

FASHION?! WAS MODE ZU MODE MACHT

Der Mode von den 1950er Jahren bis in die Gegenwart widmet sich ab dem 24. Oktober die Große Landesausstellung im Landesmuseum Württemberg. Die oft als oberflächlich verkannte Mode ist ein Thema, das unseren Alltag durchdringt und uns alle betrifft. Jeden Tag stehen wir vor dem Kleiderschrank und fragen uns, was wir tragen, wie wir uns anziehen wollen. Was wir aussuchen, wie wir uns kleiden, welchen Moden wir folgen oder welche wir verweigern, welchen Stil wir entwickeln – das sind Entscheidungen, die als Aspekte von Persönlichkeit und Individualität verstanden werden. Kleidung wird dann zu Mode, wenn sie als solche produziert, kommuniziert und getragen wird. Sie entsteht also erst durch menschliches Handeln.

Ausgehend von Fragen zum alltäglichen Umgang mit Kleidung zeigt die Schau die Komplexität des Modesystems auf und spürt der Veränderung von Geschlechter- und Körperbildern, Kreativität und Kommunikation über Mode

sowie dem Wandel von Stilikonen, Vorbildern und Konsumpraktiken kritisch nach. Die mehr als 200 Objekte, darunter Exponate renommierter nationaler und internationaler Leihgeber, verdeutlichen damit nicht nur den Stellenwert, den Mode in der heutigen Gesellschaft einnimmt, sondern sie illustrieren zugleich den Veränderungsprozess, der sich in den letzten 70 Jahren in der Modewelt vollzogen hat.

MODE LEBEN!

Mode ist mehr als nur Kleidung: Sie ist alltägliches Kommunikationsmittel sowie Ausdruck und Spiegel unserer Persönlichkeit. So kann alles, was wir anziehen und wodurch wir wahrgenommen werden, als Mode bezeichnet werden. Sei es die praktische Jeans, das seidene Luxuskleid oder das selbst gestaltete Protest-Shirt – Mode bewegt Menschen. Mit der Wahl unserer Kleidung treffen wir eine Aussage und werden zugleich von anderen eingeordnet und bewertet. So zeugt das T-Shirt mit dem Aufdruck „I survived Stuttgart 21“ vom Protest gegen den Bau des neuen Bahnhofs der Landeshauptstadt, während man mit dem T-Shirt „I love Baden-Württemberg“ seine Verbundenheit zur Region zum Ausdruck bringt.



T-Shirt „I survived Stuttgart 21“
des parkschützers.de e. V., 2010, Baumwolle



T-Shirt „I love Baden-Württemberg“
von Spreadshirt.de, 2019, Baumwolle

MODE MACHEN!

Was getragen wird, wurde zuvor in einem kreativen Prozess hervorgebracht: Einer vagen Idee folgen Recherchen, erste Skizzen, Schnittmusteranfertigungen, Stoffauswahl und ein erstes Probestück. Die Ergebnisse solcher vielfältigen wie unterschiedlichen Prozesse manifestieren sich in den Kleidungsstücken selbst, welche die Signatur der Designer*innen erkennen lassen.

Zu den Kreativen, die nach dem Zweiten Weltkrieg die Mode prägten, zählt Christian Dior. Seine Entwürfe zeichneten sich zunächst durch abgerundete Schultern, eine eng geschnürte Taille und einen Rock in fülliger A-Form aus, heute bekannt als „New Look“. Mit der 1951 eingeführten Frühjahrskollektion „Naturelle“ wich die Silhouette jedoch einem neuen Konzept, nämlich der Form des Ovalen. Dior arbeitete mit einer

Dreiteilung des Körpers: ovales Gesicht, ovale Brust, ovale Hüften. Die Linie sollte den „natürlichen“ Formen weiblicher Körper folgen. Dazu musste Dior seine Schnitte komplett ändern: Seine Idee war, einfache, flexibel wirkende Kleider zu kreieren, die aber raffiniert in ihrer Konstruktion waren. Er spielte dafür zum Beispiel mit unterschiedlichen Ausschnitten, damit die Kundinnen sich je nach Anlass für ein Kleid mit mehr oder weniger Dekolleté entscheiden konnten. Je nach gewähltem Ausschnitt und Stoff wurde so aus einem schlichten Tageskleid ein aufregendes Cocktail- und Abendkleid. Das Nachmittagskostüm „Escapade“ war Teil dieser Kollektion; durch seinen Kragen, der an ein Schlüsselloch erinnert, ist es besonders markant.

*Nachmittagskostüm „Escapade“
von Christian Dior, 1951, Wolle*



*Modeskizze von Christian Dior zum
Nachmittagskostüm „Escapade“, 1951, Bleistift auf Papier*

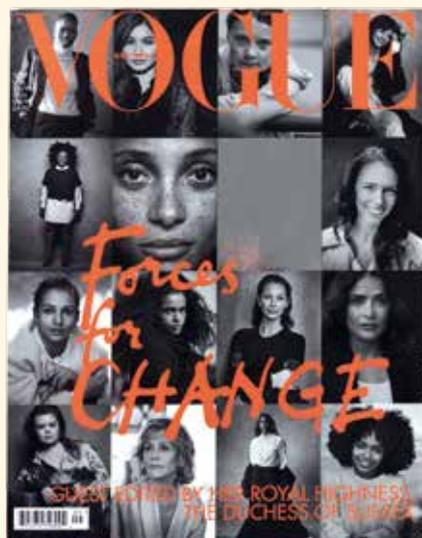


MODE ZEIGEN!

Über die wechselnden Moden muss gesprochen, geschrieben und berichtet werden. Mode verlangt nach Bildern, um auf sich aufmerksam zu machen und Verbreitung zu finden. Erst durch die öffentliche Wahrnehmung wird Mode zu Mode. Im visuell geprägten Modesystem haben sich Modenschauen, Modefotografien und Modemagazine als essenzielle Instrumente der Vermittlung herausgebildet.

Modefotografien sind bei der Wahrnehmung neuer Moden von unschätzbarem Wert. Sie entstehen meist als Auftragsarbeiten in einem kommerziellen Kontext für Magazine oder Werbeanzeigen. Die Grenzen zwischen künstlerischer und modeschöpferischer Arbeit verschwimmen dabei häufig. Fotografie und Mode können unerwartete Symbiosen eingehen, in denen Sehgewohnheiten aufgebrochen werden. So war die in Esslingen am Neckar aufgewachsene Fotografin Walde Huth jahrelang für das Wäscheunternehmen Charmor tätig. In diesem Kontext entstand auch die Schwarz-Weiß-Fotografie, die eine Frau, mit Bluse, Rock und hohen Schuhen bekleidet, vor dem Alten Schloss in Stuttgart zeigt. Im Hintergrund sind ein Auto sowie unscharf zwei Herren zu erkennen, welche die in Strümpfe, das zu bewerbende Produkt, gehüllten Beine des Models fokussieren.

Walde Huth veröffentlichte ihre Arbeiten auch in den führenden Modezeitschriften Deutschlands. Die wöchentlich, monatlich oder quartalsweise erscheinenden Modemagazine spielen eine zentrale Rolle bei der Vermittlung neuer Moden. Dabei gilt es, die Leser*innen bereits mit dem Titelblatt, das oft den entscheidenden Kaufimpuls gibt, anzusprechen. Auch wenn das Angebot an Themen und Magazinen



L'officiel, Frankreich, Juni 1970 | Vogue, Großbritannien, 2019

so unterschiedlich ist wie die Leser*innen selbst, sind nicht anders als in den 1950er Jahren weitaus mehr Modezeitschriften für Frauen als für Männer auf dem Markt.

Ebenso einflussreich bei der Vermittlung neuer Trends sind Personen, die als Stilikonen gelten oder als Vorbilder fungieren. Waren es in den vorangegangenen Jahrhunderten meist die Mitglieder des Adels, die durch ihre öffentlichen Auftritte und Inszenierungen Mode definierten, wurde diese Funktion Mitte des 20. Jahrhunderts zunehmend an Stars der internationalen Musik-, Medien- und Filmbranche abgetreten. Auch Models und Sportler*innen entwickelten sich im ausgehenden 20. Jahrhundert zu Stilikonen, die über ihre Kleidung zu verehrungswürdigen Bildzeichen geworden sind und den Modediskurs mitbestimmen.



Modeaufnahme für „Charmor Fashion“ von Walde Huth, 1956

MODE TRAGEN!

Konstituierendes Merkmal von Mode ist heute mehr denn je ihre Kurzlebigkeit, nicht zuletzt hervorgerufen durch die immer schnellere Verfügbarkeit der Bilder über die Medien. Damit kommt der Mode eine starke wirtschaftliche Relevanz zu, und Verbraucher*innen nehmen eine aktive Rolle im Modesystem ein. Da der Grundbedarf an Kleidung weitestgehend gesättigt ist, wird Mode vorwiegend als Konsumgut gehandelt und ist damit zu einem milliarden-schweren internationalen Business geworden. Von der Rohstofferte bis zum Annähen des letzten Knopfes legen Kleidungsstücke oftmals eine lange Reise rund um die Welt zurück. Neben den negativen Auswirkungen auf die Umwelt ist die globale Modeproduktion gekennzeichnet von schlechten Arbeitsbedingungen und gesundheitsgefährdenden Arbeitsbereichen. Das Label „Dead White Men's Clothes“ belegt stellvertretend die Widersprüche des globalen Warenkreislaufs von Kleidung. Hinter dem Label steht der Künstler Jojo Gronostay, der importierte Second-Hand-Kleidung aus Europa in Ghana einkauft, um sie dann, versehen mit dem Label „DWMC“, wieder in Europa zu verkaufen. Mit dem Namen bezieht er sich auf die Vorstellung der ghanaischen Bevölkerung, dass die große Menge an Kleidung nur von toten weißen Menschen stammen könne. Der Künstler bietet die gelabelten und nach Europa reimportierten Kleidungsstücke zu hohen Preisen an.

T-Shirt und Rock von „Dead White Men's Clothes“, 2018, Baumwolle, Kunstfaser



MODE IN WÜRTTEMBERG GESTERN UND HEUTE

Eingebettet in die globale Perspektive der Ausstellung FASHION?! ist stets auch eine regionale Sicht. Denn eines hat im deutschen Südwesten schon lange Tradition und bis heute Erfolg: die Herstellung von Web- und Strickstoffen, Wäsche- und Sportartikeln. Die Mode- und Textilproduktion war ab dem 19. Jahrhundert einer der wichtigsten Wirtschaftszweige Württembergs.

Stuttgart ist zwar nicht Paris, aber gerade in der Nachkriegszeit zählte die Stadt im Kessel zahlreiche bekannte Modeateliers. Sie formierten sich in den 1950er und 60er Jahren zum Stuttgarter Mode-Ring. Der Zusammenschluss aus mehreren Ateliers präsentierte zweimal jährlich die neuen Kollektionen in aufwändigen Modenschauen, die auf eine hohe Medienpräsenz abzielten. Dem Mode-Ring gehörte auch das Modeatelier von Magda Rupp an. Sie war dafür bekannt, die feine Gesellschaft Stuttgarts einzukleiden. Passgenau auf die Figur geschnitten und inspiriert von der jeweils aktuellen Pariser Mode, waren Kleider wie das aufwändig produzierte seidene Abendkleid mit Glasperlenschnüren ein begehrter Luxusartikel.

Seit Mitte des 20. Jahrhunderts spürten die Unternehmen der Region die Veränderungen der Modeindustrie: Sie wurde zunehmend globaler, schnelllebig und nahezu für alle verfügbar. Viele Maßschneider*innen haben aufgrund der Konkurrenz ihre Ateliers aufgeben müssen. Es gibt jedoch wieder einige junge Modelabels und Start-Ups in der Region. Sie befassen sich oft mit nachhaltiger und fair produzierter Mode, die immer häufiger von Konsument*innen nachgefragt wird.

Marie Helbing

Damenkleid aus dem Atelier Magda Rupp, 1962, Seide und Glasperlen



AUSSTELLUNG

FASHION?! WAS MODE ZU MODE MACHT

24. Oktober 2020 – 25. April 2021
Landesmuseum Württemberg
Schillerplatz 6 Stuttgart, Altes Schloss

Zur Ausstellung erscheint ein Begleitkatalog
im Belser Verlag.

Nähere Informationen unter
www.fashion-stuttgart.de