, sondern auch kulturwissenschaftlich auseinandergesetzt.

In ihrer Meinung über Mode als Kunst geben Martin und Koda wichtige Anregungen für eine weiterführende Auseinandersetzung mit diesen beiden Phänomenen: Beide Kuratoren gehen davon aus, dass Kleidungsstücke komplexe ästhetische Gebilde sein können, die viel über Geschmack, Technologien und soziale Gepflogenheiten ihrer Zeit zu erzählen haben. Das hat zur Voraussetzung, dass ihre SchöpferInnen fähig sind, die Komponenten dieses gesellschaftlichen Produkts oder auch des Phänomens Mode durch ihre Kreativität und ihre Interpretationen zum Ausdruck zu bringen. Martin sowie Koda erkennen DesignerInnen als KünstlerInnen an, weil sie deutliche Empfindsamkeit für die Geschichte ihres Mediums zeigen, die Gabe besitzen, dessen Traditionen und Formen neu zu überdenken, und diese interdisziplinär im Sinne anderer Kunstformen neu interpretieren und darstellen.<sup>124</sup> Im Sinne dieser Aussage werden die im letzten Abschnitt besprochenen Arbeitsbeispiele von ModeschöpferInnen, die sich der Philosophie und Methode einer *Mode nach der Mode* verschrieben haben, als eine Form von Kunst betrachtet. Die spezifischen

---

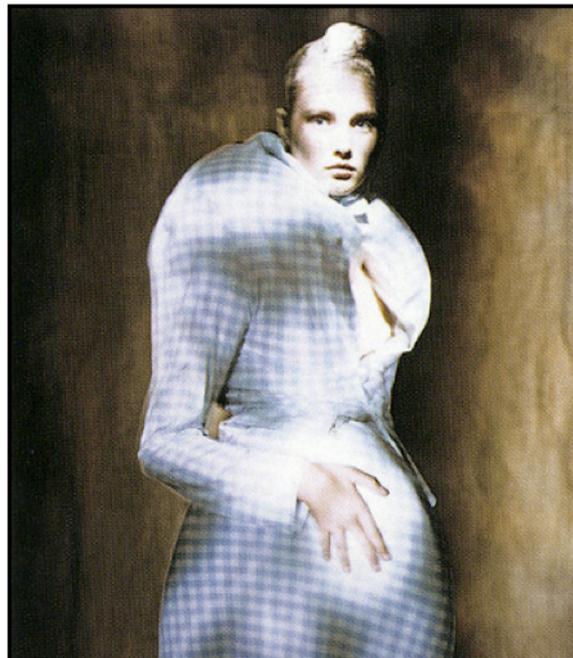
<sup>124</sup> Smith, Roberta: Review/Art. How Underwear Became Outerwear. Quelle: <http://www.nytimes.com/1993/05/14/arts/review-art-how-underwear-became-outerwear.html>, Stand: 12.09.2009.

Rahmenbedingungen der Mode, v. a. die Bindung an den Körper und an den Alltag, werden also dabei nicht als Defizite verstanden.

Eine wichtige Voraussetzung für weitere Überlegungen ist, dass Kleidermode im Gegensatz zur Kunst stets an den Körper gebunden bleibt. Die folgenden Beispiele künstlerischer Herangehensweisen von Mode beschäftigen sich zwar mit dem Modesystem an sich, beziehen sich aber stets rückwirkend auf den menschlichen Körper als Träger bzw. Medium ihrer visuellen Kunst.

Des Weiteren wird von einer Mode als ästhetischem Alltagsphänomen ausgegangen, die eine Schnittstelle zwischen textilen Formen und gesellschaftlichen Auseinandersetzungen darstellt. Mode ist somit eine Art von Kleidung mit einer weiteren Bedeutungsebene, die über ihre Funktion, den Körper zu schützen und zu bedecken, hinausgeht:

Dies kann sich im Sinne einer konzeptuellen Arbeit zeigen, wie bei Hussein Chalayans Kollektion *Afterwords* im Herbst/Winter 2000/01, in der aus Möbelstücken plötzlich Kleider und Koffer entstehen; durch eine Deformierung des Körpers, wie bei Comme des Garçons' *Body Meets Dress* im Frühling/Sommer 1997 (s. Abb. 12), in der das traditionelle Verständnis von Körperform und Silhouette hinterfragt wurde; oder durch ihre Materialität, zu sehen bei Alexander McQueens *Voss* im Frühling/Sommer 2001, einer Mischung aus untragbaren Avantgarde-Kleidern und *Prêt-à-porter*-Stücken.<sup>125</sup>



**Abb. 12: Comme des Garçon *Body Meets Dress* Frühling/Sommer 1997.**

---

<sup>125</sup> Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen und Innovationen. Berlin 2007, S. 205-206.

Die Ambivalenz der Mode, zwischen Standpunkten und Auffassungen flexibel hin und her zu wechseln und genau aus den Gegensätzen (wie Kunst und Kommerz oder Natürlichkeit und Künstlichkeit) ihre Energie für Inspiration und Innovation zu ziehen, zeigt sich exemplarisch an *Maison Martin Margiela* (MMM). Zum einen sind die Kreationen und Präsentationen des Modehauses beispielhaft in ihrem künstlerischen Ausdruck und in ihren Ambitionen, die schillernde Modwelt zu hinterfragen, zum anderen werden Widersprüche hinsichtlich der Philosophie des Hauses als selbstkritische Instanz und des tatsächlichen Umgangs mit einer kommerziellen Vermarktung deutlich. Auch wenn MMM seine Kommerzialität nie geleugnet hat und sich selbst mehr zum Schneiderhandwerk als zur Schneiderkunst zählt, ist ein Hinweis auf vorhandene Widersprüchlichkeiten wichtig, verdeutlichen sie doch die komplexe Beschaffenheit des Prozesses: wie Mode entsteht, sich letztendlich verkauft und dennoch Kunst sein kann.

Im folgenden Kapitel werden neben anderen künstlerischen Beispielen aus der *Mode nach der Mode* diese Widersprüche – anhand von Vergleichen von MMMs Philosophie mit seiner Auslegung in der Praxis – genauer skizziert.

## **5.1. Beispiele künstlerischer Arbeiten einer *Mode nach der Mode***

### **5.1.1. *Maison Martin Margiela***

Immer mehr Faktoren wie Alltagskultur, neue Medien und Technologien fanden Zutritt zur Kunst und lösten die strengen Normen eines elitären Kunstverständnisses auf.<sup>126</sup> Die Mode stellt somit nur ein weiteres Glied in der Kette neuer Perspektiven für die Kunst dar.

Inderdisziplinäres Handeln, künstlerische Herangehensweisen und Selbstreflexion am eigenen System sind für eine Mode als Kunst nicht nur wichtig, sondern auch notwendig. Während aber die Kunst ihre Möglichkeiten erweitert, wird „ihr altbackener und terminologisch [...] ziemlich verbrämter Meisterdiskurs widerstandslos auf andere Kulturfelder, allen voran die Mode“<sup>127</sup>, übertragen. Das „KünstlerInnensubjekt-System“, von dem Yvonne Volkart spricht, macht auf eine scheinbare „Aufwertung von Mode zu Kunst“ und eine scheinbare „Abwertung von Kunst zu Mode“ in den zuvor besprochenen

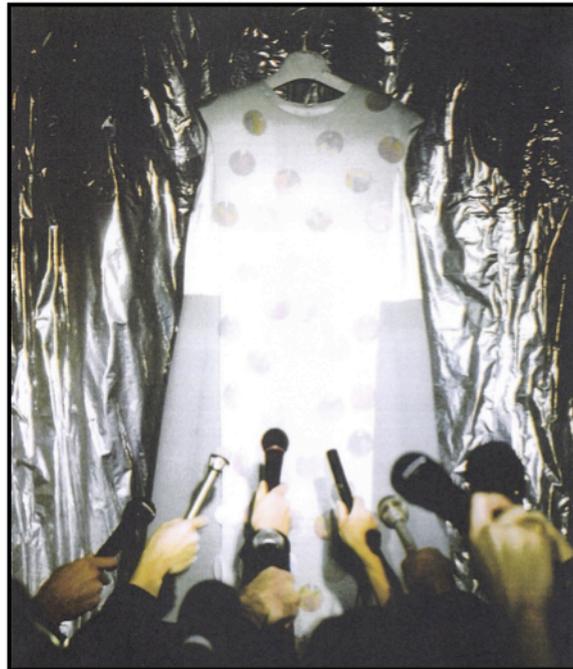
---

<sup>126</sup> Vgl. Volkart, Yvonne: Lust und Widerstand: Mode und Kunst anders machen. Quelle: [http://www.xcult.org/volkart/pub\\_d/essays/lustundwiderstand.html](http://www.xcult.org/volkart/pub_d/essays/lustundwiderstand.html), 29.10.2008.

<sup>127</sup> Ebd.

Abhandlungen aufmerksam.<sup>128</sup> Eine Entwicklung, die bisher von nur wenigen ModedesignerInnen kritisch betrachtet wurde.

Als Martin Margiela 1988 zusammen mit Jenny Meirens das Label *Maison Martin Margiela* gründete, war die Modewelt von exzentrischen ModeschöpferInnen dominiert. Das Modehaus *Maison Martin Margiela*, im Laufe dieser Arbeit als MMM abgekürzt, wollte diesem narzisstischen Phänomen entgegenwirken. Margiela und Meirens nahmen sich als Personen zurück und stellten dem Label das französische Wort für Haus bzw. Firma „Maison“ voran. Es ist zum einen ein Verweis auf die Anerkennung der nötigen Teamarbeit für die Herstellung von Mode und kennzeichnet zum anderen Margielas sowie Meirens Ablehnung gegenüber einer alleinigen Autorschaft. Auch die Mitarbeiter des Modehauses unterliegen dieser strengen Anonymität. Die Kleider sollen für sich selbst sprechen (s. Abb. 13), unabhängig vom Celebrity-Kult, wie ihn die Modewelt – angefangen mit den Modeschöpfern Frederic Worth und Paul Poiret (1879-1944) und heute mit berühmten Persönlichkeiten aus dem Film-/Musikbusiness oder Modelgesichtern wie dem der Kate Moss – zelebriert.



**Abb. 13: Die Kleider des Modehauses *Maison Martin Margiela* sollen für sich selbst sprechen.**

---

<sup>128</sup> Volkart, Yvonne: Lust und Widerstand: Mode und Kunst anders machen. Quelle: [http://www.xcult.org/volkart/pub\\_d/essays/lustundwiderstand.html](http://www.xcult.org/volkart/pub_d/essays/lustundwiderstand.html), 29.10.2008.

Bedenkt man den vollen Namen Martin Margielas in der Bezeichnung seines Labels, wird eine Diskrepanz zur eigentlichen Aussage deutlich. *Maison Martin Margiela* bezeichnen sich zwar als Modehaus im Kollektiv und vermeiden die alleinige Autorschaft ihrer modischen Kreationen, dennoch spielt der persönliche Name Margielas eine tragende Rolle, während der Name von Jenny Meirens mit keiner Silbe auftaucht. Liest man die zahlreichen journalistischen Beiträge in Magazinen oder auch im Internet, wird meist von Margiela als Person und nicht vom Modehaus an sich gesprochen. Ebenso verfährt man mit der japanischen Designerin Rei Kawakubo, die schon 1969 unter dem Namen *Comme des Garçons* debütierte, der eigentlich, im Gegensatz zu Modehäusern wie Yves Saint Laurent oder Christian Dior, die Person des Modeschöpfers verschweigt. Nur in den wenigen Interviews, die in der 1. Person Plural ausschließlich über Fax oder per Email übermittelt werden, wird das Haus Margiela als Team ersichtlich.

Das Spiel mit dem Inkognito wird auch trotz Margielas Rückzug aus dem Modebusiness weitergeführt. Im Oktober 2009 erklärte der jetzige Firmeninhaber des Modehauses MMM und Besitzer des Konzern-Riesen *Diesel*, Renzo Rosso, dass Martin Margiela schon seit einiger Zeit nicht mehr dem Hause angehört und nun offiziell durch ein neues Kreativ-Team ersetzt wurde. Allerdings bedeutet dies, so Rosso, keinen Abbruch der Attraktivität des Hauses, und auch der bisherige Kurs eines Avantgarde-Modehauses würde weitergeführt werden, denn: „He is here but not here.“<sup>129</sup> Ein Zitat das aufzeigt, wie – entgegen der Firmenphilosophie – wichtig Martin Margiela für das Label ist und welchen Mythos er durch seine Abwesenheit als Person konstruierte.

Martin Margiela selbst gibt keine Interviews, verbeugte sich nicht am Ende seiner Modeschauen und hat Fotos von sich in der Öffentlichkeit bisher vermeiden können.<sup>130</sup> Einzige Ausnahme: ein Schnappschuss, den der brasilianische Modefotograf Marcio Madeira 1997 schoss und der erst 2008 in der New York Times publiziert wurde (s. Abb 14). Er ist der Thomas Pynchon<sup>131</sup> der Modewelt oder, wie Modejournalistin und Herausgeberin Susannah Frankel mit einem Augenzwinkern behauptet, „a figment of the industry’s imagination“.<sup>132</sup>

---

<sup>129</sup> Margiela is out at Margiela. Quelle: <http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/margiela-is-out-at-margiela-1798890.html>, Stand: 7.10.2009.

<sup>130</sup> Vgl. Debo, Kaat: Vorwort. In: *Maison Martin Margiela. '20' - The Exhibition* im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 5.

<sup>131</sup> Thomas Pynchon ist ein amerikanischer Literat, der sich seit den 1960er Jahren bewußt aus dem öffentlichen Leben zurückgezogen hat und von dem bis heute nur wenige jahrzehntealte Fotos überliefert sind.

<sup>132</sup> Frankel, Susannah: Martin Margiela – Fashion’s Invisible Superstar. Quelle: <http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/features/martin-margiela-fashions-invisible-superstar-868562.html>, Stand: 18.03.2009.



**Abb. 14: Martin Margiela himself 1997.**

Die distanzierte Haltung des Modehauses gegenüber einem vorherrschenden Marken- und Personenkult zeigt sich auch in der Wahl des Etiketts, das auf ein Minimum reduziert wurde (siehe Abb. 15). Das Label an sich ist als Markenzeichen mit hohem Erkennungswert ein wichtiger Bestandteil der Vermarktung. Es ist die Signatur eines Modeschöpfers und zeugt von der Authentizität der Kleidung. MMMs Label für seine Hauptkollektion ist ein weißes Rechteck aus Baumwolle ohne Aufschrift und per Hand an allen vier Ecken mit weißen Fäden eingenäht, die an der Außenseite des Kleidungsstückes sichtbar bleiben. Ein Label, das im ersten Moment irritiert und an einen Herstellungsfehler glauben lässt, sich aber gerade wegen diesem außergewöhnlichen Einfall gut verkauft und im Laufe der Zeit wie ein grafisches Symbol in das Gedächtnis jedes Fashionvictims und Modejournalisten eingebrannt hat.<sup>133</sup> Die Intention dahinter ist zwar auch die Zurückweisung einer alleinigen Autorschaft, aber vor allen Dingen eine ironische und kritische Reaktion auf ein sehr mächtiges Marketinginstrument.

Alle weiteren Kollektionen – wie die Accessoires für Männer und Frauen oder die Brillen-Kollektion – werden auf dem Label ohne weitere Beschreibung durch eine Nummer (0-23) in einem Kreis gekennzeichnet: die konsequente Bezeichnung einer Produktkette, die in ihrer Aufzählung die Pragmatik von Herstellung und Vertrieb repräsentiert.

---

<sup>133</sup> Debo, Kaat: Vorwort. In: Maison Martin Margiela. '20' - The Exhibition im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 7.



**Abb. 15: Das weiße Label von *Maison Martin Margiela*.**

Das Haus Martin Margiela versteht sich als ein Zusammenschluß von Menschen mit verschiedenen Fähigkeiten und Ausbildungen, mit deren Hilfe das Produkt MMM in seiner Vielfalt überhaupt erst realisierbar ist. Susannah Frankel zitiert einen Auszug aus einem Statement des Hauses:

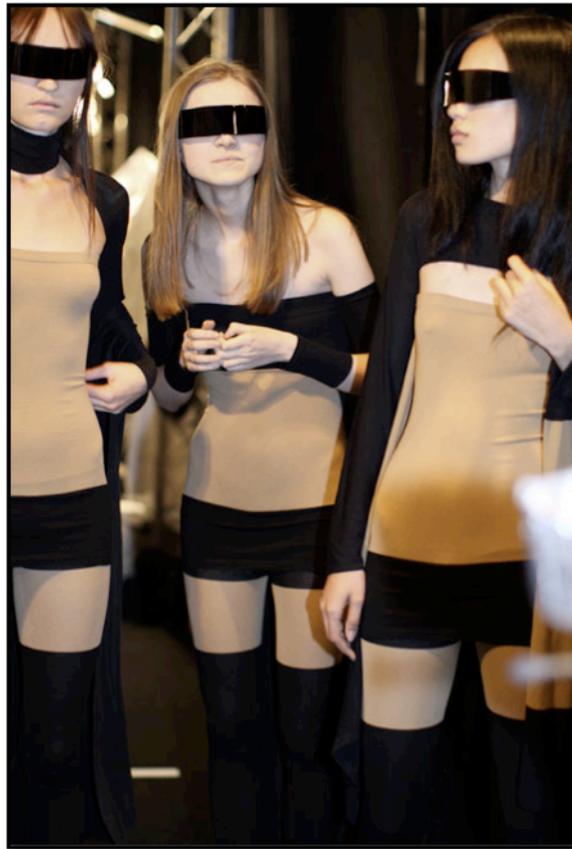
„The garment itself and the collection of garments around it may only be the result of the work of many heads, hearts and hands. [...] It may be considered that a designer expresses a viewpoint and approach through his or her own work and the work of all the other members of the team that surrounds them. It is also true that the many others working on the garments and for a house – assistants, pattern-cutters, tailors, commercial staff – also express their expertise and sensitivity through the work of a designer.“<sup>134</sup>

---

<sup>134</sup> Vgl. Frankel, Susannah: Martin Margiela – Fashion’s invisible superstar. Quelle: <http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/features/martin-margiela-fashions-invisible-superstar-868562.html>, Stand: 18.03.2009.

Mode wird somit als ein „universelles Gestaltungsprinzip“<sup>135</sup> verstanden, das nicht nur die Vielfalt menschlicher Anschauungen auszudrücken vermag, sondern auch in seinem Wesen erst durch viele SchöpferInnen und durch interdisziplinäre Inspirationen überhaupt erst gewachsen ist.

Aber nicht nur die gesamte Belegschaft des Modehauses bleibt anonym, auch den Models werden die Gesichter bis zur Unkenntlichkeit verdeckt, sei es mit übergroßen Sonnenbrillen, die an den schwarzen Zensur-Balken erinnern (s. Abb. 16), oder mit Perücken, die tief ins Gesicht hängen. MMM weigert sich strikt, Topmodels einzusetzen. Neben Freunden aus dem näheren Umfeld werden zwar auch professionelle Models engagiert, dennoch orientiert sich die Auswahl weniger an Körpermaßen oder Proportionen, als an Persönlichkeit und Charisma.



**Abb. 16: Models der Frühling/Sommer-Kollektion 2008.**

---

<sup>135</sup> König, René: Menschheit auf dem Laufsteg. Die Mode im Zivilisationsprozess. Neu hrsg. von Hans Peter Thurn. Opladen 1999, S. 37.

Das Konzept der Reduktion auf das Wesentliche, allen voran in der Kleidermode, macht auch nicht vor den Räumlichkeiten des Hauses MMM halt: Alles ist in verschiedenen Weiß-Tönen gehalten, die mit ihren unterschiedlichen Schattierungen und Oberflächen (raue Struktur, fehlerhafter Anstrich) den Alterungsprozess und den Umstand der Vergänglichkeit darstellen. Die Wände, die Möbel, sogar die Mitarbeiter tragen weiße Kittel (vgl. Abb. 20), die an die Arbeitskleidung der pariser *Haute Couture*-Ateliers erinnern sollen, aber im Zusammenspiel mit den weißen Wänden eher an Mitarbeiter eines Chemie-Labors denken lassen. Die sogenannte *blouse blanche* ist eine Form von Uniform ohne Autoritätsabzeichen oder Funktionszugehörigkeit. Jeder bei MMM, egal welche Profession er/sie ausübt, ist verpflichtet, diese zu tragen.<sup>136</sup>

Diese Labor-Ästhetik lässt das eigentliche Modeatelier eines Schneiders ziemlich alt aussehen. Bei MMM wird dadurch eine neue Arbeitsplatz-Situation für ModeschöpferInnen geschaffen, die neben einer anonymen und gleichberechtigten Atmosphäre ein bestimmtes Bild vermitteln soll: In diesem Haus entstehen die neuesten modischen Innovationen durch ständige Experimente und interdisziplinäres Arbeiten, unter der Voraussetzung höchster Konzentration. Das verstaubte Modeatelier, in der ein einzelner Modeschöpfer seinen Inspirationen und Kreationen nachgeht und das Produkt von helfenden Händen realisieren lässt, hat somit ausgedient. Dies bedeutet, dass das veränderte Bild der Mode, als ein komplexes soziokulturelles Phänomen mit ästhetischem Anspruch, einen geeigneten Raum zur Entfaltung und Herstellung benötigt. In MMMs Labor wird gemeinsam am Produkt Mode gearbeitet, und somit ist auch jede/r MitarbeiterIn, ob BüglerIn oder ZuschneiderIn, UrheberIn dieser Mode.

Obwohl das Modehaus durch die Wahl eines Anti-Labels und den Verzicht öffentlicher Präsenz Martin Margielas vordergründig nicht kommerziell wirkt, verkaufen sich seine Kleider extrem gut. Das Versteckspiel der Person Margielas und der weiße Fleck als Marke erschufen demnach einen Mythos, der nicht nur einen breiten Absatzmarkt erreicht, sondern auch eine immense Aufmerksamkeit erregt. Die scheinbare Anti-Marke Margielas wurde gerade durch die Extravaganz des „Anti“ zu einer Marke: ein weiterer Umstand, in dem sich die Ambivalenz der Mode darstellt. Zu benken ist auch die Firmenübertragung 2002 an den Konzern-Riesen *Diesel* von Renzo Rosso<sup>137</sup>, die den wirtschaftlichen Aspekt, dem sich auch das Haus Margiela nicht entziehen kann, nochmals unterstreicht.

Der Einfluss, den MMMs konzeptuelles und selbstkritisches Denken auf die Modewelt ausübt, ist allerdings bemerkenswert. Viele Designer-KollegInnen oder Menschen, die mit

---

<sup>136</sup> Vgl. Debo, Kaat: Vorwort. In: Maison Martin Margiela. `20` - The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 8.

<sup>137</sup> Vgl. Frankel, Susannah: Martin Margiela – Fashion's invisible superstar. Quelle: <http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/features/martin-margiela-fashions-invisible-superstar-868562.html>, Stand: 18.03.2009.

Mode anderweitig zu tun haben, tragen MMM: die Herausgeberin der französischen Vogue Carine Roitfeld ebenso wie Balenciagas Kreativchef Nicolas Ghesquiere oder Rei Kawakubo von *Comme des Garçons* und andere mehr.<sup>138</sup> MMM beeinflusste eine ganze Generation von DesignerInnen, und bis heute berufen sich viele auf seine Ideen und Visionen. Immer wieder trifft man in anderen Kollektionen auf Referenzen, die sich auf MMMs ästhetisches Verständnis zurückführen lassen. So auch 2007 bei Modedesigner Marc Jacobs, dem Suzy Menkes, eine der wichtigsten zeitgenössischen ModekritikerInnen, sogar Plagiat vorgeworfen hatte. Seine Verteidigung dazu lautete:

„I've never denied how influenced I am by Margiela or by Rei Kawakubo, those are people that inspire my work. I don't hide that... Everyone is influenced by Comme des Garçons and by Martin Margiela. Anybody who's aware of what life is in a contemporary world is influenced by those designers.“<sup>139</sup>

Die Tatsache der Kopie in den Kollektionen anderer DesignerInnen zeigt einen interessanten Aspekt auf: wie sehr „in Mode“ eigentlich *Maison Martin Margiela* ist, wenn er nicht nur auf der Straße selbst von seinen KundInnen getragen wird, sondern sich auch als Referenz in den Kreationen seiner KollegInnen wiederfindet. Die Gefahr, dass die Marke MMM mehr kopiert wird, als nur Inspirationsquelle oder Zitat zu sein, besteht dennoch. Das Modehaus erklärt in einem seiner raren Interviews seine persönliche Sichtweise zu diesem Umstand und erklärt die Auswirkungen für die Zukunft der GestalterInnen:

„Das ist ein ganz altes und sehr emotional diskutiertes Thema. Es macht einen Unterschied, ob man kopiert wird oder als Inspirationsquelle fungiert. Eine direkte Kopie tut natürlich jedem irgendwie weh, egal ob einer großen Marke oder einem kleinen Designer. Es ist nicht so schlimm, wenn es erst dann passiert, wenn es zu den Leuten durchgedrungen ist, wer der eigentliche Urheber ist, oder wenn es dem Unternehmen mehr Aufmerksamkeit und Umsatz beschert. Es kommt so oft vor, dass Entwürfe nachgemacht werden, noch bevor der Designer selbst Zeit hatte, sie zu produzieren und in die Läden zu bringen. Die Ausmaße, die der Ideenklau mittlerweile angenommen hat, sind fast schon zynisch. Entwürfe werden nicht nur kopiert, sondern auch noch anderen Urhebern, Prominenten zugesprochen. Da werden Leute als Designer vorgestellt, die vielleicht viele Platten verkaufen, aber eben keine Designer

---

<sup>138</sup> Vgl. Frankel, Susannah: Martin Margiela – Fashion's invisible superstar. Quelle: <http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/features/martin-margiela-fashions-invisible-superstar-868562.html>, Stand: 18.03.2009.

<sup>139</sup> Ebd.

sind. Es gibt nichts Respektloseres einem wirklichen, ausgebildeten Designer gegenüber.“<sup>140</sup>

Obwohl MMM die alleinige Autorschaft seiner Werke ablehnt, ist ihm die Urheberschaft auf Kreationen seiner Marke gegenüber der Öffentlichkeit sehr wichtig. Erwähnt wird nur das Berufsfeld der DesignerInnen, die unter den Ausmaß der Kopien leiden. Das eigentliche und nach außen hin propagierte Kollektiv Margiela, das aus vielen StylistInnen, NäherInnen oder anderen ZuarbeiterInnen besteht, wird hier nicht erwähnt. Die Kopie ist diesmal kein spielerisches Moment einer künstlerischen Herangehensweise, sondern eine bedrohliche Tatsache, die sich nicht vermeiden lässt.

Die Kopie als Ausdrucksform konzeptuell-künstlerischer Gedanken wie bei MMM ist im Sinne einer postmodernen Kunst als *Appropriation Art* bekannt und auch der Mode von ihrem Wesen her nicht fremd. Die vier verschiedenen Modestile einer *Mode nach der Mode* (s. Kapitel 4.3) bedienen sich in ihren Grundzügen jener Kunstform. Diese Stile (u. a. *Zeitgeist* oder *Theoretical Dress*) beschäftigen sich mit den Aspekten einer *Appropriation Art*, indem sie Elemente aus anderer Kleidermode nicht nur adaptieren oder recyceln, sondern auch Referenzen aus einem vergangenen oder einem aktuellen Umfeld ziehen und in ihren Kollektionen zum Ausdruck bringen. Alison Gill spricht dabei von den vier R-Gesetzen einer *Deconstruction Fashion*: „reduce“, „reuse“, „recycle“ und „recover“.<sup>141</sup>

Mode entsteht durch den Akt der Kopie bzw. der Nachahmung oder Aneignung stilistischer Elemente. Modebewusste Menschen kopieren das Outfit ihres Vorbildes, ihres Lieblingsdesigners (den sie sich sonst im Original niemals hätten leisten können) oder den Stil anderer Leute und verbreiten dadurch einen gemeinsamen ästhetischen Geschmack.<sup>142</sup> Allerdings wird dabei das Vorbild nicht im Ganzen imitiert, sondern dient als „Anhaltspunkt, um eine eigene originelle Variante zu verwirklichen“<sup>143</sup>. Die Menschen wählen ein Outfit bewusst aus, in und mit dem sie in Erscheinung treten wollen. Dabei geht es nicht nur um ein körperliches Gefühl, sondern auch um ein zufriedenstellendes Selbstbild.<sup>144</sup> Die Kopie kann eine respektlose Reproduktion einer Vorlage sein oder eine ästhetische Handlung, in der die Nachahmung, im Sinne einer Neuinterpretation der Vorlage, eine originelle Erfindung ist:

„Die Abweichung erzeugt das Original, die Norm erzeugt Kopien.“<sup>145</sup>

---

<sup>140</sup> Funk, Uta; Work, Jeffrey: Re-Creation. Maison Martin Margiela. In: Sleek Magazine, Ausgabe Nr. 15. Before – After. An Issue About Eruptions, Eggs and Expeditions. Sommer 2007, S. 103.

<sup>141</sup> Vgl. Gill, Alison: Deconstruction Fashion. The Making of Unfinished, Decomposing and Re-assembled Clothes. In: Fashion Theory, Volume 2, Issue 1, 1998, S. 34.

<sup>142</sup> Hollander, Ann: Seeing Through Clothes. Berkelex, Los Angeles 1993, S. 315.

<sup>143</sup> Esposito, Elena: Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden. Paradoxien in der Mode. Frankfurt a.M. 2004, S. 175.

<sup>144</sup> Hollander, Ann: Seeing Through Clothes. Berkelex, Los Angeles 1993, S. 315.

<sup>145</sup> Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 115.



**Abb. 17: Zwei unterschiedliche Versionen von Trenchcoats der Marke MMM.**

**Abb a: Ein überdimensionaler Trenchcoat aus der Herbst/Winter 2006-2007 Kollektion.**

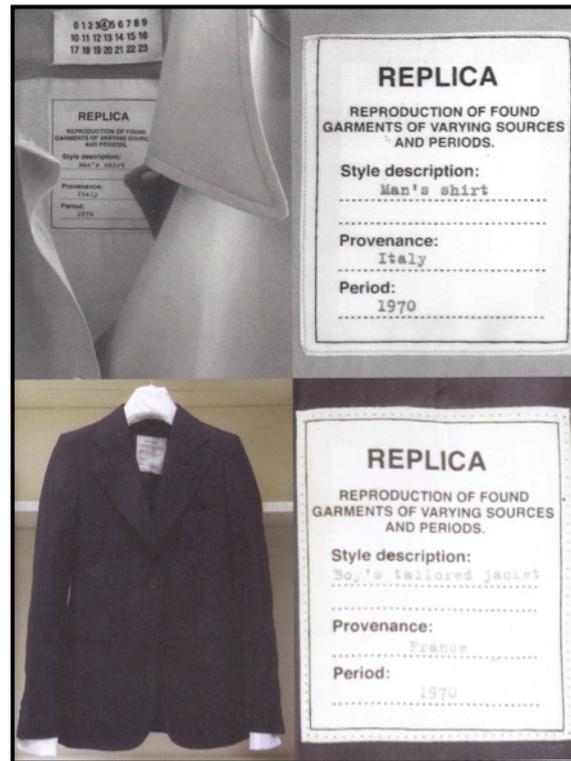
**Abb b: Vorder- und Rückenansicht eines Trenchcoat aus der Herbst/Winter 2005-2006 Kollektion. Die Schulter- und Halsführung wurde verlängert, so dass der Kragen als Kapuze genutzt werden kann.**

Das Haus Margiela ist selbst reich an Referenzen, u. a. zur *Haute Couture* und ihren handwerklichen Fähigkeiten, oder reich an Wiederholungen von Kleidungsstücken aus Kollektionen vergangener Saisonen, die immer wieder aufgegriffen und in neuere Kollektionen integriert werden. Die Kopie an sich stellt bei dieser Art der Verwendung keine größere „Gefahr“ mehr dar, eher ist die Nachahmung ein ironisches Stilmittel, um sich mit einem ästhetischen oder modegeschichtlichen Thema auseinanderzusetzen. Seit mehr als zwei Jahrzehnten beschäftigt sich MMM mit der Tradition westlicher Kleidung, in dem es immer wieder Variationen von Klassikern wie Smoking, Bluse oder Jeans entwirft. Aus einer Original-Vorlage, wie dem Klassiker Trenchcoat, können demnach viele verschiedene Versionen in Schnitt und Detail kreiert werden (siehe Abb. 17). Für eine Re-Interpretation althergebrachter Mode-Formen und Traditionen bedarf es dabei nicht nur genauen Wissens über Modegeschichte allein, sondern auch vorbildlichem schneiderhandwerklichen Könnens.<sup>146</sup>

Weitere Beispiele aus dem Hause MMM zum Thema Kopie und zur Ablehnung einer alleinigen Autorschaft modischer Kreationen sind die Reproduktionen von Secondhand-Kleidungsstücken aus verschiedenen Stilepochen namens *Replica* (s. Abb. 18). Diese

<sup>146</sup> Vgl. Beiheft der Ausstellung: Maison Martin Margiela. `20` - The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Haus der Kunst, München 2009.

*Replica*-Kleidungsstücke werden in laufende Kollektionen integriert und mit einem Extra-Schild über weitere Informationen zu Stil, Herkunft und Alter gekennzeichnet. Durch die ständige Präsenz von Mode in allen Lebenslagen und die gesammelten persönlichen Erfahrungen mit Mode lässt sich ein Einfluß vergangener Mode-Epochen nicht vermeiden, da sie als Quellen der Inspiration, wenn nicht bewußt, dann zumindest unbewußt, in die Kreationen der ModeschöpferInnen mit einfließen.



**Abb. 18: Beispiele aus der *Replica*-Serie.**

Die Authentizität eines Urhebers/einer Urheberin liegt also nicht in der Leugnung seiner Vorbilder und in seiner scheinbaren Autonomie gegenüber jeglichen Einflüssen, sondern im Sinn für Vielfalt und in der Kreativität, aus den zahlreichen Themen ein neues Werk zu erschaffen.<sup>147</sup>

Vor Nachahmung kann man sich nicht gänzlich schützen. Es kann immer wieder zu Entwürfen kommen, die sich parallel zu einem gleichartigen Werk entwickelt haben oder deren Idee in der Vergangenheit schon einmal entwickelt wurde. MMM ist sich dieses Umstands bewußt und hält sich daher mit Anschuldigungen zurück. Einen Hinweis auf eine

---

<sup>147</sup> Esposito, Elena: Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden. Paradoxien in der Mode. Frankfurt a.M. 2004, S. 49.

mögliche Lösung des Problems zeigt Margiela im weiteren Verlauf des schon zuvor genannten Interviews auf:

„Man kann nie sicher sein, ob jemand eine eigene Idee hatte oder eine andere kopiert hat. Es gibt nur einen Fall, in dem man sich sicher sein kann: Wenn man die Kopie eines eigenen Entwurfes sieht, von dem man wußte, daß er fehlerhaft war. Wenn dann der Fehler auch in der Kopie auftaucht, ist es wirklich eine.“<sup>148</sup>

Das Verständnis von Zeit ist in der Modewelt u. a. vom Rhythmus der Modeindustrie – Frühling/Sommer- und Herbst/Winter-Kollektionen – geprägt, dem sich auch ein Avantgarde-Modehaus wie MMM nicht entziehen kann. Ebenfalls wie andere Modehäuser präsentiert MMM seine Kollektionen zu den vorgegebenen Saisonen. Allein durch Wiederholung bestimmter Themen in den Kollektionen (z. B. überdimensionale Schnitte) oder durch die Verwendung von Kleidungsstücken aus vergangenen Kreationen versucht MMM, diesen Rhythmus zu durchbrechen. In diesem Interview-Auszug werden die saisonalen Verkaufszyklen von MMM sogar als eine Ressourcenverschwendung bezeichnet:

„Das Saisonprinzip hat uns [...] nie wirklich überzeugt. Es ist uns immer wichtiger gewesen, daß die Leute Zeit haben, sich eine Garderobe zusammenzustellen, die ihrer Persönlichkeit und Energie entspricht, als ein Design für eine Saison zu schaffen. Eine Modenschau ist so ziemlich der letzte Punkt, an dem sich der Designer über eine Kollektion ausdrücken kann. Danach gehen die Kleider in die Läden und gehören ihren zukünftigen Käufern. Wir finden es schade, wenn die Leute nur nach dem Saisonaspekt kaufen, das ist eine Verschwendung der Energie und Fertigkeiten, die in den Kleidern stecken.“<sup>149</sup>

In dieser Aussage steckt aber auch eine Aufforderung an die KonsumentInnen von Mode, diese über einen längeren Zeitraum zu tragen, als die von der Modeindustrie vorgeschriebenen Saisonen vorgeben. Allerdings ist dies ein Paradox, wenn man die Mode als Konsumartikel betrachtet, das sich vertreiben und verkaufen muss, um auch in der Zukunft sich erneuern und bestehen zu können. Der Fluss des Absatzmarktes würde somit zwar nicht stagnieren, jedoch um einiges gebremst werden. Ein Umstand, der auch Mode-Stile wie z. B. die *Eco-Fashion*, als ökologisch bedachte Mode mit dem Ziel ressourcenfreundlich und nachhaltig zu produzieren, betrifft.<sup>150</sup> Die italienische Soziologin Elena

---

<sup>148</sup> Funk, Uta; Work, Jeffrey: Re-Creation. Maison Martin Margiela. In: Sleek Magazine, Ausgabe Nr. 15. Before – After. An Issue About Eruptions, Eggs and Expeditions. Sommer 2007, S. 103-104.

<sup>149</sup> Ebd., S. 102.

<sup>150</sup> Vgl. Esposito, Elena: Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden. Paradoxien in der Mode. Frankfurt a.M. 2004.

Esposito setzt sich u. a. in ihrem Buch *Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden – Paradoxien in der Mode* mit diesem Thema auseinander.

Das selbstkritische Konzept der Hinterfragung des eigenen Referenzsystems respektive der Mode darf nicht als Kritik an anderen Modehäusern oder deren Methoden missverstanden werden. Ebenso wenig ist MMMs Mode als *anti-fashion* zu verstehen. Es ist nicht die Intention des Hauses, Modegeschichte zu annullieren. Vielmehr versucht MMM, der Schneiderzunft und ihren jahrhundertlang gewachsenen Traditionen Respekt zu erweisen, in dem sie die Geschichte der Mode als kreative Disziplin sowie als Handwerk immer wieder in ihren Kreationen zitieren.<sup>151</sup>

### 5.1.2. Weitere Beispiele künstlerischer Arbeiten

Die zuvor genannten Arbeiten einer konzeptuell-künstlerischen Auseinandersetzung *Maison Martin Margielas* mit dem Phänomen Mode bezogen sich vor allen Dingen auf den internen Bereich des Modesystems und auf eine Beschreibung der Firmen-Philosophie dieses Avantgarde-Modehauses: u. a. auf den Mythos des/r ModeschöpferIn als alleinige/r Urheber/in modischer Kreationen, das Label als Marketinginstrument, die Macht der saisonalen Verkaufs-Zyklen oder die Arbeitsplatzsituation von ModeschöpferInnen.

Im nächsten Abschnitt werden Arbeiten gezeigt, die sich mit dem Alltagsphänomen Mode beschäftigen, d. h. mit dem Körper, den Dimensionen wie Zeit und Raum etc., und somit eine Vielfalt an Themen aufzeigen, mit der sich ModeschöpferInnen einer *Mode nach der Mode* auseinandersetzen. Dabei werden Beispiele ihrer Kollektionen oder Modenschauen dargestellt, aber auch ihre Intentionen und Ideen, die hinter ihren konzeptuellen Arbeiten stecken.

„Die [...] durch Zeit und Raum kontextualisierte Kleidung ist als ein kulturelles Gesamtbild zu verstehen“, in der zahlreiche Dimensionen gesellschaftlichen Lebens wie Umwelt, Geschichte, Vorstellungen von Körper und Schönheit, verschiedene Generationen und

---

<sup>151</sup> Vgl. Debo, Kaat: Vorwort. In: *Maison Martin Margiela. '20' - The Exhibition*. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 3.

Geschlechter, etc. aufbewahrt und vermittelt werden.<sup>152</sup> Es sind Dimensionen, die sich immer wieder überschneiden und durch unterschiedliche Lebensarten sowie Auffassungen durchkreuzt werden und im Grunde genommen nicht getrennt voneinander betrachtet werden können. Aus diesem Grund wurde für den kommenden Abschnitt von einer starren Einteilung der Dimensionen (wie Zeit, Körper, Raum) abgesehen, so dass eine Vielfalt der verschiedenen Felder, auf der sich Mode künstlerisch betätigt und mit denen sie sich auseinandersetzt, aufgezeigt werden kann.

In der interdisziplinären Arbeit des britischen Modedesigners Hussein Chalayan wird diese Vielfalt an Perspektiven deutlich. Chalayan ist für seine intellektuelle Herangehensweise und seine unkonventionellen Fashionshows bekannt, in denen sich die Grenzen zwischen Mode und Kunst aufheben.

In seiner Kollektion *Afterwords* aus der Herbst/Winter-Saison in 2000-2001 beschäftigt sich Chalayan mit verschiedenen Dimensionen wie Zeit und Raum, mit menschlichen Ausnahmeständen und Erinnerungen aus seinem persönlichen Umfeld, die eine wichtige politische Aussage beinhalten. Für die Realisierung dieses interdisziplinären Projektes arbeitete Chalayan mit dem Produktdesigner Paul Topen<sup>153</sup> zusammen, der schon seit 1993 fester Bestandteil des Teams ist.

*Afterwords* (s. Abb. 19) erinnert an die Schrecken der Flucht in Kriegszeiten. Chalayan bezieht sich hier auf das Schicksal türkischer Zyprioten, die durch die ethnische Säuberung der Insel 1974 – die auch seine eigene Familie betraf – ihr ganzes Hab und Gut verloren. Nur allein mit der Kleidung am Körper gelang ihnen überstürzt die Flucht. Dieser Arbeit gingen Gespräche mit seiner eigenen Familie und anderen Zeitzeugen voraus, aus denen er die Idee und das Konzept entwickelte. Als Präsentationsform wählte er nicht den sonst üblichen Laufsteg, sondern entwarf dafür ein Bühnenbild, um das tragische Schauspiel als Performance darzustellen: Auf der als Wohnzimmer gestalteten Bühne waren Kleidungsstücke als Sesselüberzüge, Koffer als Stühle und ein Rock als Tisch getarnt. Erst die hinzukommenden Models entlarvten die Gegenstände als die neue Kollektion, indem sie die Objekte als Kleidungsstücke verwendeten. Die Transformation von Möbeln zu Kleidern ist eine Referenz an den plötzlichen Aufbruch und den Wunsch der Flüchtlinge, ihren Besitz zu behalten und mit sich führen zu können.<sup>154</sup>

---

<sup>152</sup> Mentges Gabriele: Für eine Kulturanthropologie des Textilen. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Berlin 2005, S. 25.

<sup>153</sup> Profil des Produktdesigners Paul Topen. Quelle: <http://www.craftscotland.org/paultopen.html>, Stand: 23.10.2009.

<sup>154</sup> Chalayan, Hussein: Beschreibung der Herbst/Winter 2000-2001 Kollektion *Afterwords*. Quelle: [http://www.husseinchalayan.com/#/art\\_projects.afterwords.overview/](http://www.husseinchalayan.com/#/art_projects.afterwords.overview/), Stand: 17.10.2009.



Abb. 19: Ausschnitte der Präsentation von Hussein Chalayans *Afterwords* Herbst/Winter 2000-2001.

In Hussein Chalayans *Afterwords* werden nicht nur die Flexibilität von Raum und die Grenzen von Zeit erforscht, sondern auch die Möglichkeiten von Ästhetik und politischer Aussagekraft: ein Beispiel dafür, dass Mode sich nicht allein mit Oberflächlichkeiten wie Glamour und Schönheit beschäftigen muss, sondern sich auch mit politischen Themen wie Verfolgung und Krieg auseinandersetzen kann.

Für die konzeptuell-künstlerisch arbeitenden ModeschöpferInnen nimmt der Körper, als Träger von Mode, eine zentrale Rolle ein. Denn Mode bleibt im Gegensatz zur Kunst immer an den menschlichen Körper gebunden. Für die *Mode nach der Mode* gilt demnach, dass trotz ihrer künstlerischen Herangehensweisen und Präsentationsformen der Körper als Ausgangspunkt ihrer Gestaltung erhalten bleibt. Kleidermode kann ohne die Referenz zum Körper nicht als solche erkannt und verstanden werden.<sup>155</sup>

Das bedeutet jedoch nicht, dass der physische Körper in der Präsentation von Mode, sei es auf Modeschauen oder auch im Museum, anwesend sein muss.<sup>156</sup> Einige Beispiele künstlerischer Auseinandersetzungen lassen in ihrer Präsentation oft einen physischen Körper vermissen und wirken trotz seiner Abwesenheit allein durch die Kraft ihres visuellen Ausdrucks. Der Körper als Ausgangspunkt bleibt auch im Ausdruck der Mode als Zitat erhalten und lässt Kleidung nicht bloß als leere Hülle zurück.<sup>157</sup>

Das Modehaus *Maison Martin Margiela* demonstrierte in seiner Präsentation der Herbst/Winter-2002/2003-Kollektion die An- und Abwesenheit des Körpers. In weißer Baumwolle eingenähte Accessoires und Kleidungsstücke der *Artisanal*-Kollektion wurden von eigenen Mitarbeitern in ihrer typischen *blouse blanche* in einer Glasvitrine präsentiert (s. Abb. 20). Zum einen wurde ganz auf die körperliche Präsenz von Models verzichtet, und zum anderen fehlte der Körperkontakt der Kleidermode, die nicht nur getrennt vom Körper gezeigt wurde, sondern auch noch von diesem abgeschottet in einer Vitrine ruhte.<sup>158</sup> Die Mode von MMM erscheint in dieser Präsentation als anwesendes Objekt, das an das abwesende Subjekt eines Körper erinnert. Ein modisches Objekt wird dem noch zu ergänzenden Gegenpart, dem/r KonsumentIn von Mode, auf einem sprichwörtlich „silbernen Tablett“ präsentiert und angeboten.

---

<sup>155</sup> Entwistle, Joanne: *The Dressed Body*. In: Welters, Linda; Lillethun, Abby: *The Fashion Reader*. Oxford New York 2007, S. 94.

<sup>156</sup> Buck, Anne: *Dress as a Social Record*. In: Jenkins, J. Geraint (Hg.): *Folk Life. A Journal of Ethnological Studies*. Ausgabe 14. Leeds 1976, S. 6.

<sup>157</sup> Vgl. Loschek, Ingrid: *Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen*. Berlin 2007, S. 246.

<sup>158</sup> Debo, Kaat: Vorwort. In: *Maison Martin Margiela. '20' - The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa*. Antwerpen 2008, S. 8.

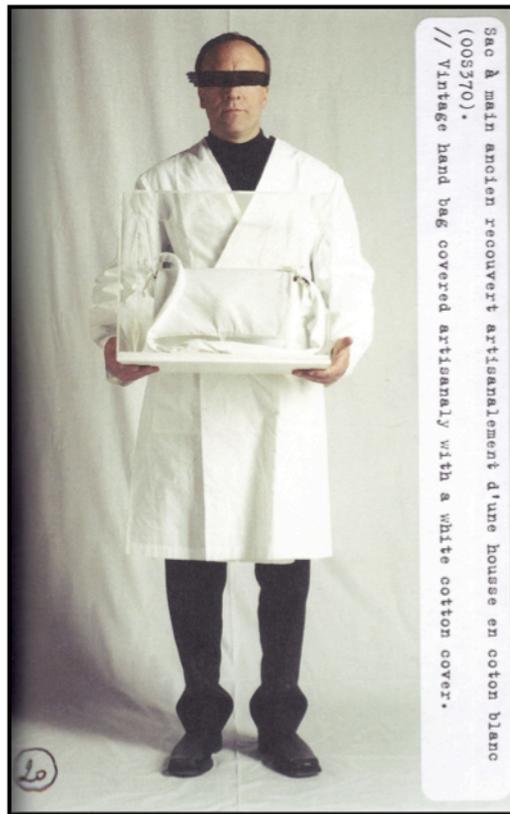


Abb. 20: Die Abwesenheit des Körpers am Beispiel der Artisanal Kollektion Herbst/Winter 2002-2003.

Zwischen Körper und Kleidermode besteht eine intime Beziehung, da Kleidung immer direkt am Körper anliegt, diesem Kontur verschafft, ihn betont, verdeckt oder sogar erweitert. Wenn Kleidung nicht passt, ist das eine sehr private und sensuelle Empfindung, eine Ehrfahrung des Körpers, die man als unangenehm oder als störend empfinden kann.<sup>159</sup> Kleidermode hat jedoch nicht nur starken Einfluss auf das Körpergefühl, sondern beeinflusst durch ihre ständige Präsenz auch das Bild vom modischen Körper, den man im Laufe der Zeit als authentisch, einem Geschlecht zugeordnet oder auch als schön empfindet. „Die Mode ist das Medium der Ästhetisierung unseres Alltags und unserer selbst“<sup>160</sup>, dem wir uns nicht entziehen können.

<sup>159</sup> Entwistle, Joanne: The Dressed Body. In: Welters, Linda; Lillethun, Abby: The Fashion Reader. Oxford New York 2007, S. 93.

<sup>160</sup> Lehnert, Gertrud: Mode und Moderne. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Dortmund 2005, S. 258.



**Abb. 21:** Die 9. Kleider-Lage der *Russian Doll* aus der *Haute Couture*-Kollektion von *Viktor&Rolf* in 1999/2000.

Das Designer-Duo *Viktor&Rolf* entwarf für seine Herbst/Winter-*Haute Couture*-Kollektion *Russian Doll* (s. Abb. 21) in 1999/2000 eine Modenschau, die mehr einer Performance glich als einer herkömmlichen Präsentation von Kleidermode. Die Designer selbst gestalteten den Ablauf dieser Performance: ein einzelnes Model, regungslos auf einem rotierenden Podest stehend, wurde nach und nach in neun Lagen von exklusiver Designerware gekleidet. Was mit einem einfachen Jute-Kleid begann, endete in einem Berg aus exklusiven Materialien von etwa 70 Kilogramm Gewicht. Jede Schicht übertraf in Luxus und Verarbeitung die vorherige, während die letzte Lage als Abschluß eher einer Verpackung glich, um den luxuriösen Gehalt der unteren Schichten zu bewahren und vor Gebrauch zu schützen. Das Model war nun bis zur Nasenspitze in Kleidung gehüllt, somit in seiner Bewegungsfreiheit absolut eingeschränkt und unfähig, sich selbständig zu befreien.

Mit dieser Arbeit stellten *Viktor&Rolf* nicht nur eine Überformung des Körpers dar, die sich weit in den Raum ausdehnt, ihn besetzt und dadurch auch beeinflusst, sondern auch eine Überspitzung der Mode als eine „Verkleidung der Verkleidung“<sup>161</sup>. Allerdings nicht im Sinne einer Kritik am System, sondern – nach eigenen Aussagen – mehr als eine Hommage an Exklusivität und Nichtverfügbarkeit, die der Mode ihren eigentlichen Zauber verleihen und im

---

<sup>161</sup> Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 26.

Sinne eines „Überbaus“ über dem realen Objekt Kleidung liegen.<sup>162</sup> Im Grunde ist das eine elitäre Auffassung von Mode als Luxusartikel, die nicht für die Allgemeinheit zugänglich ist und gerade durch den Zauber der Nichtverfügbarkeit ihren Wert gewinnt. Für eine Mode, die sich vor allem durch eine kollektive Zuschreibung als solche überhaupt erst definiert, ist diese Betrachtungsweise ein Rückschritt zum Ideal einer *Haute Couture*, wie es Charles Frederic Worth propagierte (vgl. Kapitel 2.3.).

Auch MMM beschäftigt sich immer wieder mit dem Körper und seinen Möglichkeiten, vor allem mit dem von der Modeindustrie beworbenen und standardisierten Körper. Für die Frühling/Sommer-Kollektion 2001 entwarf das Modehaus MMM überdimensionale Herrenbekleidung, die von weiblichen Models präsentiert wurde. Während der Präsentation steckten die Arme der Models im Bund der Kleidungsstücke, so daß die Übergröße der Kleidung noch mehr betont wurde. Für den täglichen Gebrauch waren Knöpfe und Bänder vorgesehen, die es dem/r TrägerIn ermöglichen, die Kleidung passend zu seiner/ihrer Körperform zu gestalten.<sup>163</sup>

MMM bediente somit zwei Sichtweisen auf den modischen Körper: Zum einen wurden die Frauen in überdimensionaler Kleidung dargestellt, die das Körperbild in Größe und Form deformierte. Zum anderen trugen die weiblichen Models typische Männerkleidung, die das gewohnte Geschlechterbild irritierend verzerrte. Diese vorgestellten Körperbilder erzeugen in den Augen des Betrachters nicht nur Befremden, sondern auch Belustigung. Das immer wiederkehrende ironische Element in den Arbeiten von MMM wird auch an diesem Beispiel deutlich. Durch die Überzeichnung des standardisierten Körpers ins Grotteske wird der Einfluss der Mode auf geschlechtliche und ästhetische Körperbilder verdeutlicht:

„Authentizität ist ein Effekt, den Mode produzieren kann. Mode nach der Mode stellt diesen Effekt dar als das, was er ist: als Effekt.“<sup>164</sup>

---

<sup>162</sup> Viktor&Rolf's Modeblog. Quelle: <http://viktoretrolf.typepad.com/about.html>, Stand: 22.10.2009.

<sup>163</sup> Beschreibung der MMM Frühling/Sommer-Kollektion 2001. Quelle: <http://www.contemporaryfashion.net/index.php/none/more/147/uk/work.html>, Stand: 22.10.09.

<sup>164</sup> Vinken, Barbara: Mode nach der Mode. Geist und Kleid am Ende des 20. Jahrhunderts. Frankfurt 2003, S. 47-48.



Abb. 22: Beispiele aus den MMM Kollektionen Frühling/Sommer 2000 und Herbst/Winter 2000-2001.

Das sich MMM gewissen Themen auch über mehrere Kollektionen widmet, ohne Angst vor Wiederholungen zu haben, zeigt sich in der anhaltenden Arbeit mit überdimensionaler Kleidermode (siehe Abb. 22): u. a. in der Frühling/Sommer-Kollektion von 2000 (Klassiker wie Hemd oder Blouson wurden in zwei Größen – normal und überdimensional – hergestellt, um im Vergleich das veränderte Körperbild aufzuzeigen) oder in der Herbst/Winter-Kollektion von 2000-2001 (bei überdimensionalen Klassikern aus der Herrenmode wurden die Materialien und Schnittformen von innen – z. B. das Innenfutter einer Jacke – nach außen vertauscht).<sup>165</sup>

Je nachdem, wie und in welcher Art Kleidung am Körper getragen wird, verändert sich das Körperbild für einen selbst und für andere. Für die von MMM angesprochene Frau bedeutet diese neue Perspektive auf ihr Geschlecht eine Möglichkeit, sich aus den Zwängen eines

<sup>165</sup> Beschreibung der MMM Frühling/Sommer-Kollektion 2001. Quelle: <http://www.contemporaryfashion.net/index.php/none/more/147/uk/work.html>, Stand: 22.10.09.

maßgeschneiderten Geschlechterkonstrukts zu befreien und entgegen althergebrachter Kleidungskonventionen neue Formen von Gestaltung auszuprobieren.<sup>166</sup>

Ein Möglichkeit der Gestaltung, den das Team Margiela auch in einer anderen Arbeit namens *Le Porté* (s. Abb. 23) aufgriff: Für die Ausstellung zum 20jährigen Firmenbestehen im belgischen Modemuseum MoMa in Antwerpen 2008 entstanden eine Reihe von Outfits aus verschiedenen Kollektionen, deren einzelne Kleidungsstücke in unterschiedlicher Weise zu tragen waren. Durch die Möglichkeit von Improvisation und Neuinterpretation vorhandener Bekleidungsmuster wurde nicht nur der/die TrägerIn selbst zum/r DesignerIn, indem er/sie das Outfit gegen bestehende Konventionen und nach eigenen ästhetischen Entscheidungen trug, sondern man konnte auch direkt die Form und den Ausdruck des Körpers beeinflussen: der Rock wurde als Schürze umgebunden, das T-Shirt verkehrt herum getragen und das Kleid wurde kurzerhand zum Rock.



Abb. 23: *Le Porté* von Maison Martin Margiela.

Eine *Mode nach der Mode* geht davon aus, dass die Vergangenheit trotz der Gegenwart nicht losgelassen werden kann und alle ModeschöpferInnen von ihr geprägt sind und sich von ihr inspirieren lassen – ob bewusst oder unbewusst.<sup>167</sup> Mode ist ein „wichtiges kulturelles Speichermedium. Sie enthält immer Spuren der vergangenen Moden, zitiert sie, spielt mit

<sup>166</sup> Vinken, Barbara: *Amazing Grace – Martin Margiela und die Antwerpener Schule*. Quelle: <http://arttattler.com/commentarymargiela.html>, Stand: 16.04.2009.

<sup>167</sup> Vgl. Loschek, Ingrid: *Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen*. Berlin 2007, S. 226-227.

ihnen, variiert sie, setzt sie außer Kraft oder im Gegenteil (erneut) in Kraft.“<sup>168</sup> Somit kann Kleidung zum einen einen Zeitgeist ausdrücken und zum anderen eine Referenz an vergangene Epochen aufweisen:

„Fashionable dress presents a sequence of changes, a pattern in time.“<sup>169</sup>

Die Mode von *Maison Martin Margiela* ist, wie die Literaturwissenschaftlerin Barbara Vinken formulierte, „Erinnerungskunst“ und eine respektvolle Hommage an vergangene Schneidertraditionen und Visionen.<sup>170</sup> Vor allem gebrauchte Kleidung ist ein wichtiges Element in den Kollektionen von MMM und dient als Inspiration oder als Vorlage. Secondhand-Kleidungsstücke sind stumme Zeugen der Vergangenheit. Sie vermitteln nicht nur durch Materialität und Schnitt einen Eindruck ihrer Zeit, sondern auch durch sichtbare Zeichen der Beanspruchung sowie der Abnutzung und machen den abwesenden Körper des früheren Besitzers wieder nachvollziehbar. In diesem Interview-Auszug erklärt das Modehaus seine Rolle als Bewahrer und Vermittler zwischen den Zeiten. Indem es gebrauchte Kleidung wiederentdeckt und wiederverwendet, wird den aus vergangenen Epochen stammenden Formen und Stilen ein neues Leben geschenkt:

„[Recycling] ist ein natürlicher, dankbarer und willkommener Nebeneffekt unserer Arbeit – denn mit etwas Weggeworfenem zu arbeiten bedeutet natürlich eine Art Recycling –, ist aber nicht ihre vorrangige raison d'être. Wir konzentrieren uns nicht auf den Lebenskreislauf eines Kleidungsstücks, sondern betrachten unsere Stücke mehr als etwas aus einem «neuen» Schaffensmoment Geborenes – wir haben es geschaffen, und von diesem Moment an besteht es auch für die Zukunft.“<sup>171</sup>

Am eindeutigsten kommt MMMs Umgang mit der Zeit, mit Alterung und Verfall in seiner ersten Solo-Ausstellung von 1997 *Exhibition (9/4/1615)* zum Ausdruck, die hier, wegen ihrer komplexen Beschaffenheit, ausführlicher besprochen wird: Das Modehaus MMM benutzte ausgewählte Designerstücke aus vergangenen Kollektionen als eine Art Leinwand, um mittels Bakterien und Hefepilzen die Spuren von Vergänglichkeit und Abnutzung zu verdeutlichen.

Der Titel der Ausstellung setzt sich aus verschiedenen Elementen zusammen: Die Zahl 9 steht für die Anzahl der Jahre, in der MMM seine 18 Kollektionen präsentierte, die 4 steht für

---

<sup>168</sup> Lehnert, Gertrud: Mode und Moderne. In: Mentges, Gabriele (Hg.): *Kulturanthropologie des Textilen. Textil – Körper – Mode*. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Dortmund 2005, S. 255.

<sup>169</sup> Buck, Anne: *Dress as a Social Record*. In: Jenkins, J. Geraint (Hg.): *Folk Life. A Journal of Ethnological Studies*. Ausgabe 14. Leeds 1976, S. 5.

<sup>170</sup> Vinken, Barbara: *Amazing Grace – Martin Margiela und die Antwerpener Schule*. Source: <http://arttattler.com/commentarymargiela.html>, Stand: 16.04.2009.

<sup>171</sup> Funk, Uta; Work, Jeffrey: *Re-Creation. Maison Martin Margiela*. In: *Sleek Magazine*, Ausgabe Nr. 15. *Before – After. An Issue About Eruptions, Eggs and Expeditions*. Sommer 2007, S. 101-102.

die Anzahl der Tage, die Bakterien zum Wachsen brauchen, und 1615 bezieht sich auf die Anzahl der Stunden der fürs Publikum geöffneten Ausstellung. Diese Werkschau wurde eigens für den musealen Raum konzipiert und entstand in Zusammenarbeit mit einem Mikrobiologen. MMM führte mit seiner interdisziplinären Arbeitsweise Mode, Kunst und Wissenschaft zu einem Ganzen zusammen. Es wurde aus den vorangegangenen 18 Kollektionen jeweils ein Ensemble ausgewählt und aus weißem Stoff nachgenäht. Die nun re-designten Kleidungsstücke wurden mit dem für Pilze und Bakterien wachstumsfördernden Nährboden Agar getränkt und mit grünem Schimmel, rosa Hefe oder gelben Bakterien besprüht. Es handelte sich um ähnliche Hefe- und Bakterienarten, wie man sie in alten gebrauchten Kleidungsstücken findet (s. Abb. 24).



**Abb. 24: Exhibition (9/4/1615) - Detailaufnahmen der mit Bakterien und Hefekulturen besprühten Kleidungsstücke.**

Danach wurden die 18 Kleidungsstücke in speziell angefertigte Gewächshäuser gebracht, so dass die Bakterien und Hefekulturen wachsen können (s. Abb. 25). Nach wenigen Tagen wurden die Kleidungsstücke auf Schneiderpuppen ohne Kopf, Arme und Beine entlang der Glasfront des Museums präsentiert. Während der gesamten Ausstellungszeit arbeiteten die Bakterien und die Hefe unablässig am Material der Kleidung. Dadurch veränderte sich die Oberflächenstruktur der Textilien, und das Aussehen der Kleidungsstücke bekam eine neue Bedeutung. Der künstlich beschleunigte Alterungsprozess sowie der Verfall der Kleidung bzw. der Mode wurden somit auf drastische Weise dargestellt und dem Publikum vor Augen

geführt. Keine Spur blieb mehr von Glanz und Glamour der Modewelt. Allein der Anblick einer schwindenden Mode blieb als Warnung an ihre Vergänglichkeit in Erinnerung.<sup>172</sup>



Abb. 25: *Exhibition (9/4/1615)* – Die Brutstätten der Bakterien und Hefekulturen.

Von Beginn an entwarf MMM neben *Prêt-à-porter*-Kollektionen auch handgearbeitete Einzelstücke aus gefundenen Materialien und Secondhand-Kleidung. Diese Einzelstücke werden *garments remodelled by hand* genannt und laufen seit der Herbst-Winter Kollektion 2005-2006 unter der Bezeichnung *Artisanal Collection* (siehe Abb. 26). Diese besondere Modelinie wird auf dem Etikett mit 0 für Frauen und 10 für Männer gekennzeichnet. Die *Artisanal*-Kollektion ist eine Hommage an das traditionelle Modesystem der *Haute Couture* und ein fester Bestandteil der saisonalen Präsentation MMMs auf den Pariser Modewochen. Ein Auszug aus einem Interview mit MMM erklärt die Intention hinter der Idee der Kollektion *Artisanal* und beschreibt eine bewußte Herangehensweise an Stil und Formen vergangener Zeiten:

„Uns geht es [...] an erster Stelle um den kreativen Prozeß. Normalerweise fängt man bei einem Entwurf ja bei Null an, mit einem einfachen Ballen Stoff. Aber sich der Herausforderung zu stellen, mit einem bereits bestehenden Konzept zu arbeiten, es umzuwidmen und daraus etwas Neues entstehen zu lassen, bringt ein völlig anderes

---

<sup>172</sup> Vgl. Evans, Caroline: *The Golden Dustman: A critical evaluation of the work of Martin Margiela and a review of Martin Margiela: Exhibition (9/4/1615)*. In: *Fashion Theory*, Volume 2, Issue 1. London 1998, S. 75 ff.

kreatives Arbeiten mit sich, bedeutet eine «andere» kreative Disziplin. Uns geht es weniger um Ironie oder Sozialkritik, sondern vielmehr um die kreative Herausforderung, Dingen ein neues Leben zu schenken.<sup>173</sup>



Abb. 26: Eine Auswahl aus der MMM Artisanal Collection Frühling/Sommer 2009.

Abb. a: *Kite Tunic*. Eine Tunika aus einem bunten Drachen, dessen ursprüngliches Design aus zahlreichen bunten Fransen bestand. Abb. b: *Shades of Denim*. Verschiedenfarbige Secondhand-Jeans wurden in Streifen geschnitten und zu einem asymmetrischen Jeans-Overall transferiert. Abb. c: *Sequin Top*. Pailletten-Stickereien verschiedener Vintage-Kleidungsstücke wurden an einer Schneiderpuppe zu einem Top zusammengestellt.

MMM versuchte, die für die *Artisanal*-Kollektion aufgewendeten Arbeitstunden den KonsumentInnen zu vermitteln – ein Umstand, den die Modeindustrie bisher unter verschwiegen hatte. Exklusive Handarbeit hat ihren Preis, und somit wurde jedes Unikat mit dem aus den Arbeitsstunden errechneten Wert gekennzeichnet. Bei 75 Stunden Handarbeit wurden etwa 10.000 € für ein Kleidungsstück berechnet.<sup>174</sup> Ein Wert, der Mode als Handwerk sowie als Konsumgut beschreibt und ein Versuch MMMs, die Mode aus dem Feld der Kunst wieder heraus zu lösen. Allerdings mit einem Ergebnis, das die Reaktion der KonsumentInnen nicht bedacht hat und den gewünschten Effekt verfehlte:

„Wir [MMM] haben uns entschlossen, diese Informationen in Zukunft wegzulassen, weil sie nicht wirklich dabei hilfreich waren, den Produktionsprozeß zu entmystifizieren. Manchmal ist es besser, die Leute ihrer eigenen Vorstellung davon zu überlassen, wie

---

<sup>173</sup> Funk, Uta; Work, Jeffrey: Re-Creation. Maison Martin Margiela. In: Sleek Magazine, Ausgabe Nr. 15. Before – After. An Issue About Eruptions, Eggs and Expeditions. Sommer 2007, S. 100-101.

<sup>174</sup> Dercon, Chris: Die Werke des Herrn. Quelle: [www.zeit.de/2008/40/Mode-Margiela-40](http://www.zeit.de/2008/40/Mode-Margiela-40), Stand: 9.03.2009.

lange wir für ein Stück gebraucht haben. Es kam immer häufiger vor, daß Leute sagten, «ach sieh mal an, dafür haben die ja nur 40 Stunden gebraucht!» Ursprünglich sollten diese Informationen das Handwerkliche hervorheben und sie damit vielleicht in der Tat von Kunst abgrenzen, aber mittlerweile finden wir, die Stücke sollten für sich selbst stehen, möglichst losgelöst vom Produktionsprozeß.<sup>175</sup>



**Abb. 27: Beispiele aus der Frühling/Sommer *Ready-to-wear*-Kollektion 2006 von MMM.**

Der gescheiterte Versuch MMMs, die Aufmerksamkeit der KonsumentInnen auf den Prozess der Herstellung von Mode zu lenken, äußerte sich am Ende des oben genannten Interviews in einem Verweis auf das Ideal einer autonomen Kunst, das sich „losgelöst vom Produktionsprozess“ und Zweck behauptet. Eine widersprüchliche Aussage in der Argumentation des Modehauses, das bisher versuchte hatte, sich von einer Einordnung in die Kunst zu distanzieren und gerade diesen Produktionsprozeß in seiner Mode immer wieder thematisierte – wie zum Beispiel in der Frühling/Sommer-*Ready-to-wear*-Kollektion von 2006 (s. Abb. 23). Alle Kleidungsstücke scheinen hier in gewisser Weise noch mitten im Schaffungsprozess zu stecken: Der unverarbeitete Saum eines Kleides, der fehlende Jackenärmel, das offene Hosenbein oder der Stoffballen, der wie ein lästiges Anhängsel an einem Rock zu hängen scheint, sind zu sehen. Während der Präsentation hatten einige

---

<sup>175</sup> Funk, Uta; Work, Jeffrey: Re-Creation. Maison Martin Margiela. In: Sleek Magazine, Ausgabe Nr. 15. Before – After. An Issue About Eruptions, Eggs and Expeditions. Sommer 2007, S. 102.

Models ein Schild mit der Aufschrift „Caution Wet“ umgehängt. Ein ironischer Verweis auf den ständigen Drang der Mode, immer aktuell und vor allem „neu“ zu sein. Diese Mode vermittelte den Anschein, als hätte man die Kollektion gerade eben den Händen des Modeschöpfers/der Modeschöpferin entrissen.

Diese Arbeit von MMM ist ganz im Sinne einer *Mode nach der Mode*, weil sie das aufdeckt, was die eigentliche Mode bisher versucht hatte zu verstecken: die aufwendige Verarbeitung, die Anproben, die Korrekturen und das Maßnehmen – das Schneiderhandwerk an sich, das im Moment der Präsentation im Anblick von Zauber und Schein der Mode, verdrängt wird.<sup>176</sup>

Das *Trompe-l'œil* ist ein weiteres künstlerisches Konzept, dessen sich MMM regelmässig bedient (siehe Abb. 23.), um sich mit der Dimension „Zeit“ auseinanderzusetzen. Nicht nur in seinen Kollektionen, sondern auch in der Einrichtung seiner Werkstätten und Läden gibt es Motive dieser Art. Der illusionistische Effekt ist eine beispielhafte Metapher für den Umgang des Modehauses mit Zeit und Geschichte.

Im Pariser Hauptquartier von MMM ist der *Trompe-l'œil*-Effekt sehr auffällig: Die Räumlichkeiten und Einrichtungen des vorherigen MMM-Studios – eines ehemaligen Hotels aus dem 18. Jahrhundert – wurden mitsamt seinen Details, wie Kaminsimsen aus Marmor, dekorativen Rahmen und barocken Spiegeln, fotografiert. Diese Schwarz-Weiß-Fotografien wurden als optische Täuschungen in die neuen Räumlichkeiten übernommen. Auf diese Weise transportiert MMM seine eigene Geschichte in jedes neue Gebäude und bewahrt nicht nur eine Erinnerung daran, sondern übernimmt auch einen Teil der Atmosphäre vergangener Tage.<sup>177</sup>

Ein aktuelles Beispiel, wie MMM das Genre des *Trompe-l'œils* auch in seiner Mode anwendet, ist ein Kleid aus der Frühling/Sommer-Kollektion 2009. Dieses Kleid aus Seiden-Satin wurde mit einer Negativ-Fotografie der ersten MMM-Jacke aus der Frühling/Sommer-Kollektion 1989 bedruckt und verband dadurch nicht nur verschiedene Zeiten, sondern auch verschiedene Formen und Stile. MMM stellte somit nicht nur seine eigene Mode-Geschichte dar und erinnerte mit dem Abbild an einen längst vergangenen Stil, sondern ermöglichte dieser sonst vergessenen Jacke einen neuen Auftritt auf dem Laufsteg.

---

<sup>176</sup> Kraft, Kerstin: kleider.schnitte. In: Mentges, Gabriele; Nixdorff, Heide (Hg.): zeit.schnitte – Kulturelle Konstruktionen von Kleidung und Mode. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kultur-anthropologischen Studien des Textilen. Band 1. Dortmund 2001, S.27.

<sup>177</sup> Debo, Kaat: Vorwort. In: Maison Martin Margiela. '20'- The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 4f.



**Abb. 28: Trompe-l'œil-Kleidungsstück von MMM, Kollektion Frühling/Sommer 2009.**

Der Laufsteg einer *Mode nach der Mode* ist die Stadt<sup>178</sup>, die gleichzeitig auch der Geburtsort der Mode an sich ist. Denn die Entstehung der Mode steht im engen Zusammenhang mit dem Aufkommen der Städte, die im Vergleich zu den ländlichen Gebieten als „weltoffener“ oder „wandelbarer“ galten und damit auch als „moderner“ definiert wurden.<sup>179</sup>

Das Modehaus MMM hat die Mode an ihren Entstehungsort zurückgeführt und in Paris urbane Präsentationsorte gewählt, die fernab der herkömmlichen Laufsteg-Ästhetik die Kollektionen umrahmten: u. a. ein leerstehendes Familienhaus im sechsten Bezirk am Place St. Suplice (Frühling/Sommer 1999), ein unbenutztes Depot der französischen Bahngesellschaft (Herbst/Winter 2000-2001) oder das Sportstadion im 16. Bezirk von Paris (Frühling/Sommer 2000).

Aber nicht nur die Auswahl der Orte oder die Art der Zweckentfremdung urbaner Räumlichkeiten ist hier interessant, auch die künstlerischen Darbietungen der Modenschauen, die immer mehr Performances oder Installationen mit Eventcharakter glichen, sind einer Betrachtung wert.

*Maison Martin Margiela* ließ in einem seiner spektakulären Auftritte die Models Schmuck aus farbigem Eis tragen, das während der Präsentation anfang zu schmelzen und bunte Spuren

---

<sup>178</sup> Vinken, Barbara: *Mode nach der Mode. Geist und Kleid am Ende des 20. Jahrhunderts*. Frankfurt 1993, S. 31.

<sup>179</sup> Loschek, Ingrid: *Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen*. Berlin 2007, S. 164.

auf der weißen Kollektion hinterliess: eine weitere Referenz des Modehauses auf die Vergänglichkeit der Mode und auf sichtbare Spuren vergangener Zeiten, die sich wie das geschmolzene Eis am Material und im Stil neuerer Kollektionen nachvollziehen lassen.<sup>180</sup>

MMM setzt Farben nicht nur nach ästhetischen Kriterien ein, sondern auch als Bedeutungsträger: sei es die Farbe Weiß, die in verschiedenen Schattierungen als Verweis auf Vergänglichkeit das Modehaus von Anfang an begleitet, oder auch die Signalfarbe Rot in der Frühling/Sommer-Show in 1989. Die Models badeten ihre mit Tabi-Schuhen bekleideten Füße in roter Farbe, bevor sie den Laufsteg betraten, und hinterliessen auf dem Catwalk Zeichen eines „Fortschritts“, als auch Spuren der Vergangenheit, die man vom Anfang bis zum Ende ihres Parcours nachvollziehen konnte.<sup>181</sup>

*Viktor&Rolf* spielten in ihrer Präsentation weniger mit visuellen Reizen, dafür mehr mit Irritation und Wahrnehmung: Für die Herbst/Winter-Kollektion *Bell* in 2000-2001 traten die Models aus einem mit Rauch gefüllten Raum auf den Laufsteg. Ihre Kleidung war mit hunderten kleiner Messing-Glocken bestickt. Bevor das Publikum die Models erblicken konnte, wurden sie akustisch wahrgenommen. *Viktor&Rolf* spielten mit den Sinnen des Publikums, das Mode als visuelle Kunst gewohnt war, und stellten die eigentliche „Begleitmusik“ in den Vordergrund der Wahrnehmung, die erst im Nachhinein vom Bild der auftretenden Models abgelöst wurde.<sup>182</sup>

---

<sup>180</sup> Frankel, Susannah: Martin Margiela – Fashion’s invisible superstar. Quelle: <http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/features/martin-margiela-fashions-invisible-superstar-868562.html>, Stand: 18.03.2009.

<sup>181</sup> Debo, Kaat: Vorwort. In: Maison Martin Margiela. `20` - The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 10.

<sup>182</sup> Vgl. Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007, S. 87.

## Ausblick

Jennifer Craig:

„Körperarbeit findet nie ein Ende, und Kleider werden immer »Leute machen«.“<sup>183</sup>

Die ModedesignerInnen einer *Mode nach der Mode* arbeiten konzeptuell-ästhetisch und interdisziplinär, sei es gleich zu Beginn am Material oder erst am Ende bei der Präsentation ihrer Kreationen. Die Themen, die dabei aufgegriffen werden können sind zahlreich und in gewissem Sinne auch unerschöpflich, da die Mode ihre Bezüge und Inspirationen u. a. aus dem stetigen Wandel des kulturellen und sozialen Alltagsleben schöpft. Dabei hinterfragen die DesignerInnen nicht nur ihr eigenes System, wie etwa den Druck des saisonalen Produktionszyklus oder den Celebrity-Kult ihrer Branche, sondern bieten auch einen Einblick in die Vielfalt der Mode als Alltagsphänomen, in dem sich „widersprechende kulturelle Praktiken verschränken und bündeln“<sup>184</sup> (Kunst und Kommerz, Individualität und Gruppenzwang) und Dimensionen wie Zeit und Raum ständig in Beziehung zueinander stehen. Das sich daraus ergebende kulturelle Gesamtbild „Mode“ beinhaltet nicht nur Vorstellungen von Körper und Schönheit, von unterschiedlichen Generationen und Geschlechtern etc. im Sinne gemeinsamer Merkmale von Kollektiven, sondern auch unterschiedliche Lebensarten sowie den Aspekt der Individualität.

Der ständige Rückkoppelungseffekt der Mode, die einerseits eine Kultur und Gesellschaft abbildende visuelle Kunst ist und andererseits selbst aus Kultur und Gesellschaft entsteht, ist keineswegs als ein sich stur wiederholender Kreislauf zu verstehen. Vielmehr ist Mode ein flexibles Gebilde, das sich in den verschiedenen Feldern gesellschaftlichen Lebens immer wieder neu erfindet, ohne die eigene Geschichte verleugnen zu müssen.

Für das Fach der Europäischen Ethnologie eröffnen diese Perspektiven und Möglichkeiten der Mode – vor allem der Mode als Kunst – eine Vielzahl an Forschungsfeldern, von denen ich eine Auswahl im Folgenden kurz skizzieren möchte:

Der Einfluss der Mode in Bezug auf das Geschmacksempfinden und die Identitätsbildung ist bedeutend. Vor allem durch die Kraft ihres Ausdrucks als visuelle Kunst vermittelt sie ein Gefühl von Authentizität und ästhetischer Wahrheit (Vgl. Kapitel 1.4.). ModedesignerInnen wie *Maison Martin Margiela* (s. Bsp. der Frühling/Sommer-Kollektion 2000, S. 60) oder Rei

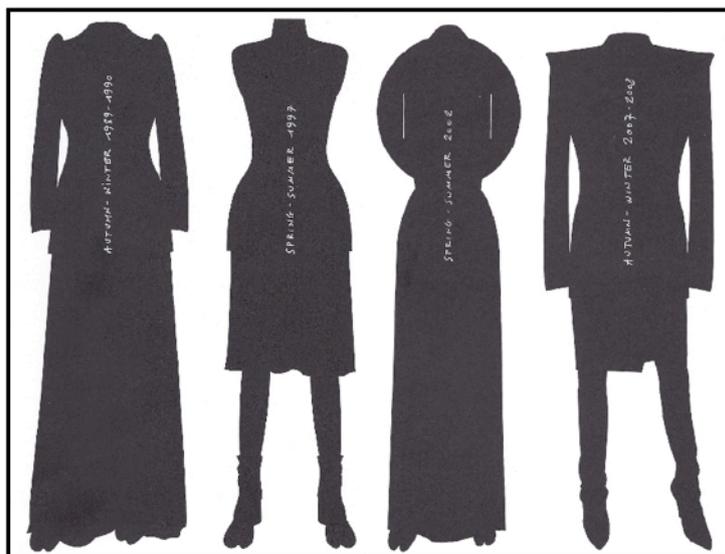
---

<sup>183</sup> Craik, Jennifer: Mode als Körpertechnik – Körperarbeit, Modearbeit. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Berlin 2005, S. 287-304.

<sup>184</sup> Mentges Gabriele: Für eine Kulturanthropologie des Textilen. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Berlin 2005, S. 19.

Kawakubo von *Comme des Garçons* (s. Bsp. *Body Meets Dress*, S. 40) setzen sich mit Körper- und Geschlechterbildern sowie ästhetischen Zuschreibungen oder auch Wertungen auseinander. Dabei zeigen sie alltägliche Körper- und Geschlechteridentitäten auf und stellen diese ihren eigenen Interpretationen gegenüber, um die Differenzen zwischen dem von der Modeindustrie vermittelten Ideal und der Realität zu offenbaren.

Vorstellungen von Körperbildern und Identitäten lassen sich nicht nur am Material oder in der Auseinandersetzung mit Kleiderkonventionen beobachten, sondern auch in der Ansicht des Körperprofils, das ebenso ständigen Veränderungen unterliegt: Die Silhouette der 1940er und die der 1980er Jahre wurde z. B. durch die großzügige Verwendung von Schulterpolstern geprägt und war somit für ihre starke Schulterpartie bekannt. Die TrägerInnen solcher Kleidung demonstrierten vor allem Zielsicherheit und Stärke.<sup>185</sup> MMM griff dieses Thema auf und zeigte in seiner Werkschau 2008 im MoMa (Modemuseum von Antwerpen) einen historischen Rückblick der eigenen MMM-Silhouetten (s. Abb. 29).



**Abb. 29: Beispiele von Silhouetten des Modehauses MMM.**  
Von links nach rechts: 1. Herbst/Winter 1989-1990; 2. Frühling/Sommer 1997;  
3. Frühling/Sommer 2002; 4. Herbst/Winter 2007-2008.

Es wäre interessant zu verfolgen, inwieweit sich diese Vorstellungen von Körperbildern und Identitäten durch die mittlerweile mehr als zwei Jahrzehnte andauernde *Mode nach der Mode* verändern und weiterentwickeln bzw. inwieweit diese Avantgarde nicht nur andere

---

<sup>185</sup> Frankel, Susannah: Martin Margiela – Fashion's invisible superstar. Quelle: <http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/features/martin-margiela-fashions-invisible-superstar-868562.html>, Stand: 18.03.2009.

ModedesignerInnen und damit das Modesystem an sich beeinflusst, sondern auch direkt das Konsumverhalten der TrägerInnen von Mode.

Veränderungen im System der Mode zeigen sich ebenso, wenn der Modeproduktion interdisziplinäre Arbeitsweisen mit ProduktdesignerInnen – wie bei Hussein Chalayan (s. *Afterwords* S. 53f) – oder mit WissenschaftlerInnen – z. B. aus der Biochemie, wie für die Ausstellung von MMM *Exhibition (9/4/1615)* (s. S. 61f) – hinzugefügt werden. Es kommen dadurch nicht nur andere Perspektiven und technische Möglichkeiten für Material und Herstellung dazu, sondern auch eine damit einhergehende Veränderung der Arbeitsplatzsituation.<sup>186</sup> Ein Umstand, der sich immer deutlicher ausprägen wird und einer näheren Beobachtung bedarf.

Die Beschreibung der Räumlichkeiten des Modehauses MMM als einer experimentellen Werkstatt, die mehr einem Labor als einem Schneideratelier ähnelt (s. S. 46), zeigt exemplarisch, wie sehr sich das Umfeld der ModedesignerInnen verändert hat, sofern sie interdisziplinär arbeiten – der traditionelle Weg der Kleidung, von der Nähmaschine bis zum Endprodukt, ist passé. Die Modeproduktion wird immer mehr zum Hybrid und umfasst neben Ästhetik und Design auch andere Fertigkeiten, die über das bloße Schneiderhandwerk hinausgehen. Das zeigt sich vor allem in der Herstellung von Sportmode, für die z. B. wegen den aufwendigen High-Tech-Materialien neben ModedesignerInnen auch WissenschaftlerInnen aus den Bereichen Elektrotechnik benötigt werden.

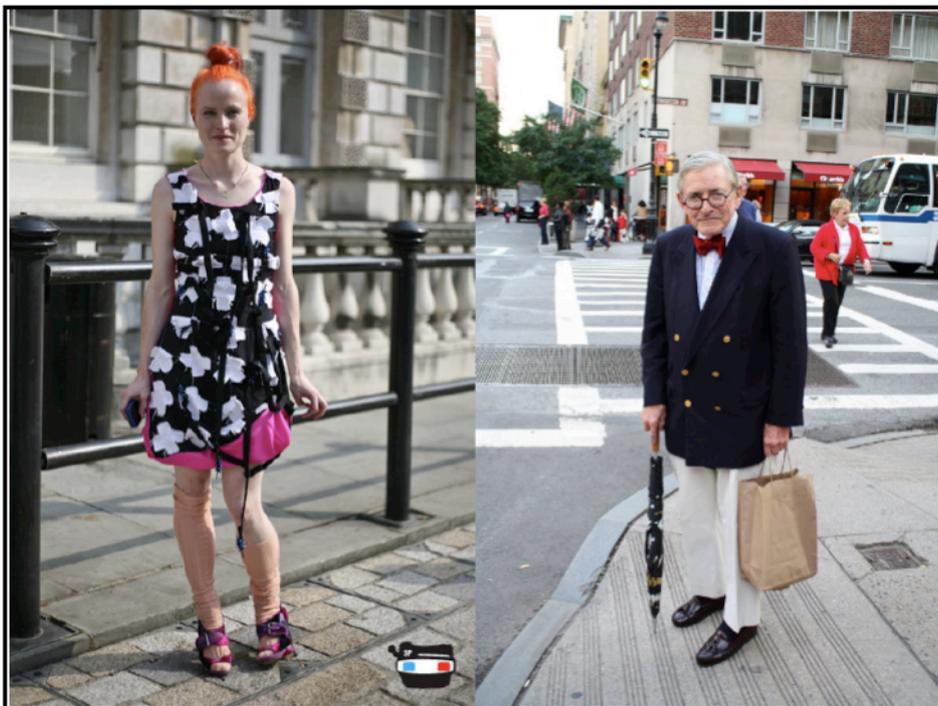
Diese neuen Möglichkeiten der Umsetzung erfordern nicht nur zusätzliches Equipment, sondern auch neue Räumlichkeiten, die den neuen Erfordernissen gerecht werden. Allerdings können sich dabei nicht nur die Arbeitsräume verändern, sondern auch das Selbstbild des Modeschöpfers/der Modeschöpferin, der/die sich in einem interdisziplinären Team neu orientieren muss und nun in einem Design-Umfeld arbeitet, in dem das Schneiderhandwerk allein nicht mehr ausreicht.

Die Möglichkeiten der Präsentation (u. a. in Kunstmuseen) sowie die Fashionshows im Allgemeinen haben sich mit einer *Mode nach der Mode* nicht nur dahingehend verändert, dass sie an unkonventionellen Orten stattfinden (s. das Beispiel MMM, S. 67). Auch in ihren Ausdrucksformen haben sie sich gewandelt und ähneln immer mehr künstlerischen Performances (s. das Beispiel *Viktor&Rolf*, S. 68) oder Happenings, bis hin zu Installationen oder Videoprojektionen. Diese transmediale Herangehensweise bietet der Forschung interessante Möglichkeiten nicht nur zum historischen Rückblicks oder zur weiteren Beobachtung der angewandten Mittel aus dem künstlerischen Umfeld, sondern ebenso zur Analyse der Reaktionen des Publikums, das einen visuellen Eindruck von Mode erwartet oder auch gewohnt ist und nun mit anderen Sinnesreizen wie z. B. der Musik konfrontiert wird.

---

<sup>186</sup> Vgl. Lee, Suzanne: *Fashioning the Future – Tomorrows Wardrobe*. London 2005.

Auch die mediale Darstellung von Mode, etwa Modemagazinen oder Lifestyle-Sendungen im Fernsehen ist ein lohnendes Forschungsfeld. Gerade das Internet bietet zahlreiche Plattformen, auf denen nicht nur professionell über Mode kommuniziert wird, sondern auch die KonsumentInnen selbst bzw. generell modeinteressierte Menschen zu Wort kommen. Mittlerweile gibt es zahlreiche Mode-Blogs, die unterschiedlichsten Themen bearbeiten, etwa um verschiedene Moden und Stile transglobal miteinander zu vernetzen (*Streetpeeper*<sup>187</sup> zeigt die neuesten Modetrends in den Straßen von Amsterdam bis Zürich), oder aber auch um den unterschiedlichen Umgang mit Mode anhand eines Generationenvergleichs aufzuzeigen (*Advanced Style*<sup>188</sup> beschäftigt sich mit dem Streetstyle von Senioren).



**Abb. 30: *Streetpeeper* in London. Model: Louise Gray (links).**  
**Abb. 31: *Advanced Style* – älterer Herr in den Straßen New Yorks (rechts).**

Um sich mit Mode auseinanderzusetzen bedarf es keiner großen Modehäuser oder ModedesignerInnen. Vor allem in Österreich gibt es Modelabels, die in ihrem Engagement und in ihrem künstlerischen Ausdruck den in dieser Arbeit genannten DesignerInnen in

---

<sup>187</sup> Webadresse des Mode-Blogs *Streetpeeper*: <http://streetpeeper.com/>, Stand: 26.10.2009.

<sup>188</sup> Webadresse des Mode-Blogs *Advanced Style*: <http://advancedstyle.blogspot.com/>, Stand: 26.10.2009.

nichts nachstehen, wie z. B. *house of the very island's...*, *Pelican Avenue*<sup>189</sup> oder *Fabrics Interseason*, deren Schwerpunkte sich auch den zuvor genannten Beispielen ähneln und diese ergänzen:

Das Wiener Label *house of the very island's royal club division middlesex klassenkampf, but the question is: where are u, now?*, dessen vollständiger Name kaum ausgeschrieben wird, geschweige denn auf ein einzelnes Etikett passt, ist ein Zusammenschluss von vier individuellen DesignerInnen (Jakob Lena Knebl, Karin Krapfenbauer, Markus Hausleitner, Martin Sulzbacher), der immer wieder durch verschiedene KünstlerInnen, MusikerInnen oder FilmemacherInnen aus Wien ergänzt wird. Neben ihrer interdisziplinären Herangehensweise sind es vor allem Methoden der *Bricolage*<sup>190</sup>, der *deconstruction* und der *re-construction* vorhandener Kleidungskonventionen. *House of the very island's...* beschäftigen sich vorrangig mit den Fragen der ökologischen Nachhaltigkeit, mit sozialen und politischen Forderungen wie z. B. der Chancengleichheit, mit der Beseitigung vorhandener Stereotypen wie Geschlechterzuordnung oder mit dem Hinterfragen ästhetischer Wertungen wie „schön“ oder „hässlich“.<sup>191</sup>



**Abb. 32:** *House of the very island's...* Herbst/Winter-Kollektion 2006-2007 *contemporary witchcraft*.

---

<sup>189</sup> Einzige Ausnahme ist das Label der österreichischen Designerin Caroline Perch *Pelican Avenue*, das seinen Sitz in Antwerpen/Belgien hat.

<sup>190</sup> Claude Lévy-Strauss gilt als der Urheber der Diskussionen über die *Bricolage* und bezieht sich dabei auf das künstlerische Handeln „primitiver“ Völker. Er beschreibt den *Bricoleur* als einen Bastler, der, im Gegensatz zum Handwerker oder auch Fachmann, aus den ihm vorhandenen Ressourcen schöpft und daraus freie und assoziative Werke erschafft, mit eigenem ästhetischen Gehalt.

Vgl. Lévi-Strauss, Claude: *Das Wilde Denken*. 9. Auflage. Frankfurt a.M. 1994, S. 29ff.

<sup>191</sup> Website des Modelabels *house of the very island's...*. Quelle: <http://www.houseofthe.com/>, Stand: 25.10.2009.

Das Label von Caroline Lerch *Pelican Avenue* versteht sich als multimediales Projekt in Kooperation mit dem Medienkünstler Michiel Helbig, das sich durch verschiedenen Medien wie Video, Fotografie, Installation oder Performance ausdrückt. *Pelican Avenue* geht davon aus, dass jedes Design nicht nur durch Eindrücke von außen, wie z. B. aus der Werbeindustrie, beeinflusst ist, sondern auch durch die eigene Persönlichkeit bzw. durch eigene Erfahrungen und Empfindungen des Trägers/der Trägerin. Das Label beschäftigt sich vorrangig mit den herkömmlichen Konventionen von Mode im Sinne von Schnitt oder Präsentation, mit dem Druck des saisonalen Wechsels sowie mit dem Hype um große Marken und Persönlichkeiten aus dem Modeumfeld, und versucht, diese mit eigenen Vorschlägen zu durchbrechen.<sup>192</sup>



**Abb. 33: *Pelican Avenue* Frühling/Sommer-Kollektion 2009 *Calyx*.**

Das Wiener Modelabel *fabrics interseason* von Wally Salner und Johannes Schweiger verbindet verschiedene Disziplinen wie aktuelle Bildende Kunst, Performance und (elektronische) Musik miteinander und zeigt damit die Vielfalt an möglichen Arbeitsfeldern und Berührungsflächen einer Mode auf. Seine Kollektionen sowie Präsentationen basieren auf zuvor erarbeiteten Konzepten, die sich intensiv mit sozio-politischen Diskursen und Phänomen auseinandersetzen. Salner und Schweiger interessieren sich vor allem für die Ausdruckskraft der Mode als visuelle Kunst und versuchen, die in die Mode eingeschriebenen Codes für u. a. Körper- oder Identitätsbilder zu analysieren. *fabrics*

---

<sup>192</sup> Website des Modelabels *Pelican Avenue*. Quelle: <http://www.pelicanavenue.com/>, Stand: 25.10.2009.

*interseason* präsentiert seine Kollektionen zum einen auf den Pariser Modewochen und ist zum anderen immer wieder auf internationalen Kunstausstellungen zu sehen.<sup>193</sup>



**Abb. 34: Fabrics Interseason Frühling/Sommer-Kollektion 2008 *döbling reform*.**

Wie diese jungen Labels die mittlerweile schon selbst in die Jahre gekommene *Mode nach der Mode* interpretieren und weiterentwickeln, sollte die Forschung nicht verabsäumen zu verfolgen. Denn es werden die Entwürfe dieser DesignerInnen sein, die die Körper- und Identitätsbilder der Zukunft wesentlich mitgestalten.

---

<sup>193</sup> Website des Modelabels *fabrics interseason*. Quelle: [www.fabrics.at](http://www.fabrics.at), Stand 26.10.2009.

## Quellenverzeichnis

### Literaturverzeichnis

#### - B -

Barnard, Malcolm: Fashion as Communication. 2. Auflage. London, New York 2001.

Bausinger, Hermann: Zu den Funktionen der Mode. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 68/69 (1972/73), S. 22-32.

Betts, Katherine: La Mode Destroy. In: Vogue America. May 1992, S. 116-110.

Black, Sandy: Eco-Chic: The Fashion Paradox. London 2008.

Bok Kim, Sung: Is Fashion Art? In: Fashion Theory. Volume 2, Issue 1, 1998, S. 51-71.

Boodro, Michael: Art and Fashion. In: (Hg.) Welters, Linda; Lillethun, Abby: The Fashion Reader. Oxford, New York 2007, S. 256-260.

Buck, Anne: Dress as a Social Record. In: Jenkins, J. Geraint (Hg.): Folk Life. A Journal of Ethnological Studies. Ausgabe 14. Leeds 1976, S. 5-26.

#### - C -

Craik, Jennifer: Mode als Körpertechnik – Körperarbeit, Modearbeit. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Berlin 2005, S. 287-304.

#### - D -

Debo, Kaat: Vorwort. In: Maison Martin Margiela. '20' - The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 3-15.

te Duits, Thimo: Martin Margiela (9/4/1615). In: Einzelausstellung von Martin Margiela im Museum Boijmans van Beuningen in Rotterdam 1997.

#### - E -

Ebner, Claudia C.: Kleidung verändert. Mode im Kreislauf der Kultur. Bielefeld 2007.

Entwistle, Joanne: The Dressed Body. In: Welters, Linda; Lillethun, Abby: The Fashion Reader. Oxford New York 2007.

Esposito, Elena: Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden. Paradoxien in der Mode. Frankfurt a.M. 2004.

Evans, Caroline: The Golden Dustman: A critical evaluation of the work of Martin Margiela and a review of Martin Margiela: Exhibition (9/4/1615). In: Fashion Theory, Volume 2, Issue1. London 1998, S. 73-94.

Evans, Caroline: The Enchanted Spectacle. In: Fashion Theory, Volume 5, Issue1. London 1998, S. 271-310.

#### - F -

Funk, Uta; Work, Jeffrey: Re-Creation. Maison Martin Margiela. In: Sleek Magazine, Ausgabe Nr. 15. Before – After. An Issue About Eruptions, Eggs and Expeditions. Sommer 2007, S. 100-104.

**- G -**

Gerndt, Helge: Kultur als Forschungsfeld. Über volkskundliches Denken und Arbeiten. München, 1986.

Grande, France: Comme des Garçons. London 1998.

Gill, Alison: Deconstruction Fashion. The Making of Unfinished, Decomposing and Re-assembled Clothes. In: Fashion Theory, Volume 2, Issue 1, 1998, S. 25-50.

**- H -**

Hollander, Ann: Seeing Through Clothes. Berkeley, Los Angeles 1993.

**- K -**

Koda, Harold; Martin, Richard: Infra-Apparel. Katalog der gleichnamigen Ausstellung im Metropolitan Museum of Art. New York 1993.

König, René: Menschheit auf dem Laufsteg. Die Mode im Zivilisationsprozess. Neu hrsg. von Hans Peter Thurn. Opladen 1999.

Kraft, Kerstin: kleider.schnitte. In: Mentges, Gabriele; Nixdorff, Heide (Hg.): zeit.schnitte – Kulturelle Konstruktionen von Kleidung und Mode. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Band 1. Dortmund 2001, S.16-137.

**- L -**

Lee, Suzanne: Fashioning the Future – Tomorrows Wardrobe. London 2005.

Lehnert, Gertrud: Mode und Moderne. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Dortmund 2005, S. 251-263.

Lévi-Strauss, Claude: Das Wilde Denken. 9. Auflage. Frankfurt a.M. 1994.

Loschek, Ingrid: Wann ist Mode? Strukturen, Strategien und Innovationen. Berlin 2007.

**- M -**

Maase, Kaspar: Die Erforschung des Schönen im Alltag. Sechs Thesen. In: Maase, Kaspar (Hg.): Die Schönheiten des Populären. Ästhetische Erfahrung der Gegenwart. Frankfurt 2008, S. 42-57.

McLeod, Mary: Undressing Architecture. Fashion, Gender and Modernity. In: Fausch, Deborah: Architecture in Fashion. Princeton Architectural Press. Princeton 1994, S. 38-123.

Mentges Gabriele: Für eine Kulturanthropologie des Textilen. In: Mentges, Gabriele (Hg.): Kulturanthropologie des Textilen. In: Textil – Körper – Mode. Dortmunder Reihe zu kulturanthropologischen Studien des Textilen. Berlin 2005, S. 11-54.

**- P -**

Pfeifer, Wolfgang (Hg.): Etymologisches Wörterbuch des Deutschen. 8. Auflage. München 2005.

**- R -**

Rosenfeld, Eleanor T. (Hg.): The Kimono Inspiration. Art and Art-To-Wear in America. Washington D.C. 1996.

Ruppert, Wolfgang: Der moderne Künstler. Zur Sozial- und Kulturgeschichte der kreativen Individualität in der kulturellen Moderne im 19. und frühen 20. Jahrhundert. 2. Auflage. Frankfurt am Main, 2000.

**- S -**

Steele, Valerie: Abstraction and the Avant-Garde. In: Beeke, Anthon; Edelkoort, Lidewij; Shah, David (Hg.): View On Color 28. The Colour Forecasting Book. Paris 2004, S. 28-29.

**- V -**

Vinken, Barbara: Mode nach der Mode. Geist und Kleid am Ende des 20. Jahrhunderts. Frankfurt 1993.

Vinken, Barbara: The New Nude. In: Maison Martin Margiela. '20' - The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 111-119.

**- W -**

Weber-Kellermann, Ingeborg: Mode und Tradition. In: Andreas C. Bimmer (Hg.): Brauch, Familie, Arbeitsleben. Schriften von Ingeborg Weber-Kellermann. Marburg 1978, S. 105-113.

Welters, Linda: Introduction. In: Welters, Linda; Lillethun, Abby (Hg.): The Fashion Reader. Oxford, New York 2007, S. 253-255.

Karl-Heinz Hillmann: Wörterbuch der Soziologie. Stuttgart 1994.

**- Z -**

Zahm, Oliver: Before and After Fashion. In: Artforum 33, Nr. 7, 1995, S. 74-77, 119.

Zelenko, Lori Simmons: Is Fashion Art? In: American Artist. June 1981, S. 87-88. Zitiert nach: Bok Kim, Sung: Is Fashion Art? In: Fashion Theory. Volume 2, Issue 1, 1998, S. 51-71.

Zembylas, Tasos: Kunst oder Nichtkunst. Über Bedingungen und Instanzen ästhetischer Beurteilung. Wien 1997.

## Internetquellen

**- A -**

Webadresse des Modeblogs *Advanced Style*. Quelle: <http://advancedstyle.blogspot.com/>, Stand: 26.10.2009.

Amodio, Joseph V.: Men's fashion going Mad' on New York runways. Quelle: [http://seattletimes.nwsourc.com/html/living/2009895582\\_webfashionmen19.html](http://seattletimes.nwsourc.com/html/living/2009895582_webfashionmen19.html), Stand: 14.10.2009.

**- B -**

Die Webseite des *Museums Boijmans Van Beuningen*: [www.boijmans.nl](http://www.boijmans.nl), Stand: 14.10.2009.

**- C -**

Video und Beschreibung der Herbst/Winter 2000-2001 Kollektion von Hussein Chalayan *Afterwords*. Quelle: <http://www.vimeo.com/4187825>, Stand: 17.10.2009.

**- D -**

Deitz, Paula: Style on file. The Undershirt Comes Out. Quelle: <http://www.nytimes.com/1994/02/27/magazine/style-on-file-the-undershirt-comes-out.html?pagewanted=all>, Stand: 12.09.2009.

Dercon, Chris: Die Werke des Herrn. Quelle: [www.zeit.de/2008/40/Mode-Margiela-40](http://www.zeit.de/2008/40/Mode-Margiela-40), Stand: 9.03.2009.

Derrida, Jacques: Letter to a Japanese Friend. Quelle: <http://literature.sdsu.edu/library/derridaletter.html>, Stand: 19.03.2009.

**- F -**

Frankel, Susannah: Martin Margiela – Fashion's invisible superstar. Quelle: <http://www.independent.co.uk/life-style/fashion/features/martin-margiela-fashions-invisible-superstar-868562.html>, Stand: 18.03.2009.

Website des Modelabels *fabrics interseason*. Quelle: [www.fabrics.at](http://www.fabrics.at), Stand 26.10.2009.

**- G -**

Graw, Isabelle: Der letzte Schrei. Über modeförmige Kunst und kunstförmige Mode. Quelle: <http://www.textezurkunst.de/56/der-letzte-schrei/>, 29.10.2008.

**- H -**

Website der Designerin Edwina Hörl. Quelle: <http://edwinahoerl.com/>, Stand: 25.10.2009.

Website des Modelabels *house of the very island's...* . Quelle: <http://www.houseofthe.com/>, Stand: 25.10.2009.

**- M -**

Webseite der amerikanischen Fernsehserie *Mad Men*. Quelle: <http://www.amctv.com/originals/madmen/>, Stand: 14.10.2009.

Beschreibung der *Maison Martin Margiela* Frühling/Sommer-Kollektion 2001. Quelle: <http://www.contemporaryfashion.net/index.php/none/more/147/uk/work.html>, Stand: 22.10.09.

Mill, Rumor: Mad Men Fashions to be Designer Collection. Quelle: <http://www.stylehog.com/blog/rumor-mill-mad-men-fashions-to-be-designer-collection/>, Stand: 14.10.2009.

**- O -**

Oatley, Angela: Postmodernism and Fashion. Quelle: [http://www.notjustalabel.com/articles/postmodernism\\_and\\_fashion](http://www.notjustalabel.com/articles/postmodernism_and_fashion), Stand: 30.8.09.

**- P -**

Profil des Produktdesigners Paul Topen. Quelle: <http://www.craftscotland.org/paultopen.html>, Stand: 23.10.2009.

Website des Modelabels *Pelican Avenue*. Quelle: <http://www.pelicanavenue.com/>, Stand: 25.10.2009.

**- R -**

Riedel, Claudia: Verflixt und handgenäht. Quelle: [http://www.zeit.de/2002/04/Verflixt\\_und\\_handgenaecht](http://www.zeit.de/2002/04/Verflixt_und_handgenaecht), Stand: 14.08.2009.

- S -

Simmel, Georg: Die Mode. Teil 1. Quelle: <http://socio.ch/sim/kul3a.htm>. Stand: 25.4.09.

Smith, Roberta: Serious Side of an Infatuation With Fashion. Quelle: <http://www.nytimes.com/1997/03/14/arts/serious-side-of-an-infatuation-with-fashion.html>, Stand: 14.09.2009.

Smith, Roberta: Review/Art. How Underwear Became Outerwear. Quelle: <http://www.nytimes.com/1993/05/14/arts/review-art-how-underwear-became-outerwear.html>, Stand: 12.09.2009.

Spindler, Amy M.: Coming Apart. Quelle: <http://www.nytimes.com/1993/07/25/style/coming-apart.html>, Stand: 10.08.2009.

Webadresse des Mode-Blogs *Streetpeeper*: <http://streetpeeper.com/>, Stand: 26.10.2009.

- V -

*Viktor&Rolf*s Modeblog. Quelle: <http://viktoretrolf.typepad.com/about.html>, Stand: 22.10.2009.

Vinken, Barbara: Amazing Grace – Martin Margiela und die Antwerpener Schule. Quelle: <http://artattler.com/commentarymargiela.html>, Stand: 16.04.2009.

Volkart, Yvonne: Lust und Widerstand: Mode und Kunst anders machen. Quelle: [http://www.xcult.org/volkart/pub\\_d/essays/lustundwiderstand.html](http://www.xcult.org/volkart/pub_d/essays/lustundwiderstand.html), 29.10.2008.

## Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Ein Beispiel meiner Arbeiten für Edwina Hörl 2008 (Links oben: Entwurf und Original). Quelle: privat.

Abb. 2: Die Protagonisten der TV-Serie *Mad Men*. Quelle: <http://graphics8.nytimes.com/images/blogs/themoment/posts/michaelkors.jpg>, Stand: 14.10.2009.

Abb. 3: *Scenario* 1997 – Ein Tanzstück von Merce Cunningham mit Kostümen von Rei Kawakubo (Comme des Garçons). Quelle: <http://www.fashionprojects.org/wp-content/uploads/2009/07/cunningham3.jpg>, Stand: 13.09.2009.

Abb. 4: Anzug und Bustier designed von Jean-Paul Gaultier 1990 für Madonna *Blond Ambition World Tour*. Quelle: <http://www.metmuseum.org/special/rock/art/suitandbustier.L.jpg>, Stand: 13.09.2009.

Abb. 5: Madonna 1990 in Jean Paul Gaultier. Quelle: [http://www.gstatic.com/hostedimg/6b0d6dc13ad2c66f\\_landing](http://www.gstatic.com/hostedimg/6b0d6dc13ad2c66f_landing), Stand: 15.09.2009

Abb. 6: Kaiserin Elisabeth in Charles Frederick Worth (1865). Quelle: [http://en.wikipedia.org/wiki/File:Winterhalter\\_Elisabeth.jpg](http://en.wikipedia.org/wiki/File:Winterhalter_Elisabeth.jpg), Stand: 14.10.2009.

Abb. 7: Viktor & Rolf: Smoking der *Upside down* Kollektion. Frühling/Sommer 2006. Quelle: [http://fashiontribes.typepad.com/main/2005/10/viktor\\_rolf\\_spr.html](http://fashiontribes.typepad.com/main/2005/10/viktor_rolf_spr.html), Stand: 15.09.2009.

Abb. 8: Maison Martin Margiela Frühling/Sommer Kollektion 1997. Quelle Ausstellungskatalog: Maison Martin Margiela. `20´- The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 46.

Abb. 9: Verschiedene Versionen von Margiela-Tabis. Quelle Ausstellungskatalog: Maison Martin Margiela. `20´- The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 38.

Abb. 10: Original Tabi-Socken mit Gummisohle. Quelle: [http://www.dick.biz/medias/sys\\_master/707600\\_01\\_P\\_WE\\_8.jpg](http://www.dick.biz/medias/sys_master/707600_01_P_WE_8.jpg), Stand: 19.09.2009.

Abb. 11: Auswahl der Frühling/Sommer 2007 Kollektion von *Dior/John* Galliano. Quelle: <http://www.style.com/fashionshows/review/S2007CTR-CDIOR/>, Stand: 20.09.2009.

Abb. 12: *Comme des Garçon Body Meets Dress* Frühling/Sommer 1997. Quelle: <http://www.fashionprojects.org/wp-content/uploads/2009/03/forweb1.jpg>, Stand: 13.09.2009.

Abb. 13: Die Kleider des Modehauses Maison Martin Margiela sollen für sich selbst sprechen. Quelle Ausstellungskatalog: Maison Martin Margiela. `20´- The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 18.

Abb. 14: Martin Margiela himself 1997. Quelle: <http://www.nytimes.com/2008/10/02/fashion/shows/02MARGIELA.html>, Stand: 16.09.2009.

Abb. 15: Das weiße Label von Maison Martin Margiela. Quelle Ausstellungskatalog: Maison Martin Margiela. `20´- The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 17.

Abb. 16: Models der Frühling/Sommer Kollektion 2008. Quelle: [http://www.art-magazin.de/design/16813/martin\\_margiela\\_muenchen](http://www.art-magazin.de/design/16813/martin_margiela_muenchen), Stand: 17.09.2009.

Abb. 17: Zwei unterschiedliche Versionen von Trenchcoats der Marke *Maison Martin Margiela*. Quelle: <http://www.maisonmartinmargiela.com/en/collections/AH2003/collec.html>, Stand: 17.10.2009.

Abb. 18: Beispiele aus der *Replica*-Serie. Quelle Ausstellungskatalog: Maison Martin Margiela. `20´- The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 65.

Abb. 19: Ausschnitte der Präsentation von Hussein Chalayans *Afterwords* Herbst/Winter 2000-2001. Quelle: [www.husseinchalayan.com](http://www.husseinchalayan.com), Stand: 17.10.2009.

Abb. 20: Die Abwesenheit des Körpers am Beispiel der *Artisanal* Kollektion Herbst/Winter 2002-2003. Quelle Ausstellungskatalog: Maison Martin Margiela. `20´- The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 23.

Abb. 21: Die 9. Kleider-Lage der *Russian Doll* aus der *Haute Couture*-Kollektion von *Viktor&Rolf* in 1999/2000. Quelle: <http://picasaweb.google.com/lh/photo/wwS7PuZ6JpMUZdFi6fPbwg>, Stand: 22.10.2009.

Abb. 22: Beispiele aus den *MMM* Kollektionen Frühling/Sommer 2000 und Herbst/Winter 2000-2001. Quelle Ausstellungskatalog: Maison Martin Margiela. `20´- The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 86.

Abb. 23: *Le Porté* von Maison Martin Margiela. Quelle Ausstellungskatalog: Maison Martin Margiela. `20` - The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 59.

Abb. 24: *Exhibition (9/4/1615)* – Detailaufnahmen der mit Bakterien und Hefekulturen besprühten Kleidungsstücke. Quelle: te Duits, Thimo: Martin Margiela (9/4/1615). In: Einzelausstellung von Martin Margiela im Museum Boijmans van Beuningen in Rotterdam 1997.

Abb. 25: *Exhibition (9/4/1615)* – Die Brutstätten der Bakterien und Hefekulturen. Quelle: te Duits, Thimo: Martin Margiela (9/4/1615). In: Einzelausstellung von Martin Margiela im Museum Boijmans van Beuningen in Rotterdam 1997.

Abb. 26: Eine Auswahl aus der MMM Artisanal Collection Frühling/Sommer 2009. Quelle: [www.maisonmartinmargiela.com](http://www.maisonmartinmargiela.com), Stand: 22.09.2009.

Abb. 27: Beispiele aus der Frühling/Sommer *Ready-to-wear*-Kollektion 2006 von MMM. Quelle: <http://www.vogue.co.uk/fashion/show.aspx/full-length-photos/id,2909#>, Stand: 23.10.2009.

Abb. 28: Trompe-l'œil-Kleidungsstück von MMM, Kollektion Frühling/Sommer 2009. Quelle: <http://www.style.com/fashionshows/complete/S2009RTW-MMARGIEL>, Stand: 22.09.2009.

Abb. 29: Beispiele von Silhouetten des Modehauses MMM. Quelle Ausstellungskatalog: Maison Martin Margiela. `20` - The Exhibition. Werkschau über Maison Martin Margiela im Antwerpener ModeMuseum MoMa. Antwerpen 2008, S. 82-83.

Abb. 30: *Streetpeeper* in London. Model: Louise Gray. Quelle: <http://streetpeeper.com/fashion/louise-gray-london>, Stand 26.10.2009.

Abb. 31: *Advanced Style* – älterer Herr in den Straßen New Yorks. Quelle: <http://advancedstyle.blogspot.com/>, Stand: 26.10.2009.

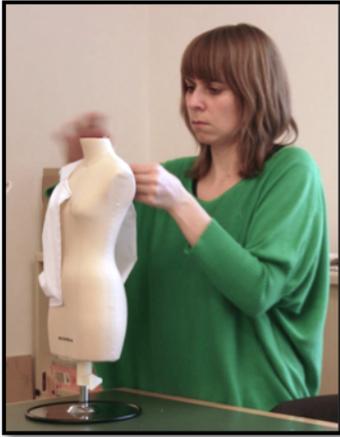
Abb. 32: *House of the very island's...* Herbst/Winter-Kollektion 2006-2007 *contemporary witchcraft*. Quelle: <http://www.houseofthe.com/conwitch/fashion.html>, Stand: 26.10.2009.

Abb. 33: *Pelican Avenue* Frühling/Sommer-Kollektion 2009 *Calyx*. Quelle: <http://www.appendix-mag.com/2009/05/22/pelican-avenue/>, Stand: 26.10.2009.

Abb. 34: *Fabrics Interseason* Frühling/Sommer-Kollektion 2008 *döbling reform*. Quelle: <http://skelemitz.wordpress.com/2008/04/>, Stand 26.10.2009.

## Lebenslauf

Sabina Muriale  
geb. 31.07.1977



### Momentane Tätigkeit

Seit Wintersemester 2009/2010 Assistenz für die Lehrveranstaltung *Moden und Styles* von Modedesignerin Edwina Hörl am Institut für das Künstlerische Lehramt an der Akademie der Bildenden Künste in Wien.

Seit Februar 2004 bis heute Projektmanagerin bei Dr. Rüdiger Wischenbart (Content & Consulting) – Arbeitsschwerpunkte: Buch, Verlagswesen, Verlagsmärkte, kulturelle Märkte.

### Bildungsweg

- 2004–2009 Studium der Europäischen Ethnologie/Volkskunde in Wien
- 1999–2004 Studium der Europäischen Ethnologie (NF: Philosophie + Museumspädagogik/Ästhetische Bildung) in Berlin, Humboldt Universität (n.a.)
- 1996–1999 Abitur an der Theodor-Litt-Schule im Bereich Bautechnik und Ingenieurwesen in Giessen
- 1995–1996 Lehre zur Bankkauffrau an der Deutschen Genossenschaftsbank in Frankfurt a.m. (n.a.)
- 1993–1995 Realschule für Wirtschaft und Verwaltung KBS in Bad Nauheim

### Relevantes Projekt zum Diplomarbeits-Thema

Konzeptgestaltung, PR und Filmmusik für:

*SLOW – 75shirts, 1film, 15presents and a lot of whoopee*

Ein interdisziplinäres Projekt von zwei KünstlerInnen und einem Modedesigner, das Animation, Mode und Musik miteinander vereint. Prominente SLOWshirt-Träger: Elfriede Jelinek, Peter Weibel, Didi Bruckmayr, Paulus Manker und Laura von Bambi. Präsentiert in Barcelona am 5. juli 2007 @„NIU“/art\_gallery – siehe: [www.niubcn.com](http://www.niubcn.com).



## Abstract

Ausgangspunkt dieser Arbeit ist der Forschungsgegenstand Mode als Kunst und ModedesignerInnen als KünstlerInnen, die sich, im Sinne einer *Mode nach der Mode*, konzeptuell-künstlerisch mit dem Modesystem an sich und den Dimensionen wie Körper, Zeit und Raum kritisch auseinandersetzen. Dabei soll aufgezeigt werden, dass die Mode sich nicht allein auf den Bereich einer äußeren Lebensführung bezieht, sondern auch Aufschluss über unser kulturelles und soziales Alltagsleben geben kann. Die *Mode nach der Mode* als künstlerisch-philosophische Richtung umfasst allerdings nur eine Avantgarde unter den ModedesignerInnen. Allen voran das belgische Modehaus *Maison Martin Margiela*, dessen Kollektionen und Präsentationen sich am radikalsten mit dem Alltagsphänomen Mode auseinandersetzen und von dem sich nicht nur jüngere DesignerInnen inspirieren lassen. Das Modehaus, das sich längst einen Namen in der Kunstwelt gemacht hat und in zahlreichen Ausstellungen vertreten ist, ist exemplarisch für die Möglichkeiten interdisziplinärer Auseinandersetzungen von Mode mit der Kunst und eröffnet, ebenso wie zahlreiche andere ModeschöpferInnen, weitere Zugänge für neue Arbeitsfelder einer Europäischen Ethnologie.

Ziel dieser Arbeit ist es, auf die Vielfalt von Forschungsfeldern zu verweisen, mit der sich eine *Mode nach der Mode* beschäftigt und welche Perspektiven sich dadurch für eine Europäische Ethnologie eröffnen. Vor allem am Beispiel der „Mode als Kunst“ wird ersichtlich, dass dieses Spektrum an Möglichkeiten interdisziplinäre Herangehensweisen voraussetzt, die sich in Kooperationen mit Produktdesignern oder auch anderen wissenschaftlichen Gebieten, wie etwa der Biologie, verdeutlichen und sich dadurch nicht nur die Arbeitsplatzsituation von Modeschaffenden verändert, sondern sich auch ein neues Selbstverständnis der Mode als Teil eines interdisziplinären Teams herausbildet. Ein Umstand, der auch in Zukunft weiterer Betrachtungen bedarf.