

## Anmerkung der Redaktion!

Innerhalb dieser Zeitung werden von mir verschiedene Themen angesprochen, welche alle im Zusammenhang mit meinem Diplom stehen. Zusätzlich habe ich Artikel von anderen Autoren angefügt, die für das Diplomthema relevante Themen ansprechen, um zu zeigen dass sich die verschiedenen Einflüsse die mich zur Wahl meines

Themas bewegt haben reale, aktuelle Einflüsse sind. Das Medium der Zeitung erschien mir formal geeignet, weil eine Zeitung ähnlich einer Kollektion nur eine geringe Halbwertszeit hat. Sie gilt heute für heute, doch morgen werden Aussagen von heute in Frage gestellt. Was uns heute als Wahrheit verkauft wird ist sobald es gedruckt und gelesen wird schon wieder an-

zweifelbar und kann verworfen werden. Und trotzdem werden mit ungeheuerem Aufwand Sätze geschrieben, und Meinungen manifestiert. Warum? Nur so ist Bewegung und damit Vorwärtskommen möglich. Zeitung ist eine Metapher für Aktualität, Seriosität aber auch Schnelligkeit. Genau so verstehe ich mein Diplom. Nichts für die Ewigkeit, aber sowohl

als Objekt als auch als Schrift habe ich meine Meinung geäußert, um sie danach anzuzweifeln, weiterzuverfolgen oder zu verwerfen. Ich wollte nur wissen wo ich stehe, ich habe einen Ausgangspunkt gesucht, gefunden und ausgelotet.

# BEKLEIDUNGSWERK

3 Euro



Diplomarbeit von Bianca Koczan  
- Fachbereich Mode -



15. April 2005

## Inhaltsverzeichnis

Arbeit .....Seite 1  
Wie studiert man Mode? .....Seite 2  
Kollektionen köcheln .....Seite 3  
Ich bin ich ob ich will oder nicht .....Seite 4  
Von einer die auszog das Fürchten zu lernen .....Seite 5  
**Interview** mit Johanna Mierendorff .....Seite 7

Arbeitsgesellschaftswandel .....Seite 10  
**Dossier Ironie** .....Seite 12  
Work it out .....Seite 15  
Uniformität und Individualität .....Seite 16  
Arbeiterbekleidung .....Seite 17

### Fremdartikel:

„Wir sind der neue Kapitalismus“ von Dov Charney .....Seite 18  
Blick zurück – ins Glück von Anke Schipp .....Seite 19  
Die Armen sind die Avantgarde von Georg Diez .....Seite 20  
Sehnsucht nach Sicherheit Interview W. Joop .....Seite 21  
Impressum .....Seite 21

# Arbeit

## Ein beantwortender Fragenkatalog.

Der Ausgangspunkt dieser Aufzeichnungen ist das Thema Arbeit.

Die formale Entscheidung zu einer Zeitung mit vielen Artikeln resultiert aus der Struktur des Themas an sich: der Ausgangspunkt ist klar, doch die Bearbeitung des Themas ist nur schwerlich linear anzuordnen. Das Thema Arbeit ist zentral. Es formierte sich aus vielen gleichwertigen Ansätzen heraus. Es bringt mich aber auch zu verschiedenen Schlussfolgerungen in ganz unterschiedlichen Themengebieten, die ich innerhalb dieser Zeitung in verschiedenen Artikeln zu benennen versucht habe. Die formale Entscheidung zu Artikeln in einer Zeitung ist der Vielfältigkeit des Themas selbst geschuldet.

Da ist zunächst der Punkt, was ist Mode für mich? Was ist meine Arbeit, also meine Tätigkeit, wie macht man Mode, wie mache ich Mode. Dann der Punkt meines zukünftigen Betätigungsfelds, wo und wie werde ich arbeiten (müssen) und dabei hoffentlich Geld verdienen.

Hoffentlich? Wieso Hoffentlich? Nun das ist der nächste Punkt. Arbeit finden fällt heute nicht nur in der Mode schwer. Hört man da. Liest man dort. Arbeiten, was ist das eigent-

{ *Wir sind für  
einander geschaffen.* }

lich? Und warum wollen das gerade alle wissen? Weil sich Arbeit verändert. Wie verändert sich Arbeit und warum? Wenn sich Arbeit verändert, heißt das auch für mich als Modedesigner umdenken. Es könnte erforderlich sein meinen Beruf neu zu definieren, mir andere Ziele zu stecken und andere Herangehensweisen zu suchen, als die die schon da sind. Denn ansonsten kann man sich anstellen – ganz hinten – an die Schlange die noch an den Mythos Talent glaubt und mit Jubel statt bloßer Existenz belohnt werden möchte.

Der Begriff Arbeit unterlag seit der Antike immer wieder starken Wandlungen. Aus Mühsaal und Plage wurde mit Hilfe der Reformation zunächst eine Möglichkeit sich im hier und jetzt, und nicht mehr im Jenseits Gottes Wohlwollen zu versichern.

Durch die Industrialisierung war es dann sogar möglich sein Schicksal selbst in die Hand zu nehmen, sich von seiner Herkunft und den engen sozialen Milieus zu emanzipieren. Man musste nicht mehr zeitlebens in seinem Geburtsdorf bleiben, man war nicht für immer der Sohn von Familie Müller und man musste auch nicht mehr Müller werden.

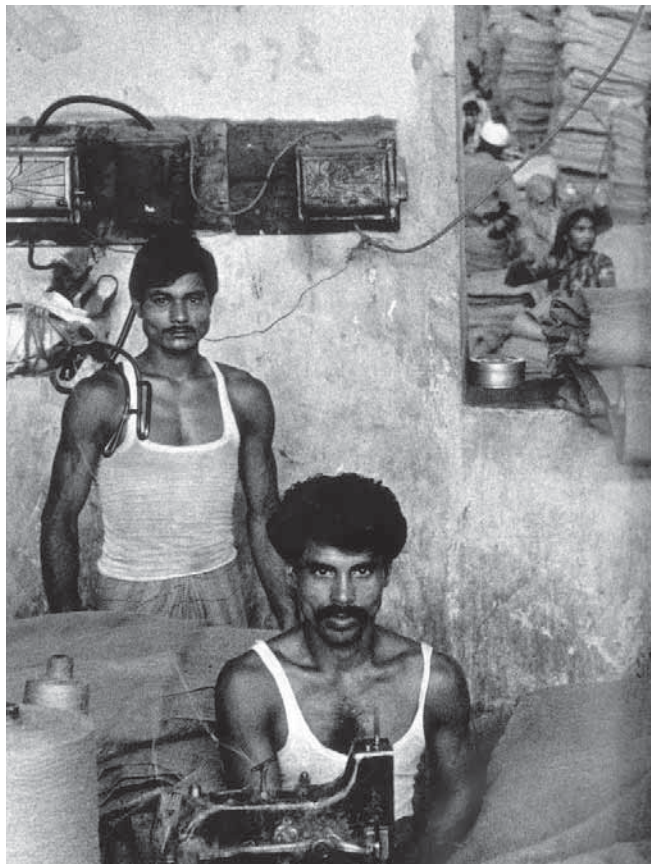
Trotz der Möglichkeit der Loslösung aus vorherigen sozialen Milieus formierte sich daraufhin in den Städten natürlich ein Neues, eben das der Arbeiter, welches neben vielen Chancen immer auch Risiken barg. Als Arbeiter stand man in jedem Fall nicht an der Spitze der Pyramide der sozialen Schichtung. Arbeiter waren Fußvolk, aber es waren viele. Dieses Potential von Masse wussten dann im 20. Jahrhundert politische Regime für sich zu nutzen. Arbeit wurde politisch instrumentalisiert. Und heute nach alledem? Die Formen der Arbeit haben sich verändert, man arbeitet anders heute. Somit ist aber auch eine neue Arbeitslosigkeit zu attestieren.

Die vorhandene? propagierte? Angst vor eben einer neuen anderen Arbeitslosigkeit mit all ihren komplexen Ursachen gibt dieser neuen Arbeit einen ganz neuen Stellenwert.

Arbeit zu haben ist Luxus. Als das arbeiten zu können, was man möchte und davon Leben zu können ist Luxus.

Umkehrschluss: Arbeit ist ein Thema in der Gesellschaft. Und in der Mode?

Einen Versuch ist es wert. Das Thema Arbeit in der Mode ist Arbeitsbekleidung. Arbeiter werden uniformiert, doch Menschen wollen sie selbst sein. Die Menschen möchten Arbeiter sein, aber möchten sie sich uniformieren? Oder sie selbst sein? Geht beides?



Und die anderen die nicht mit dem Geld verdienen können, was sie tun möchten? Was tun die?

Die denken nicht darüber nach was sie anziehen (wirklich?), die müssen ihre Kleidung im Secondhandladen kaufen. Die haben kaputte Hosen und alte fleckige T-shirts. Die ma-

chen sich gestickte Flicker auf Löcher in Jacken. Stop. Aber das haben doch jetzt auch schon alle anderen an. Eine nicht kaputte Jeans gibt es nur noch unter 80 Euro.

Aber alter Hut – das kennt man ja.

(Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 2)

(Fortsetzung von Seite 1)

Das Thema Arbeit ist kontrovers, hat mindestens zwei Gesichter. Man kann es nur auf Umwegen ernst nehmen. Ein möglicher Umweg ist strukturelle Ironie. In diesem Jetzt und Heute ist das Thema Arbeit für mich bestens für modische Zwecke geeignet. Ich bin der selbsternannte Experte. Warum? Naivität. Authentizität. Warum? Weil es schon stattfindet auf der Straße. Warum? Weil die Suche nach Bedeutungen, nach Wurzeln wieder begonnen hat. Warum? Weil die Zukunft unsicher ist.

Warum? Weil sich Gesellschaft unvorhersehbar verändert. Warum? Weil sich Arbeit durch Wirtschaft verändert.

Die Unsicherheit in der Arbeitswelt könnte Menschen dazu bewegen wieder Arbeitskleidung zu tragen...

Da gibt es keinen Schlusssatz und keine letzte Wahrheit, aber die Motivation eine Kollektion zu machen.

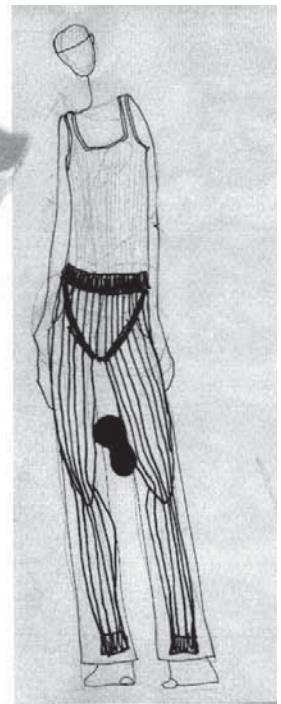
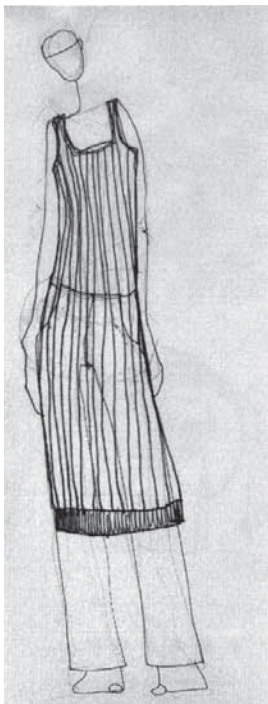
Das Thema Arbeit ist für mich und meine Mode momentan stark präsent und interes-

sant. Wir sind für einander geschaffen. Diese Zeitung erklärt das.

Die in den Artikeln benannten Positionen sind bewusst polarisierend. Und es gilt sich zu motivieren, zu begeistern. Wenn man sich selbst nicht für ein Thema begeistert, ist es mehr als sehr verwegen dies von anderen einzufordern.

# Wie studiert man Mode?

Aussagen anziehen und ablegen und anziehen .



# 2

**Kleider und Atommodelle.** Modemachen heißt an der Burg Giebichenstein Mode gestalten. Gestaltung heißt Qualität durch Form und Kombination von Materialien. Die Gestaltung einer Kollektion bedeutet zudem Zusammenhänge zuschaffen zwischen einzelnen Bekleidungsstücken. Ich habe die Semesteraufgaben immer als Experiment begriffen, kleine Wahrheiten des Gestaltens zu testen aufzudecken oder zu verwirren. Die Kunsthochschule verstehe ich als Labor.

Es gilt etwas zu wagen, Risiken einzugehen, gerade wenn man sich Kreativität auf die Fahne geschrieben hat. Eine Ausbildung zum Designer steht dabei völlig im Gegensatz zur schulischen Ausbildung. Denn innerhalb der schulischen Ausbildung lernte ich durch vorhandene, allgemeingültige Erkenntnisse die Welt zu begreifen. Größtenteils anhand von Modellen wird die Welt bis zum heutigen Wissenstand (oder ok, vielleicht dem von vor 5 Jahren) begreifbar gemacht. Modelle helfen komplexe Zusammenhänge zu gliedern, sie zu abstrahieren, das heißt aber auch, dass sie verschiedene Aspekte außer Acht lassen müssen.

**Modelle zur Anschauung.** Ich war jahrelang sicher zu wissen wie ein Atom aussieht, bis ich las *!*: das Atom welches ich quasi als schon sicher wahrgenommen eingestuft und abgespeichert hatte ist nur ein Modell, niemand weiß wie ein Atom aussieht, es ist einfach zu klein. Die kleinen Elektronenbälle kann man gar nicht sehen, das ist nur Energie, kein menschliches Auge wäre dazu in der Lage, sie sind auch nicht zwingend rund. na ja eigentlich ist eben das Bild was ich kannte nur ein Bild der heutigen Annahme, es wird sich verändern, je mehr man herausfindet, aber sicher ist Elektronen werden nie visuell wahrnehmbar sein. Modelle verdeutlichen (nur) Funktionsweisen und Eigenschaften. Die schulische Ausbildung unterbreitet Schülern Modelle, sie sagt aber nicht, dass dies nur Annahmen und keine Wahrheiten sind.

*Verpackung ist alles?  
Design ist Verpackung?*

Es ist mir nur sehr schnell klar geworden, dass im Gegensatz dazu an der Burg Giebichenstein die eigene Wahrnehmung befragt und somit ausgebildet wird. Anfangen beim spannungsvollem Krümmen einer Kurve wird schnell klar, hier entstehen subjektive Wahrheiten, die Ihre Glaubwürdigkeit auch durch die handwerkliche Qualität ihrer Herstellung erhalten. Ich als Person mit nahezu gewaltigem Sendungsbewusstsein, stelle also fest: wenn ich subjektive Wahrheiten in der Öffentlichkeit verbreite, hängt die Glaubwürdigkeit an der Verpackung.

Verpackung ist alles? Design ist Verpackung?

Design ist das Spannungsverhältnis von Inhalt und Verpackung.

**Meinungsgleichheiten.** Ich interessiere mich für diese subjektiven Wahrheiten, die so subjektiv auch wieder nicht sind, findet doch die eine Arbeit objektiv mehr Zuspruch als die andere. Und Zuspruch in der Mode findet, bei aller elitären Atmosphäre, zu meinem persönlichen Vergnügen ganz bodenständig statt. „Das will ich anziehen oder nicht.“ Obendrein geht es nicht um schöne oder hässliche Jacke es geht um zufriedenes oder unzufriedenes Ich.

Wahrnehmung von Mode findet also auf zweierlei Ebenen statt, schöne Jacke so am Kleiderbügel und schöne Jacke an mir für mich. Schönes Ding als Objekt und schönes Ich.

Ich habe mich schon immer für diese simple Art des Zuspruchs oder der Abwertung begeistert, eine Meinung zu einer Hose hat jeder. Es handelt sich hier nicht um eine schlecht besuchte Galerie mit mundfaulen Proseccohaltern. Wenn man Mode macht hat man immer Rezipienten und bekommt immer Meinungen. Näher als Kleidung kommt nichts an den Mann, da wird wirklich ganz schnell klar was geht und

(Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 3)

(Fortsetzung von Seite 2)

was nicht. Wer also gewillt ist sich über Objekte auszudrücken und sich selbst als stark aufnahmebereit für Reaktionen wahrnimmt, der ist herzlich willkommen sich per Kleidung machen zu äußern.

Ich beschließe meine Einladung und kehre zurück zu den subjektiven Wahrheiten mit denen man Menschen bekleidet, und die objektive Zustimmung oder Ablehnung der Masse dazu.

Wieso erfahren visuelle Dinge Zustimmung? Wieso wird die ästhetische hergestellte Wahrheit eines einzelnen zur ästhetischen Wahrheit vieler? Nun wenn es eine Wahrheit ist stehen die Chancen ganz gut, denn die Wahrheit, sollte es wirklich seine Wahrheit sein, ist glaubwürdig. Wenn ich deine Jacke anziehe glaube ich dir ja, dass ich die so anziehen kann. Wie entwickle ich eine ästhetisch glaubwürdige Meinung – also meine subjektive Wahrheit?

**Modifestation.** Und um noch einmal zu den Modellen zurückzukehren, jedes Outfit, jede Kollektion ist bewusst oder unbewusst quasi ein Modell der eigenen Welt, der Wahrnehmung der Welt, des Jetzt. Da beim Gestalten und auch Anfertigen jedes Detail bis zur Farbe des Fa-

dens oder des Reißverschlusses bewusst oder unbewusst entschieden werden muss, handelt es sich um sehr konkrete Aussagen, entweder zu etwas oder auch über sich selbst. Innerhalb des Studiums empfand ich diese hundertprozentige Realisierung als einen großen Vorteil. Der selbst angefertigte Mantel z.B. war kein Anschauungsmodell, der war echt. Da konnte man sich nicht rausreden. Jede Entscheidung zum realen Mantel hin war eine eigene, die den gewollten ästhetischen Eindruck verstärkte oder abschwächte oder einen völlig anderen als den gewollten Eindruck vermittelte. Hier wurde die Wahrnehmung geschult und kam dann auch geschult zum Einsatz, inklusive dem spannenden Moment der Präsentation, indem man die Wahrnehmung anderer einbezieht und auskundschaftet und damit leben muss. In diesem Sinne gleicht eine Kollektion weniger einer einfachen Aussagen als vielmehr geradezu eine Manifestation. Das gilt dann auch für den Konsumenten, den der sich einkleidet, auch er teilt sich – gewollt oder ungewollt – eigentlich überaus konkret mit. Bekleidungsmerk – ein Manifest.

# Kollektionen köcheln

Modemachen steht Gerichtegaren in nichts nach.



**Qualität.** Der vollendete Geschmack, das Erreichen einer neuen geschmacklichen Qualität wird beim Kochen sehr deutlich. Jede Mutter kocht für ihre Kinder (ja Entschuldigung, dass ich jetzt allein erziehende Väter und Waisenkinder nicht berücksichtige, aber es ist als Metapher eben ein Modell...). Verschiedene Zutaten ergeben im besten Fall keine quantitative Aneinanderreihung, sondern eine neue geschmackliche Qualität – z.B. das schmeckt wie

Apfelstrudel. Im Zeitalter von Joghurt mit Apfelstrudel-Geschmack, wird klar, ich bin mir bei gutem Apfelstrudel nicht mehr aller Zutaten einzeln bewusst, ich genieße einen Geschmacksevent und vergesse dabei genüsslich dass ich „nur“ Äpfel, Rosinen, Mehl, Wasser, Eier, Butter und Puderzucker zu mir nehme. Diese Zusammenstellung von Zutaten zu einem Gericht ist in der Gesamtheit mehr als die Summe seiner Teile. Qualitatives Design ist wie Kochen. Dabei gilt natürlich auch, dass wenn jemand schon aus wenig und nicht so guten Zutaten etwas geschmacklich Erhabenes schaffen kann, wie gut wird es werden, wenn ihm optimale, frische hochwertige Zutaten zur Verfügung stehen. Innerhalb der Hochschule köchelt man den eigenen

Geldbeutel betrachtend, also finanziell bedingt, normalerweise mit Ersatzmaterial, also Margarine statt Butter. Entsteht dabei schon ein geschmackliches Erlebnis, ist aber auch klar und sichergestellt, dass der Koch nur wachsen kann, sollten ihm frische Zutaten zur Verfügung stehen. Zudem geht es nicht nur ums Vermengen von Zutaten und Einflüssen, sondern auch um Veredelungstechniken. Rogenteig schmeckt schon lecker aber fertiger, gebackener, durchs Feuer veredelter Kuchen ist unschlagbar. Dabei zeigt sich ja auch erst im Herd, ob die Mischung aufgeht oder in sich zusammenfällt. Den Kuchenteig in den Ofen zu schieben ist geradezu eine Mutprobe. Aber das alles findet ja noch vor der Verkostung statt...

Wie veredele ich, wenn ich couragiert genug bin, meine Kollektion?

**Geschmack.** Doch Geschmack ist verschieden. Und bei Mama schmeckt's am besten. Warum? Geschmacksnerven nehmen wahr und lernen durch Gebrauch wieder zu erkennen. Sie gewöhnen sich an bestimmte wiederkehrende Muster und empfinden sie als nor-

mal und selbstverständlich. Interessant wird's, falls ich Nudelsalat woanders und nicht zu Hause essen sollte.

Salate sind ein echtes Phänomen, als schwer durchschaubar, miteinander vermischte Masse esse ich die am liebsten, wenn ich sie selbst gemacht habe oder zumindest zusehe wie sie gemacht worden sind.

Hier ist Geschmack noch Geschmack: ungestylt (Also ohne Stil?) anezogen, mitbekommen und zu einem gewissen Grad selbstbestimmt. Mal abgesehen von Fertiggerichten ist auf dem Mittagsteller zu Hause bei niemandem ein Label zur geschmacklichen Orientierung angebracht. Hier entscheide ich frei ohne Gruppenzwang was lecker ist und was nicht. Geschmack hat eigentlich jeder.

Nur die Kultivierung und selbstbewusste Verkündung des eigenen Geschmacks ist Mangelware.

Nach welchen Kriterien treffe ich oder treffen andere heute die Entscheidung zum Kauf dieser oder jener Jacke? Eigener Geschmack? Qualität? Preis? Gruppenzwang?

Und da Geschmack ja verschieden, ist das auch allgemein so akzeptiert. Jede Mama kocht ja auch anders. Die Pfirsiche im koczan-

schen Nudelsalat sind Rudimente eines dreijährigen Kubaaufenthaltes meiner Mutter. Dass es sowieso immer mehr Reis und nur ca. zwei Mal im Jahr Kartoffeln gab, liegt an der ungarischen Ansicht, dass Kartoffeln Gemüse und keine Beilage sind. Paprika roh zu essen fällt mir immer noch schwer, genau wie meinem Vater und seinem Vater und ganz Hegykö: Paprika ist vorrangig Gewürz, bei gefüllten Paprikaschoten essen nur übereifrige Touristen die Paprika mit. Wir tun die schön an den Rand und schmeißen die dann weg. Es geht um die Füllung! Das haben alle eifrigen nichteinheimischen Nachkochen missverstanden oder eben durch ihren Geschmack interpretiert und eine andere Wichtung entwickelt.

Es ist auch genau deswegen gefährlich, in deutschen Küchen gefertigte Nudelplatten mit Füllung einem Italiener als Lasagne zu präsentieren. Bestimmt hat jeder seine Vorstellung vom richtigen Geschmack. Kann sein, die echte Lasagne schmeckt nur den Italienern. Aber der Italiener hat eben immer mehr Recht, es ist sein Rezept, sein Vorrecht.

**Konzept Rezept.** Rezepte, wie auch Konzepte, sind immer nur Inspiration, nie genaue Anleitung. Mittelalterliche Gerichte zum Beispiel sind trotz schriftlich überlieferter Rezepte nicht original geschmacklich zu rekonstruieren. In den Rezepten fehlen einige grundlegende Mengenangaben, die damals als so selbstverständlich galten, dass niemand sie niederschrieb. Beim Köcheln von Kleidung frage ich mich, was sind meine Rezepte, oder auch die Rezepte meiner Generation. Und welches sind meine Grundannahmen, die eine Formensprache ohne eine bewusste Anstrengung einmalig machen, Aktualität, also geschmackliche Zustimmung gewährleisten. Dabei wird klar, Rezepte sind auch nur subjektive Wahrheiten. Meins ist nicht deins, weil Geschmack eben verschieden ist. Kein Essen schmeckt allen. Sowohl regional als auch global ist Zustimmung durch Authentizität am ehesten gewährleistet. Ach, und es geht um Zustimmung. Ich koche nicht, damit es niemandem schmeckt, weiß aber dass es nicht allen schmecken kann. Dabei hat man als Koch die Gäste betreffend einen Vorteil, genauso wie

(Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 4)

# 3

(Fortsetzung von Seite 3)

Menschen ohne Bekleidung einfach mal jämmerlich erfrieren (ganz zu schweigen von sozialer Ächtung von Nacktheit heute), bekleidet Hunger sie ein Leben lang. Welcher Koch bereitet etwas zu, um alle Gäste am Tisch zu vergaulen? Dabei geht es nicht um die Profilierung vor den Gästen. Es geht um das Experiment mit dem Geschmack der Gäste. Mir geht es um das Experiment mit dem Geschmack meiner Gäste. Dabei ist ganz klar, dass ich beim einmaligen Erfolg daraufhin nicht immer das gleiche Kochen kann, keiner kann tageintags das gleiche essen, auch wenn es noch so lecker war... Kuchen sind auch Labore.

Letztlich ist es dabei das Erhabenste, als Koch einen Gast mit etwas zu füttern von dem er glaubt es zu hassen oder es nicht essen zu können (heute sagt man aus Höflichkeit man wäre allergisch). Dabei weiß jeder Koch, alles

ist nur eine Frage der Zubereitung und diese wiederum ist gekennzeichnet von Dosierung und Kombination. Dabei geht es nicht um die Übertüchtung der jeweiligen, allergieverursachenden Zutat. Es geht mir um eine Hervorhebung des eigentlichen Geschmacks einer Sache, deren Unterstreichung durch Betonung oder Contrapunktierung. Auch ist es wichtig die Existenz eines allgemeinen Rezeptes zu vermeiden. Das ist ja gerade das Problem der Postmoderne, hier gilt alles absolut, aber immer nur für einen, maximal wenige Menschen. Wahrheiten sind subjektiv und Rezepte natürlich auch. Jeder kocht unterschiedlich und besitzt auch ein unterschiedliches Geschmacksempfinden. Das Rezept des einen ist nicht das Rezept des anderen. Rezeptbücher sind nicht dogmatisch zu verstehen. Selbst diese Annahme hier ist nur mein Rezept, meine Wahrheit und als Aufforderung zu verstehen

**Aber wie bekomme ich Leute dazu von meiner Kreation zu kosten?**

neinen. Das ist ja gerade das Problem der Postmoderne, hier gilt alles absolut, aber immer nur für einen, maximal wenige Menschen. Wahrheiten sind subjektiv und Rezepte natürlich auch. Jeder kocht unterschiedlich und besitzt auch ein unterschiedliches Geschmacksempfinden. Das Rezept des einen ist nicht das Rezept des anderen. Rezeptbücher sind nicht dogmatisch zu verstehen. Selbst diese Annahme hier ist nur mein Rezept, meine Wahrheit und als Aufforderung zu verstehen

nur umso mehr die eigene Wahrheit dem gegenüberzustellen.

Dabei ist der Wille zur Intoleranz der einzige Weg zur Verkrampfung.

Dafür spricht auch die Struktur der Mode als Selbstbedienungsrestaurant. Meine Gäste sind eigentlich nie nur bei mir eingeladen an einem Tisch. Die Gäste entscheiden selbst: was von wem zu was zunächst aufs Tablett kommt und später gegessen wird.

Aber wie bekomme ich Leute dazu von meiner Kreation zu kosten? Gerade dann wird es wichtig nicht nur etwas Besonderes, sondern eben etwas Authentisches oder authentisch Interpretiertes zu kochen.

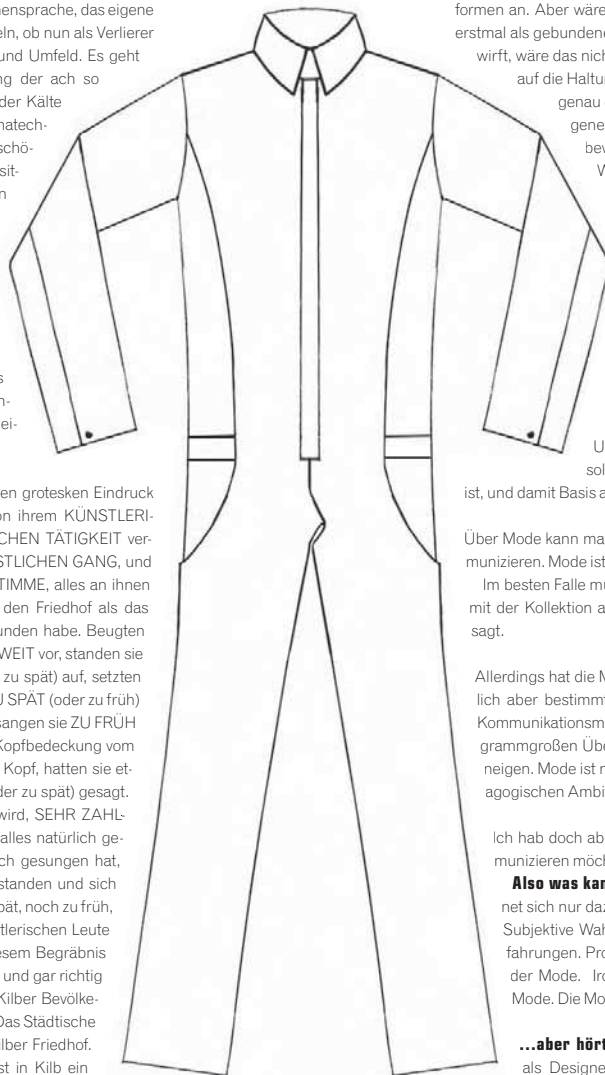
# Ich bin ich ob ich will oder nicht.

## Kommunikation über Mode mit Mode.

**Authentizität.** Ästhetische Wahrheit zu entwickeln heißt im Design eine eigene Formensprache entwickeln. Die eigene Formensprache, das eigene Empfinden zum Gestalteten hat in jedem Fall Wurzeln, ob nun als Verlierer oder Profitierender der Sozialisation durch Eltern und Umfeld. Es geht hierbei im besten Falle nicht um die Bewältigung der ach so schlechten oder schönen Kindheit, indem man in der Kälte der heutigen Welt (natürlich emotional und klimatechnisch) das Bedürfnis der Menschen erkennt, eine schöne, warme, kuschelige Strickpulloverkollektion besitzen zu wollen. Ich spreche von einer grundsätzlichen Haltung oder kulturellen Prägung gegenüber den Dingen. Ich beschreibe dies mit Authentizität. Am besten lässt sich das vielleicht über die Negation verdeutlichen: wer bitte nimmt mich mit einer Kimonokollektion ernst, immer vorausgesetzt dass meine Berührung mit japanischer Kultur sich auf Sencha- Tee mit Karamellaroma beschränkt? Ich kann noch so viel über Kimonos gelesen haben, jeder x-beliebige dahergelaufene Vintagelapänger hat das Recht meine Kenntnisse und meine Weisheit auf diesem Gebiet in Frage zu stellen.

„In Kilb hatten diese künstlerischen Menschen einen grotesken Eindruck gemacht, wenigstens auf mich wirkten sie wie von ihrem KÜNSTLERISCHEN VORHABEN und von ihrer KÜNSTLERISCHEN TÄTIGKEIT verunstaltet, sie hatten einen KÜNSTLICHEN GANG, und sie hatten eine KÜNSTLICHE STIMME, alles an ihnen war KÜNSTLICH, während ich den Friedhof als das Natürlichste von der Welt empfunden habe. Beugten sie sich vor, beugten sie sich ZU WEIT vor, standen sie auf, standen sie ZU FRÜH (oder zu spät) auf, setzten sie sich nieder setzten sie sich ZU SPÄT (oder zu früh) nieder, fingen sie an, zu singen, sangen sie ZU FRÜH (oder zu spät), nahmen sie ihre Kopfbedeckung vom Kopf, nahmen sie sie ZU FRÜH (oder zu spät) vom Kopf, hatten sie etwas zum Pfarrer gesagt, hatten sie es ZU FRÜH (oder zu spät) gesagt. Während die Kilber Bevölkerung, die wie gesagt wird, SEHR ZAHLREICH zum Begräbnis der Joana gekommen war, alles natürlich gemacht hat, alles natürlich gesagt hat, alles natürlich gesungen hat, immer natürlich gegangen ist und natürlich aufgestanden und sich natürlich hingesetzt hat und immer alles weder zu spät, noch zu früh, noch zu kurz, noch zu lang. Und während die künstlerischen Leute aus Wien auf die grotesk-lächerliche Weise zu diesem Begräbnis angezogen waren, war die Kilber Bevölkerung ganz und gar richtig angezogen, dachte ich auf dem Ohrensessel. Die Kilber Bevölkerung passte nach Kilb und auf den Kilber Friedhof. Das Städtische der Trauergäste aus Wien passte nicht auf den Kilber Friedhof. (...) Jeder einzelne dieser Trauergäste aus Wien ist in Kilb ein Fremdkörper (...)" 1

**Ich erzähle...** Ich würde über etwas „sprechen“ was ich nicht wirklich kenne. Der ist ja dann echt und ich bin fake. Erfahrung ist eine subjektive



Wahrheit, angelesenes ist gefiltert und nimmt schnell verschulte Modellformen an. Aber wäre das nicht interessant, wenn jemand der einen Obi erstmal als gebundenen Großvater versteht, so eine Kimonokollektion entwirft, wäre das nicht frisch und aufregend? Na klar, kommt aber immer auf die Haltung gegenüber dem Kimono an, und ich spreche von genau diesem Bewusstwerden der eigenen Haltung der eigenen Wurzeln. Bearbeite ich also Kimonos, tue ich das bewusst oder unbewusst auf eine bestimmte Art und Weise. Der durchschlagende und geradezu revolutionäre Erfolg Rei Kawakubos basiert auf ihrer japanisch verwurzelter Haltung gegenüber westlicher Mode. Sie hat laut und deutlich kleine enge Jäckchen in Frage gestellt, quasi auf dem Steg und vor den Augen einer großen Öffentlichkeit interviewt. Das ist authentisch, sie wollte diese Jäckchen und die Geschichte dieser Jäckchen eben kennen lernen. Klar gab's da einige Verständigungsschwierigkeiten, kleine Asymmetrien, aber das kann man ja (miss)verstehen.

Und selbst dem der sich der Authentizität erwehrt, sollte wissen dass sie der Urgroßvater aller Stereotypen ist, und damit Basis aller Persiflage, Mixtur oder Ironie.

Über Mode kann man also reden oder besser, man kann mit Mode kommunizieren. Mode ist Kommunikationsmittel.

Im besten Falle müsste ich also gar keine Arbeit schreiben, alles wäre mit der Kollektion als Objekt mit der Erstellung des Objekts schon gesagt.

Allerdings hat die Mode auch ein Problem, was ich per Doktrin freundlich aber bestimmt zu schätzen gelernt habe. Sie ist ein begrenztes Kommunikationsmittel, was sie dazu verleitet schon bei einer milligrammgroßen Überfrachtung an Inhalt zu einem Ohnmachtsanfall zu neigen. Mode ist nicht geeignet zu erziehen, sie hat absolut keine pädagogischen Ambitionen, klar sie liebt ja auch ihre Enfant terrible.

Ich hab doch aber zuweilen inhaltlich was zu sagen, wenn ich kommunizieren möchte.

**Also was kann ich tun?** Sprache ist insgesamt Rhetorik und eignet sich nur dazu Meinungen, nicht aber Wahrheiten mitzuteilen 2. Subjektive Wahrheiten sind Meinungen möglichst gepaart mit Erfahrungen. Provokation ist ein anerkanntes Kommunikationsmittel der Mode. Ironie ist ein anerkanntes Kommunikationsmittel der Mode. Die Mode ist ein Selbstbedienungsrestaurant.

**...aber hört jemand zu?** Authentizität ist also wichtig für mich als Designer, für meine Formensprache, für eine offene Geschlossenheit einer Kollektion. Doch ist sie auch wichtig für den Konsumenten, für den Käufer, für den der es anzieht

(Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 5)

(1) Thomas Bernhard, Holzfüllen - eine Erregung, Suhrkamp 1984 S.107f (2) Friedrich Nietzsche bei Ernst Behler, Ironie und literarische Moderne, Schöningh Verlag 1997, S. 307

(Fortsetzung von Seite 4)

...ein Text besteht aus vielen Schriften, die vielen Kulturen entstammen und untereinander in einen Dialog, eine Parodie, einen Wettstreit eintreten, es gibt aber eine Stelle, an der sich diese Vielheit versammelt, und diese Stelle ist nicht der Autor, wie man bislang gesagt hat, sondern der Leser: der Leser ist der Raum (...)" 1

Ich betrachte Authentizität als ein Mittel des Designers nicht der Orientierungslosigkeit anheim zu fallen, sich nicht in Vielfalt zu verlieren. Da bin ich dann eben einfach zu strukturiert, als alles auf mich zu Eilendes einfach mal so als Einfluss zu verwerfen. Für mich ist Authentizität die ehrlichste Form der Originalität. Ja, wie soll ich auch mir selbst entkommen? Ich er-

kenne damit ja auch die Authentizität und Originalität aller anderen an. Interessant werden Dinge ja auch für mich als Zuschauer oder Konsument, wenn sie von etwas erzählen was ich so in dem Zusammenhang entweder sehr gut oder gar nicht kenne. Es geht dabei auch um Extreme. Mittelmaß. Mittelmäßigkeit ist ein Wort was mit positiver Belegung im Vokabular der Mode gar nicht auftaucht. Es geht um Potenzierung und Polarisierung. Erst dann ist für mich der Leser, der Anzieher der Raum. Ich respektiere ihn als Raum, indem ich ihm eben nichts Halbgegartes vorsetze, in der Hoffnung seine Interpretation macht dann schon den Rest. Ich lasse dem Konsumenten über Authentizität wirklichen echten Raum, und nutze ihn nicht um meine Lücken zu füllen.



## Von einer, die auszog das Fürchten zu lernen.

Fashion – my profession, my confession, my depression or your repression?

Die Hochschule ist eine künstlerische, aber auch künstliche Anlage, sie ist ein Gewächshaus. Hier bestehen für alle Beteiligten nahezu in der Realität nicht vorfindbare ideale Bedingungen unter denen es sich gut wachsen lässt. Es gilt allerdings nicht Wurzeln zu schlagen, sondern früher oder später geht's ums weggehen. Mode ist nicht nur Design, sondern auch Business. Und wie läuft das Business? Schön ist, dass es hier auch nur subjektive Wahrheiten gibt. Einerseits von mir so wahrgenommene Sachverhalte andererseits, die von jeder Firma praktizierten, eigenen finanziellen oder inhaltlichen Konzepten.

**Angestellt...** Zunächst gibt es also etablierte Firmen, traditionsreiche Modehäuser, im besten Fall Mitglieder der Alta Moda in Italien oder der Haute Couture des Chambre Syndicale de la Mode in Frankreich. Doch auch schon als Pret-a-Porter Modehaus kann man sich als durchaus etabliert betrachten.

Vom Standpunkt des arbeitswilligen und ausgebildeten Designers würde sich das Be-

tätigungsfeld folgendermaßen gestalten:

Diese Labels haben Tradition und damit ein Image, dieses Image wird von Zeit zu Zeit aktualisiert, um es an den Markt, also eine potenzielle Käufergruppe, anzupassen. Ein Designer steht also zwischen der Erhaltung der Tradition und der Anpassung. Die Wahl des Designers kann einerseits auf der von ihm geleisteten Arbeit beruhen, also auf seiner ausgebildeten kreativen Fähigkeit sich auf Inhalte und Käufergruppen einzustellen, gemixt mit einer persönlichen Affinität oder einer Art Charakter. Andererseits, und das war mir neu, kann der Designer aber auch die Verkörperung der potenziellen Käufergruppe oder -schicht an sich darstellen. Je authentischer der Designer in der Käufergruppe verankert ist, desto höher die Chance der Identifizierung der potenziellen Käufergruppe mit dem Label. Innerhalb dieser Annahme gilt: maximale Authentizität des Designers, nicht zu individuell nicht zu angepasst. Es kann passieren, dass hierbei das gestalterische Können völlig unwichtig ist. In einem gewissen Sinne

handelt es sich hier um den Bourdieuschen Ansatz.<sup>2</sup>

Wie soll auch ein Bauernkind jemals an Atmosphäre kreieren können, was es selbst nie erlebt? Aber warum lässt sich dann die Haute Couture von der Straße inspirieren?

(Coco Chanel wuchs in bescheidenen Verhältnissen auf und wurde Ihrer ärmlichen Existenz erst im Alter von 25 Jahren durch Heirat mit einem wohlhabenden Offizier erlöst. Ganz ohne Aufwachsen mit dem passenden sozialen Umfeld schuf sie den Klassiker des guten Abendrobengeschmacks – das kleine Schwarze.)

**...oder selbst anstellen?** Weiterhin gibt es die Möglichkeit, dass ein Label durch einen (oder mehrere) meist (aber nicht zwingend) jungen Designer kreiert. Hier wird die Tradition eben aus der Authentizität des Designers selbst geboren. Er erschafft seine eigene Tradition.  
(Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 6)

# 5

(1) Roland Barth, *La mort de l'auteur*, in Roland Barth, *le bruissement de la langue*, Paris 1984, S. 69 zitiert nach Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, 1997

(2) Pierre Bourdieu, *Die feinen Unterschiede: Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft*, Frankfurt a. M. Suhrkamp 2003

# 6

(Fortsetzung von Seite 5)  
dition. Das heißt, man bezieht sich direkt auf seine Tradition und Kultur (Bernhard Wilhelm), man bedient eine spezielle Altersgruppe (Olson Twins), spezialisiert sich auf einen Lebensstil (Quicksilver), customized Sachen die andere schon genäht haben (E2, Jessica Ogden) oder bietet Bekleidung nur als einen Teil einer konzeptionellen Produktpalette an (Bless). Gerade relativ junge Firmen, die beschlossen haben Ihren Lebensunterhalt mit Mode zu bestreiten oder einfach Ihre Lebenszeit mit Modemachen (im weitesten Sinne) zu verbringen, entwickeln dabei innovative Konzepte, welche die Idee des Nischendaseins von vornherein verinnerlicht haben. Dabei ist die Bereitschaft eines Nischendaseins für mich eng an die allgemein individualisierte Lebensgestaltung geknüpft. Je mehr und spezialisiertere Bedürfnisse existieren desto mehr und spezialisiertere Angebote und damit auch Imagekonzepte werden geschaffen.

Ebenfalls im Zusammenhang der Individualisierung sämtlicher Lebensbereiche, bauen auch die etablierten Firmen Ihr Angebot aus. Sport- und Streetwearlabels werden chic und erstellen Anzüge (Yohji Yamamoto für adidas-Y3), alte Couture Häuser bringen Sportlinien heraus (Chanel Sport). Ich kann also weiterhin bei meiner Lieblingsmarke bleiben, deren Formensprache es nun auch auf andere Stile übertragen gibt. Oder ich halte an meinem Lebensstil fest und probiere als adidasender Fansportler jetzt auch einfach mal Pradasport aus.

Bei solchen Transformationen muss die Haltung des Designers eigentlich eine sehr ausgeprägte sein. Es macht also scheinbar Sinn innerhalb der Ausbildung der Entwicklung der eigenen Formensprache Priorität zu erteilen.

**Teamwork.** Wir sind alle eine große Familie. Schade ist nur, dass es den Beruf des Haute Couture Designers nur noch fünfmal auf der Welt gibt, dieser Job über bekanntschaftlich-verwandtschaftliche Bande erkämpft wird, die nur einer erlesenen Zahl selbentalentierter Modedesigner offen steht (bin ich deswegen frustriert?). Mode ist ein Spiel gut betuchter, aber leider aufgabenloser und deswegen gelangweilter Töchter und Söhne. (nein, Papa mit den Kindern will ich nicht spielen)

Oftmals existieren auch keine Designer mehr, sondern Designteams, deren Zusammensetzung der Öffentlichkeit größtenteils unbekannt bleibt.

„Die Freude am Text (an der Mode) besteht nur nach „Tod des Autors“. Die Überflüssigkeit des Autors (ist) mit der strukturellen Selbstständigkeit des Textes begründet, der sich im Moment seines Entstehens vom Autor löst“<sup>1</sup>

(Soweit ok, ich unterstütze gern die Abnahme vom Selbstdarstellungszwang. Muss man wollen, dass die Leute so aussehen wie man will? Muss man wissen wie die Leute aussehen wollen? Nein, aber man kocht um es jemandem schmecken zu lassen.)

Innerhalb dieser Teams werden natürlich Aufgabengebiete aufgeteilt, ab und an wird sich gegenseitig gebrieft. Doch den Zusammenhang, den Überblick gibt nicht mehr die Formensprache eines Designers, hier entscheiden

Produktmanager, die mit Hilfe von Trendforschern und Statistikern scheinbar die Zukunft und damit die sichersten Absatzmärkte vor Augen haben. Denn Mode ist auch Geld verdienen. Und es geht um viel Geld.

Es ist nichts Böses Geld zu verdienen. (Doch die die in der Mode arbeiten sind seltenst die, die mit Mode Geld verdienen.)

**Kollege?** Aber ist die Mode nicht auch auf ganz erdigem finanziellem Terrain auf Talent und Kreativität angewiesen? Ja nun, dieses erdige finanzielle Terrain ist oftmals schon Voraussetzung um Mode zu studieren. Und das Talent? Nun geschulte Manieren gewährleisten einen gewissen Grad an bourdieuschem Geschmack, und der Zugang zu Designermode ist ganz pragmatisch gesehen natürlich zunächst auch erstmal vereinfacht.

So, mir versprechen also Image Kampagnen ein erfülltes Leben beim Kauf von „...“ und „...“ (AUCH ALS QUELLE: bitte hier ihr Lieblingsbrand einsetzen) von, aber das hat natürlich seinen exklusiven Preis (PSt. die Kollektionen werden natürlich von Praktikanten gemacht, und nicht von einer bezahlte Fachkraft). Ich bin also süchtig nach einem nur als Plakat existierenden Leben. Aber auch beim wiederholten Kauf von teuren Taschen stellt sich dieses Gefühl nicht ein. Was tun? Wo gibt es das Leben im Plakat?

Woher die Popularität vom Designer als Beruf? Ganz einfach, ich muss selbst das Label sein, wenn auf meiner Visitenkarte steht ich bin ... dann muss ich nichts mehr kaufen, dann bin ich's ja schon. Also nix wie los und rein ins Fashion-Business. Aus Langeweile kann es schon mal passieren dass ich mich intensiv mit dem Zeitgeschmack auseinandersetze und mir eine gewisse Halbwertszeit im Geschäft geben ist.

Selbstdarstellung durch sich selbst Labeln. Die Berufung Modedesigner zu sein als Mischung aus Minderwertigkeitskomplex, verfeinert mit einwenig Gruppenzwang ergänzt durch eine Preise hochwirksamen Labelwahn gewonnen aus reinsten absatzstrategischem Werbekampagnen. Besser ein Grund als kein Grund?

**Pathologischer Pathos.** Noch vor vierzig Jahren gehörten mehr als 40 Firmen dem Chambre Syndicale de la Haute Couture an. Sie verkauften Ihre exklusiven, handgearbeiteten, hochwertigen Unikate weltweit. Heute ist die Haute Couture ein nicht mehr so lukratives Geschäft. Allein Dior und Chanel schreiben rote Zahlen mit ihren Haute Couture Linien, alle anderen Häuser behalten sie aus repräsentativen oder nostalgischen Gründen, doch nicht von Gedanken der Lukrativität geprägt.

Warum gibt es in der Mode keine Revolutionen mehr?

Hat es jemals Revolutionen in der Mode gegeben?

Was ist Revolution?

Nun die schwere Erkrankung des Erstgeborenen der Familie der Mode ist als Veränderung durchaus nicht zu unterschätzen, schließlich scheint sich hier eine strukturelle Veränderung zu vollziehen. Es geht um neue Strukturen die sich in der Mode ausbilden. Die vielleicht von der Familie selbst gar nicht wahrgenommen werden können oder wollen.

Könnte man „das Nicht-Zentrum anders denn als Verlust des Zentrum“<sup>2</sup> deuten?

Worin liegen die Ursachen dieser Wand-

lung? Es scheint mir fragwürdig hier nur den nichtfähigen Kreativen an den Pranger zu stellen und zu verurteilen oder von einem Mangel an Kreativen auszugehen.

Visionen im Geld verdienen oder Visionen in der Gestaltung.

Außerdem hat das die Mode, in die Ecke gedrängt, selbst gewissermaßen schon getan. Viele Designer wurden ausgeliefert an Produktmanager die scheinbar über eine Art fundiertere, sicherere Kreativität verfügen. Doch gibt es einen Unterschied zwischen wegweisender oder außergewöhnlicher Vision und ästhetischer absatzsicherer Collage von Verkaufsschlägern? Sicher existiert auch hier nicht nur schwarz und weiß, doch mir scheint, dass die Betonung dieser beiden Pole der Mode wichtig ist, um sich auf einer Skala zwischen diesen beiden Punkten zu positionieren. Was will ich? Halbwegs sicher Geld verdienen? Oder in irgendeiner Form künstlerisch mit textilem Material tätig sein? Was ist mir wichtiger? Wo setze ich den Schwerpunkt. Diese beiden Pole fallen für mich nur in einem Grenzfall und in geringer Wahrscheinlichkeit zusammen, es scheint sich um eine Art Jackpot zu handeln. Jeder Modedesigner zieht ein Los und alle basteln an einem Rezept für den Gewinn.

Am klaren Beispiel Hugo Boss: diese Firma möchte verkaufen, hier geht es nicht um Innovation sondern um den besten Absatz. Diese Firma möchte existieren. Viktor und Rolf dagegen haben eher eine künstlerische Mission. Sie haben ihre Kollektion über staatliche und private Förderung finanziert und sich so diesen Spielraum zunächst künstlich geschaffen, sich also zunächst bewusst von absatzstrategischen Überlegungen distanziert.

Im Falle von Dior unter John Galiano, im speziellen Fall der Haute Couture für Dior könnte man von dem Zusammenfall von Lukrativität und künstlerischem Anspruch sprechen, wobei hier aber auch eine Wichtung von Lukrativität vorhanden ist. Dior hat den Jackpot.

Es bleibt also die Frage ob heute überhaupt noch Raum besteht für ambitionierte Visionen in der Mode, da sie sich ja wie alle Wirtschaftszweige unter dem Zwang der Rentabilität befindet.

Da hilft aller poetischer Aufwand nicht, ich habe mich ernstlich bemüht diese Tatsachen zu verdrängen oder zu vergessen, doch hat mich das soviel Energie und Zeit gekostet, dass einzig eine Analyse und eine Stellungnahme zu dieser gern verschwiegenen Ambivalenz der Ausweg erscheint, die man vielleicht auch ganz gut in eine Kollektion einbauen könnte...

Wird das jetzt meine Kuscheldecken-Strickpullover-Kollektion? – Hilfe! Warum nicht sofort alle Kunsthochschulen zu Therapiezentren umbauen? Nun vielleicht macht es einen Unterschied, dass es sich hierbei um eine Auseinandersetzung mit meiner Zukunft und weniger mit meiner Vergangenheit handelt.

(1) Roland Barthes, *La mort de l'auteur*, in: Roland Barthes, *Le Bruissement de la langue*, S. 296f, zitiert nach Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, 1997  
(2) Jaques Derrida, *La structure, le signe et le jeu dans le discours des sciences humaines*, S. 427



# ..... Interview...

## Johanna Mierendorff

Hochschulassistentin am Lehrstuhl für Sozialpädagogik.

Johanna Mierendorff arbeitet in den Franckeschen Stiftungen in Halle (Saale) im Fachbereich Erziehungswissenschaften als Hochschulassistentin am Lehrstuhl für Sozialpädagogik. Sie vertritt in der Sozialpädagogik die Richtungen Sozialpolitik und Sozialpädagogik. Parallel zur Hochschularbeit ist sie in der deutschen Gesellschaft für Soziologie und arbeitet dort in der Sektion „Soziologie der Kindheit“.

Ihr Zugang zum Thema „Arbeit und Definition von Arbeit“ ist nach eigener Aussage nicht der einer Industriosoziologin: sie hat sich aus dem Blickwinkel der Soziologie der Kindheit an den Arbeitsbegriff herangetastet. Hier gibt es seit längerer Zeit eine Diskussion, ob die Tätigkeit von Kindern und

wenn ja, dann welche Tätigkeit, als Arbeit eingestuft werden kann. Die großen Streitpunkte in dieser Diskussion setzen eine eingehende und grundlegende Beschäftigung mit der Geschichte und der Definition von Arbeit voraus. Ihre Offenheit interdisziplinärer Zusammenarbeit gegenüber und ihr Interesse sich mit dem Thema Arbeit aus anderen, als schon bekannten, Blickwinkeln auseinanderzusetzen, war Anlass sie um dieses Interview zu bitten.

Johanna Mierendorff wohnt in Berlin und verbringt somit einen großen Teil ihrer Freizeit mit der Pendelei zwischen Halle und Berlin, den anderen Teil widmet sie ihrer Familie und ihren Freunden.

## „... weil man Arbeit nicht alleine gleichsetzen kann mit dem Erwirtschaften von Geld...“

Auf der Suche nach dem Arbeitsbegriff.

**Bianca:** Ihre Arbeit füllt sie also ganz schön aus, macht ihnen Spaß, ist also auch für sie mehr Berufung als Arbeit?

**Johanna Mierendorff:** Ja, das ist nicht nur ein Job für mich. Wenn man im traditionellen Sinn Beruf als Berufung bezeichnet, denke ich ist es das. Es ist nicht nur eine Möglichkeit Geld zu verdienen und auch nicht nur um Zeit totzuschlagen.

### Definition des Arbeitsbegriffs

**B:** Könnten sie mir eine für Sie gültige Arbeitsdefinition erläutern? Welche Wurzeln hat diese Definition und welche Konsequenzen zieht sie in der Realität nach sich?

**J.M.:** Als einen zentralen Arbeitsbegriff würde ich sehen, dass Arbeit immer die Tätigkeit ist, die innerhalb einer Gesellschaft mit zur allgemeinen Wohlfahrtsproduktion beiträgt. Im klassischen Sinne wird Arbeit definiert, als all das, was zur Produktion insgesamt beiträgt. In den letzten Jahren hat sich aber eine Diskussion entwickelt, die Arbeit weiterfasst, also nicht mehr in dem klassischen, sag ich mal marxistischen Sinne, sondern eher in einer breiteren Herangehensweise an das, was zur gesellschaftlichen Wohlfahrt beiträgt.

Das ist sowohl der Bereich der klassischen Produktion in Form von messbaren, nachmessbaren Gütern, aber auch wenn man so in die 80er Jahre schaut, in die Auseinandersetzung der Frauenforschung. Die haben gesagt, dass auch Tätigkeiten im Haushalt ebenso zur Wohlfahrt einer Gesellschaft beitragen und insofern, auch wenn sie nicht entlohnt ist, dennoch als Arbeit gefasst werden können. Das würde ich so als soziologischen Arbeitsbegriff fassen.

Angefangen hat es mit einer breiteren wohlfahrtsstaatstheoretischen Definition über die Frauenbewegung, z. B. Ilona Ostner. Breiter aufgenommen haben es dann in den letzten Jahren Wohlfahrtsstaatstheoretiker wie Franz-Xaver Kaufmann. Er hat Begriffe wie gemischte Wohlfahrtsstaatproduktion geprägt. Dann Adalbert Ewers und Thomas Olk, die sich auch mit einem erweiterten Begriff von Produktion auseinander gesetzt haben, auch versucht haben in einer sich wandelnden Gesellschaft anzuerkennen, dass sich die Säulen des Wohlfahrtsstaates verändern.

### Arbeit im Wandel der Zeit

**B:** Arbeit ist für mich Thema meiner Kollektion, weil es derzeit ein aktuelles Thema ist, das Menschen berührt und beschäftigt. Ich habe bei meinen Recherchen entdeckt, dass Gesellschaft definitiv stark im

Wandel ist, und dieser Wandel auch im Zusammenhang mit Arbeit steht. Vieles wird heute über Arbeit definiert.

**J.M.:** Wenn man so in die 80er Jahre zurückgeht, in den alten Bundesländern, hat es ja Versuche gegeben weg vom klassischen Arbeitsbegriff zu gehen, mehr Tätigkeiten einzubeziehen, auch andere Bereiche, z.B. die der Erholung mehr wertzuschätzen, also die nicht als Arbeit zu deuten oder so... Und da ist das was sie im Moment angedeutet haben: (...) wieder so eine staatlich gelenkte oder eine staatlich wirtschaftlich initiierte Abkehr eigentlich, von so eher, also wieder stärker zu einem klassischen Arbeitsbegriff. Arbeit wird wieder sehr viel mehr forciert. Jeder soll durch eigene Arbeit, und nicht mehr durch staatliche Wohlfahrt oder durch staatliche Sozialsicherungssysteme, (...) wieder sich selbst reproduzieren können. Und der Staat soll sich zurückziehen. Insofern hat es immer Wandlungen über die einzelnen Phasen der Gesellschaft gegeben. Insofern wäre interessant zu sehen wie sich in der Arbeitsbekleidung, da eben auch Wandlungen vollzogen haben: eher vom mehr freizeitmäßigem oder lockerem hin zu eventuell, also ich kenn mich nicht aus, aber eher wieder zu strengeren Formen.

**B:** Für mich besitzt Arbeitsbekleidung dabei eine ganz eigene Klassik. Klassik ist ja auch immer Ausgangspunkt, oder Suche nach Wurzeln, Authentizität und Ehrlichkeit. Menschen suchen also wieder nach diesen Werten und finden sie vielleicht auch in einer Art Arbeitsbegriff. Plötzlich wird sich ja auch wieder ganz stark über Arbeit identifiziert.

Was ich historisch zum Arbeitsbegriff gefunden habe, war da auch sehr überraschend. In der Antike war Arbeit nur Mühsaal und Plage, etwas ganz Schlechtes und Ehrloses, was niemand tun wollte. Heute sehnen sich Menschen nach Arbeit. So eine Selbstständigkeit oder Mobilmachung in der Arbeitssuche habe ich noch gar nicht bemerkt. Der Staat versucht eher, Menschen dazu zu bewegen, zu arbeiten, selbst Arbeit zu definieren. Aber ich bemerke, dass Menschen, eher umgekehrt Arbeit wieder ganz stark vom Staat einfordern.

**J.M.:** Na Arbeit vermittelt ja einfach Chancen, Teilhabechancen. Die Höhe des Verdienstes trägt ja immer mehr dazu bei, inwieweit man an Kultur, an Mode, an Freizeitaktivitäten teilhaben kann, oder nicht teilhaben kann. Insofern, denk' ich, bekommt Arbeit auch über den ganz schlicht materiellen Sinn, wieder mehr Bedeutung. Zusätzlich, glaub' ich, bekommt Arbeit wieder mehr Bedeutung über die Suche nach Form und Strukturierung. Die Auflösung von Normalerwerbsmustern, die Auflösung von Normalerwerbszeiten, die Leute suchen immermehr nach irgendetwas, das strukturiert und eingrenzt und einer ganz individuellen Lebensführung, die einen Rahmen gibt. Was ich zunehmend in meinem Umfeld oder auch aus Studien erkenne ist, dass der gänzliche Verlust von Arbeit und diese Ausgrenzung aus dem Bereich der

(Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 8)



(Fortsetzung von Seite 7)

Arbeitenden auch zu einem merkwürdigen Verlust von Strukturen und individuellen Grenzen führt. Was man am Körper sieht, was man an der Art sich zu kleiden sieht (ich möchte da jetzt nicht diskriminieren). Das ist, glaub' ich auch zum Teil schichtunabhängig. Oder auch die Art der Gestaltung des Alltags, oder insgesamt des Jahresrhythmus, da ist die Sehnsucht nach Arbeit als Strukturelement ganz groß.

**B:** Interessant: Arbeit als Struktur und Arbeitslosigkeit als Destruktion. Aber wie sie schon angedeutet haben, auch für Arbeitende geht mit der Veränderung von Arbeitszeiten Struktur verloren. Eine Woche arbeiten – die nächste nicht. Designer arbeiten oft so- ganz nach Auftragslage. Künstler nehmen zur Finanzierung Aufträge an... Ich sage von mir ich bin Modedesignerin, aber meine Geld verdiene ich mit Kellnern. Im Sinne von Erwerbsarbeit sind Künstler da Langzeitarbeitslose?

### Ich arbeite also bin ich?

**J.M.:** Wie ich schon anfangs erwähnte der Unterschied Beruf - Job... der Oskar Neg der hat letztes in einer der großen Tageszeitungen diesen traditionellen Begriff Job beschrieben. Das kommt aus dem Englischen und bedeutet Verschieben von Masse.

Das passt ja ganz gut. Man setzt irgendwo den einen oder anderen hin, der zur eigenen Reproduktion oder für die seiner Familie beiträgt und nicht wirklich dazu kommt die eigene Berufung zu leben, auszuleben, zu realisieren und darüber eben auch zu produzieren. In diesem Sinne finde ich Künstler als Langzeitarbeitslose zu bezeichnen eine ziemlich heikle Definition, weil man Arbeit nicht alleine gleichsetzen kann mit dem Erwirtschaften von Geld. Dabei fände ich die Definition viel, viel zu eng gefasst. Sondern man muss es insgesamt aus einem produktiven Sinne sehen. Und was Kunst macht oder Design ist Produktion von Kultur- na ja oder auch nicht... immer... aber als Produktion von Kultur, die ja auch nicht nur in westlichen Gesellschaften, sondern auch immer einen Stellenwert hatte, für eine Kontinuität oder einen Fortbestand und auch für eine Entwicklung von Gesellschaft. Insofern ist die Armut oder Arbeitslosigkeit von Künstlern nicht gleichzusetzen mit Berufslosigkeit.

**B:** Im Kontext von Verschiebung von Arbeit, Neudefinitionen und Patchwork- Biografien, ist es ja so dass der Künstler sich im Grunde genommen eine künstliche Arbeitslosigkeit schafft, im Sinne davon als dass er im Vorhinein einem nichtkontinuierlichen Einkommen zustimmt. Mit dem Job verdien ich mein Geld und das andere ist das was ich machen möchte. Und in Anbetracht dessen, dass Leute auf die Strasse gehen und den Staat auffordern ihnen Arbeit zu geben: haben Künstler (ganz einfach als Berufsgruppe) da vielleicht nicht eine Voreiterstellung? Sie begreifen das Geld verdienen und Berufung verfolgen auch nebeneinander her existieren können.

Ich habe Theorien gelesen, dass Arbeit immer weniger wird, Arbeit also demnach aufgeteilt werden sollte. Leute würden vielleicht nur noch 3 Stunden am Tag arbeiten, alle leben gut im besten Falle, aber was machen sie mit dem Rest der Zeit? Ab wann kann man dann bei Tätigkeit in der Freizeit wieder von Arbeit sprechen, z.B. wenn sie sich gesellschaftlich engagieren?

**J.M.:** Es gibt unterschiedliche Arten damit umzugehen als Künstler, wir haben malende als auch schreibende Künstler im Bekanntenkreis. Es ist ja auch die Chance sich daraus zu ziehen, und zu sagen meine Berufung trenn ich erst einmal von allem. Es ist auch eine bestimmte Form sich unabhängig zu machen von Strukturen und Machtmechanismen und vom Reinreden in die Kunst. Insofern gibt es dann auch

die Akzeptanz von Armut oder von wenig Geld. (Es) ist dann auch die persönliche Haltung sich Raum zu schaffen um produzieren zu können. Und dann ist möglicherweise eben einen Job abzureißen nebenbei, die Möglichkeit unbeeinflusst von bestimmten wirtschaftlich strukturierten Anforderungen (arbeiten zu können).

### Kann Freizeit Arbeit sein?

**B:** Könnte ein Modell des 3 Stunden Arbeitens und des in der Freizeit dann gesellschaftlichen Engagierens funktionieren?

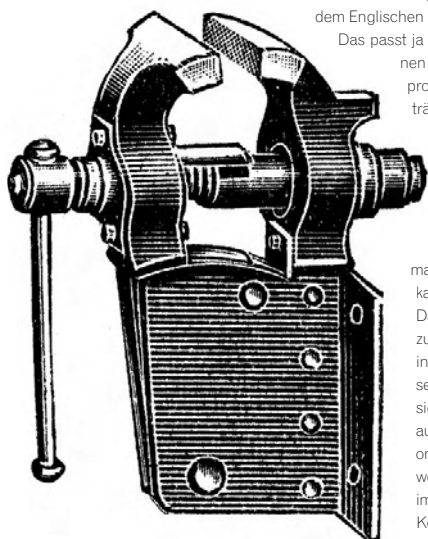
**J.M.:** Nein, das ist ja eins der marxistischen Idealmodelle. Das hat ja nicht funktioniert, weder in der UdSSR, noch in der DDR, noch irgendwo. Das wirklich Arbeitszeit soweit reduziert wird, dass die frei werdende Zeit verwandt wird für die Produktion von Kultur... aber auch, wenn man sich so erinnert an Kulturabende in den Fabriken, an Theaterabende in den Fabriken. Da ist ja die Idee gewesen, die Leute auch parallel zur Arbeit sich gesellschaftlich engagieren zu lassen. Das war sicherlich auch sehr geleitet und keine eigenständige Bewegung, die aus dem Menschen hervorging eigentlich. Aber so eine Idee ist ja, glaube ich, auch eine ganz alte und traditionelle. (...) Die ist ja auch in den 80er Jahren in den alten Bundesländern propagiert worden, ich weiß nicht was sie gelesen haben, ob z. B. Klaus Ofte. Auch hier war die Idee in den 80er Jahren, insbesondere bei den Grünen: wir reduzieren Arbeitszeit ganz massiv, schaffen damit Arbeit für viele. Aber dann war (...) auch da in den 80er Jahren der Streit, was mach ich dann mit den Leuten die keine oder eine reduzierte Arbeit haben, aber kein Bock dazu haben? Lass ich die vergammeln in Ihren Wohnungen? - Muss ich die dann unter Zwang? Das war ja dann die große Idee der Sozialpädagogisierung: muss ich die dann unter Zwang, unter Führung dazu bringen, dass sie sinnvoll mit Ihrer freien Zeit umgehen? Das ist ganz und gar heikel. Also ich glaube als staatlich verordnetes Prinzip zu sagen, ihr arbeitet alle Teilzeit und dann engagiert ihr euch... wenn man sich so ein bisschen umschaut in der Stadt gäbe es tausend Möglichkeiten sich zu engagieren: über Spielplatzpflege, über Theater spielen im Kindergarten, über Renovierung von Schulen, über Suppenküchenarbeit und Schneiden von Bäumen oder was auch immer. Aber es gibt hier in Deutschland keine Kultur in den Menschen, zwischen den Menschen, dass so ein Modell wirklich fußen könnte.

**B:** Warum? Gibt es Modelle in anderen Ländern in denen es funktioniert?

**J.M.:** Es gibt in den USA, also ich bin kein großer USA Kenner, aber in den USA gibt es dadurch, dass es einen relativ reduzierten Wohlfahrtsstaat gibt, zumindest unter den Besitzenden eine relativ starke Kultur des bürgerschaftlichen Engagements und des Spendens. Aber da hat es immer starke Religionsgemeinschaften gegeben, die diese Art, das Leben nicht nur unter Erwerbsarbeit (das ist ja auch der Unterschied zwischen Arbeit und Erwerbsarbeit) zu subsumieren, sondern das breiter zu fassen und zu sagen, gut parallel dazu habt ihr „Wohlhabenden“ eben auch die Pflicht fürs Gemeinwohl zu sorgen. Und diese Kultur in der Form ist in Deutschland nicht gewachsen.

**B:** Woran liegt das?

**J.M.:** Ich glaube relativ früh hat Deutschland, wenn sie so an 1870/71 denken und später auch die Sozialgesetzgebung unter Bismarck..., hat es ja den Versuch gegeben einen relativ starken Wohlfahrtsstaat aufzubauen. Ich weiß nicht, ob man das alleine darauf reduzieren kann, dass sich das nicht etabliert hat. Aber das wird sicherlich auch von Anfang an dieser starke Wohlfahrtsstaat gewesen sein. Andererseits hat aber das Christentum an sich, das katholische Christentum an sich, diese Haltung seit tausend Jahren nicht. Wenn man dagegen das Judentum anschaut, und auch die veränderten Religionsgemeinschaften in den USA, die u.a. aus dem Puritanismus hervorgegangen sind, hat sich da über eine lange Zeit in diesem riesigen Land eine andere Kultur des Arbeitens im Gemeinwesen entwickelt. Im Moment versucht ja die Regierung Deutschlands über die Enquete Kommission zum gesellschaftlichen Engagement etwas anzuschieben, aber im Moment sind das aber eben eher angeschobene Bewegungen, um das ein bisschen  
(Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 9)



#### \*Ulrich BECK

Geboren 1944 in Stolp /Pommern, aufgewachsen in Hannover.

- 1972 Promotion mit summa cum laude in Soziologie in München.
- 1979 Habilitation an der Universität München; Erteilung der venia legendi für Soziologie
- Seit 1992 Professor und Direktor am Soziologischen Institut der Universität München
- 1995-97 Mitglied der Kommission für Zukunftsfragen der Freistaaten Bayern und Sachsen.

#### Bücher:

*Soziologie der Arbeit und der Berufe? Grundlagen, Problemfelder, Forschungsergebnisse.*

Reinbek 1980 (zusammen mit M. Brater und H. Daheim)

(Hg.). *Soziologie und Praxis: Erfahrungen, Konflikte, Perspektiven.*

Sonderband 1 der Zeitschrift „Soziale Welt“, Göttingen 1982

*Risikogesellschaft? Auf dem Weg in eine andere Moderne.*

Frankfurt 1986, 14. Auflage 2000

*Gegengifte? Die organisierte Unverantwortlichkeit.*

Frankfurt 1988

...

(Hg.) *Die Zukunft von Arbeit und Demokratie.*

Frankfurt/M. 1999 World Risk Society, Polity Press, Cambridge 1999 (bislang nicht im Deutschen erschienen)

*Schöne neue Arbeitswelt: Visionen: Weltbürgergesellschaft*

(zusammen mit P. Felzberger) Expo 2000 Hannover: Frankfurt/Main Campus-Verlag 1999

#### Internet:

[http://www.lrz-muenchen.de/Lehrstuhl\\_Beck/d/beck/beck.html](http://www.lrz-muenchen.de/Lehrstuhl_Beck/d/beck/beck.html)



(Fortsetzung von Seite 8)

publik zu machen. Interessanterweise sind in den Untersuchungen über ehrenamtliches Engagement diejenigen, die sich ehrenamtlich engagieren, voll berufstätig – nicht die Arbeitslosen oder Sozialhilfeempfänger...

### Arbeit und Vision: hier und woanders

**B:** Ich habe innerhalb meiner Recherche viel von Ulrich Beck\* gelesen. Er spricht, und das finde ich im Zusammenhang mit der Vergangenheit Deutschlands auch spannend und kontrovers, von der fehlenden Vision. Oder es gibt vielleicht Visionen, aber wieviele Leute stehen hinter dieser Vision? Wollen Menschen noch ihre Zukunft gestalten, glauben sie noch, dass das möglich ist? Glauben sie noch an eine Zukunft?

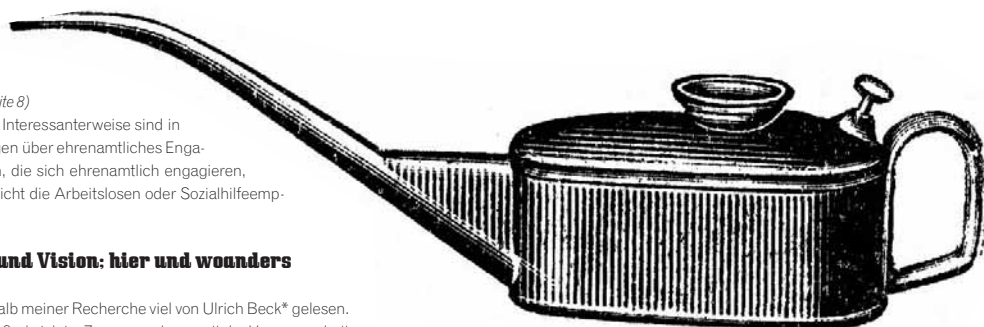
**J.M.:** Ich denke auch, dass diese Vision nicht da ist. Also wenn man auf die USA schaut, die haben ja eine ganz klare schlichte Vision im Moment: Die einfach des „Bessereins“ und die Welt zu modellieren nach ihrem eigenen Ebenbild. Das ist eine ganz klassische, religiöse Haltung: zu sagen, die Wahrheit liegt bei uns – und nur bei uns, und wir schaffen überall auf der Welt diese Wahrheit. Und in Deutschland hat es ja einen relativ starken Prozess der Säkularisierung gegeben, also im Unterschied zu den USA eine sehr, sehr starke Trennung von Staat und Kirche. Natürlich besteht die in den USA auch, aber wenn man sich so die Wahlkämpfe in den USA anschaut, spielt Religion eine zentrale Rolle (...). Es gibt im Moment also keine linke, also marxistische, Vision mehr und es gibt in Deutschland keine religiöse Vision. Ein anderer Weg scheint im Moment nicht zu existieren (...). Insofern gibt es auch keine Vision für die Umstrukturierung und Veränderung von Arbeit. Wenn man das Corporate Citizenship der Firmen anschaut (...)

**B:** Auf anderen Weg ist mir auch aufgefallen, dass große umsatzstarke Firmen schon so eine Art Vision-der Zukunft: Center oder Ideenschmieden haben. Ich finde das aber fragwürdig weil, diese Zukunftsvisionäre marketinggesteuert sind und absatzstrategische Zukunftsvisionen entwickeln. Das „Wie sieht die Welt morgen aus?“ wird unter dem Aspekt des „Was verkauf ich denn dann morgen in dieser Welt?“ erforscht.

**J.M.:** In den USA, es gibt eine schöne Studie von der Arny-Russell-Hopechild. Die ist total spannend. Sie sagt, dass die Wirtschaft in den USA es begriffen hat, dass Arbeit zur Familie werden muss. Nicht nur einzelne Firmen, sondern relativ viele, haben es in den letzten Jahrzehnten geschafft, in ihre Arbeitswelt Kultur zu integrieren, Supervision zu integrieren, Freizeit und Feste. Alles das, was traditionell soziologisch der Familie zugeordnet war, der Familie oder der Kultur. Und die (Studie) hat dadurch einen Wandel festgestellt, dass Familie immer mehr als etwas hartes und bedrückendes, als Arbeit empfunden wird und klassische Erwerbsarbeit in den Betrieben als Freizeit, als Erholung. Und mit dem was sie eben gesagt haben: es hört sich erstmal sehr zwiespältig an, das sind reine marktkonomische Mechanismen, die da hinter stecken, nämlich den Menschen im Grunde vollständig dem Produktionsgedanken zu unterwerfen, und ihn eben auch in seinem Bewusstsein immer mehr an sich und seine eigene Firmenidentität, an den Gewinn und so, zu binden. Und das ist schon heikel.

**B:** In dem Zusammenhang ist es ja dann schon wieder gut, wie es in Deutschland läuft, wenn in den USA Menschen so stark an Arbeit gebunden werden und ihnen vorgegaukelt wird das ist gut für euch, hier ist es schön – aber bitte bleibt am Arbeiten. Ich habe bei einem Autor namens Gilles Lipovetsky von der Ästhetisierung aller Lebensbereiche gelesen. Ist das nicht schwierig: einerseits bürgerschaftliches Engagement zu fordern, andererseits ist die Kritik nun auch schon da.

**J.M.:** Ich glaube dass bürgerschaftliches Engagement, aus dem Einzelnen heraus erwachsen muss. Ich weiß nicht ob sie das kennen, das Papier was Ulrich Beck zusammen mit der bayrischen Regierung geschrieben hat. Da wird unter anderem die Idee verbraten, das bürgerschaftliche Engagement eben einzusetzen für Erwerbslose. Das ist schon ein bisschen her, ist ja heute schon wieder alles überholt. Aber da steckt so die Idee drin, Sozialhilfe und Arbeitslosenhilfe nur an den aus-zuzahlen, der sich auch gesellschaftlich engagiert. An der Grundidee ist sicherlich etwas Interessantes, aber da wird bürgerschaftliches Engagement, wenn man jetzt den Begriff an sich nimmt, pervertiert. Weil es eben nicht etwas ist, was aus der Gesellschaft heraus erwächst. Das ist in den USA anders, da ist es nicht staatlich gesteuert, es geht hervor aus den Identitäten der Religionsgemeinschaften. Und da sehe ich im Moment in Deutschland irgendwie noch keine Wurzeln, dass so etwas wirklich entstehen könnte. Ich glaube aber, dass wenn sich wirklich was ändert, dann aus kleineren Zusammenhängen heraus (...)



**B:** Ich habe durch das Buch „Schöne, neue Arbeitswelt“ von Ulrich Beck aber verstanden habe, dass definitiv Arbeit und Arbeitslosigkeit in einem globalen Zusammenhang stehen. Wie beurteilen sie die Lage am deutschen Arbeitsmarkt?

**J.M.:** Ich denke auch, das ist ein globales Problem, weil Wirtschaft nicht mehr nationalstaatlich gedacht ist. Und das ist so die zentrale Sache. Ich meine, dass man so nach dem 2. Weltkrieg und auch noch kurz danach eben Wirtschaften auch ganz eng in sich sehen könnte. Krieg eben auch die Frage war, wie dehnt man seinen Nationalstaat aus, um mehr produzieren zu können. In der Form gibt es keine Kriege mehr, die sind heute anders gelagert. Klar ist es ein globales Problem, weil die großen Wirtschaftszweige, die sind alle überall verflochten. Diese Schichtung innerhalb eines Landes, zwischen ganz arm und ganz reich, gibt es nach wie vor auch, aber inzwischen haben wir ja eine ganz starke Schichtung von Leuten in den Kohlengruben irgendwo und einen relativ reichen Westen. Also das, was man früher in einer nationalen Gesellschaft hatte, hat man nun als Schichtungsmodell weltweit (...). Insofern, denk' ich, hat der Beck an dem Punkt schon auch recht. Und dennoch lösen die unterschiedlichen Nationalstaaten im Westen dieses Problem unterschiedlich. Wenn man sich die skandinavischen Ländern anschaut, die ja mit unterschiedlichen Politiken eben auch bessere oder schlechtere Lösungen fahren. (...) Dänemark, Schweden haben ihr soziales Sicherungssystem nicht so radikal abgebaut oder umgebaut, wie in Deutschland, sondern die haben eher darauf gesetzt sehr stark die Leute zum Teil auch unter Druck in Arbeit zu bringen. Damit auch ein relativ hohes Steueraufkommen zu haben, und damit eben nach wie vor trotz einer veränderten Weltwirtschaft, sich dieses Sozial-sicherungssystem auch leisten zu können. Da ist Deutschland einfach in den letzten Jahren einen anderen Weg gegangen, zu sagen wir bauen möglichst viel ab, um zu sparen. Und wir haben dadurch auch eine Spaltung der Gesellschaft: in Diejenigen die Arbeit haben und Diejenigen die nicht (...) Insofern ist global das Eine, das Nationalstaatliche aber nach wie vor das Andere (...). Was man auch sehen muss: im Zuge der Europäisierung (...) haben gemeinsame Regelungen immermehr doch auch in den nationalstaatlichen Arbeitsmärkten (...) Konsequenzen. (...) Wohlfahrtsverbände haben hier in Deutschland, im Vergleich zu England oder den Niederlanden, eine relativ unangefochtene Stellung. Da haben die Kirchen sich vor und nach dem zweiten Weltkrieg ziemlich stark durchsetzen können, dass sie z.B. eine Sonderstellung bei der Besteuerung haben. Und das ist in anderen Staaten so nicht.

### Arbeit und Religion

**B:** Noch mal ganz kurz zurück zur religiösen Überzeugung in den USA: wie genau beeinflusst das den dort veränderten Arbeitsbegriff?

**J.M.:** (...) Die aus dem Protestantismus hervorgegangenen Strömungen haben eine Tradition, (...) die Shaker oder die Puritaner, die alle einen relativ starken Arbeitsbegriff haben und gleichzeitig aber auch eine relativ starke Haltung, sich um Arme zu kümmern. Und Deutschland ist zunächst relativ stark katholisch geprägt, und das hat sich Anfang des 19. Jh verändert. Zu einer eher lutherisch geprägten Kirche die (...) diese Tradition auch nie so gelebt hat (...) Deutschland ist auch (...) einfach kleinstaatlich. Eine Unmenge von kleinen Herzogtümern (...) ich glaube das hat verhindert, dass (...) sich das Allgemeine für das Allgemeine einsetzt. Franz-Xaver Kaufmann hat das auch schön in seinen Wohlfahrtsstaattheorien dargelegt, dass man die Tradition (...) einer Kultur einer Gesellschaft (...) nicht unterschätzen sollte, was die so in den Entscheidungen der Menschen oder auch Entscheidungsträger (...) letztendlich auch bewirken. (...) Das meinte ich auch mit dieser eigentlich ganz schönen Enquete Kommission (...), aber das sind reine Ideen vom grünen Tisch. Da waren Leute in den USA und fanden das toll. Das lässt sich aber nicht so einfach übertragen.

**B:** Gibt es ein deutsches Trauma Visionen betreffend? Ist das vielleicht auch ganz gut so?

**J.M.:** Wenn man so an Frankreich, an die Schüler- und Studenten-  
(Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 10)

(Fortsetzung von Seite 9)

streiks der letzten Jahre denkt, ist ganz interessant wie dort plötzlich mit einer Vehemenz in ganz Frankreich die Menschen auf die Strasse gegangen sind. Oder in ihrer Radikalität die Politik auch gezwungen haben - das gab es hier nie. Vielleicht mal zu den Golfkriegen, das hat aber auch nichts bewirkt. Jetzt so ein bisschen diese Hartz IV Demos - das kam aber auch in der letzten Minute...

**B:** Man könnte sagen, dass Individualismus in Deutschland stark ausgeprägt ist, wenn ich davon absehe mich gesellschaftlich zu engagieren, kümmere ich mich doch am ehesten um mich selbst und vielleicht noch um meine Familie.

**J.M.:** Individualismus... oder eher so (...) das Fürstentum, das ist nicht das Individuum. Ist auch nicht nur die Familie, das ist so die kleine Einheit.

gemenzt erziehen?

**J.M.:** Ist schwer zu beantworten. Man kann gesellschaftlich die Strukturen haben, dass eine bestimmte Art von Tätigkeit einfach als Normalitätsmuster akzeptiert oder verinnerlicht ist. (...) Es hat sicher keinen Sinn, ein Fach „bürgerschaftliches Engagement“ in der Schule zu etablieren. (...) Es müsste insgesamt eine Kultur des Aufwachens geben, die dieses verinnerlicht hat. (...) Das Erziehungssystem steht innerhalb der Gesellschaft und die Gesellschaft kann eigentlich nur Ideen im Erziehungssystem hervorbringen, die sie auch selber ist. Wenn man sich die 68er Bewegung anschaut, die sind es ja umgekehrt angegangen, die haben gesagt wir erziehen die Kinder anders, damit die Gesellschaft anders wird. Ich glaub das ist eine Illusion. Das ist zu schlicht gedacht.

**B:** Ich danke Ihnen für das Gespräch.

### Erziehung(s)arbeit

**B:** Zum Schluss noch mal zurück zu Ihrem Fachgebiet, bleibt noch die Frage: Kann man Menschen zu Arbeit oder gesellschaftlichem Engage-

# Arbeitsgesellschaftswandel

Mode als ein Spiegel der Gesellschaft.

## Was bewegt sich in der Gesellschaft?

Entgegen der vermeintlichen Stagnation der Mode und des wiederholten Verweilen im Vergangenen befindet sich die Gesellschaft natürlich im Wandel. Und gerade hier scheint Arbeit eine entscheidende Rolle zu spielen. Renten, wirtschaftlicher Aufschwung, Studiengebühren, der Sozialstaat an sich alles steht im Zusammenhang mit Arbeit. Jeder einzelne definiert sich über seine Erwerbsarbeit, ich bin Arzt, ich bin Bäcker, ich bin Chemielaborant... Der Arbeitsverlust kommt einem gesellschaftlichen Tod gleich, die Angst vor diesem Desaster ist dementsprechend hoch.

Als Entspannungsstrategie für Modedesigner empfiehlt sich da die Betrachtung: Du kannst nicht arbeitslos werden du bist es schon. In diesem Sinne ist die Existenz als freischaffender Designer oder Künstler paradoxerweise wegweisend, da sie ja Leben und Arbeiten ohne dabei definitive Erwerbsarbeit auszuüben. Dabei lebt natürlich kein Künstler ohne kleine Nebenjobs, aber seiner Betrachtung nach ist er nicht Taxifahrer, Kellner oder Fließbandfachkraft bei Opel sondern eben Künstler oder Designer.

10

Leben ohne Erwerbsarbeit ist also nur scheinbar unmöglich.

Nur wer arbeitet lebt? Nur wer arbeitet hat Geld? Nur wer arbeitet kann konsumieren und so anderen Arbeit

geben?

Arbeit und Arbeitswelt werden sich nicht verändern, sie haben sich schon verändert und werden dies fortschreitend tun. Doch wie genau sieht diese Entwicklung aus?

**Früher, die Moderne.** Mit der industriellen Revolution entstand die Erwerbsarbeit, wie wir sie heute kennen und lieben. Arbeiter vertraten sich selbst durch Gewerkschaften. Sie setzten geregelte Arbeitszeiten durch und später einen tariflichen Stundenlohn. Die Arbeit selbst

wurde mehr und mehr durch Maschinen so menschlich und menschenwürdig wie möglich gestaltet. In Deutschland erhielt in Form von Politik durch Bismarck jeder Arbeiter eine soziale Rundumsicherung gegen die eigenständigen Mächte der Wirtschaft. Alles war gut in der ersten Welt und wurde besser.

*„Nur wer arbeitet lebt?“*

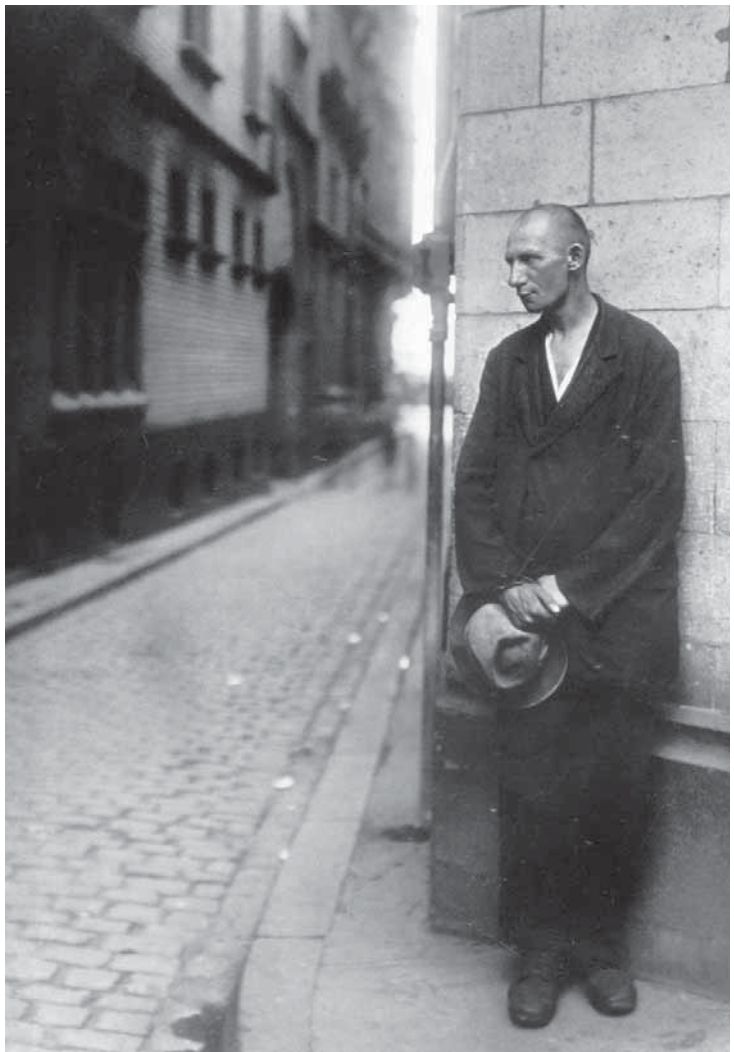
ronisch, es sieht den „Geist in den Diensten der Wünschbarkeit“, es ist ein Geist gesellschaftlicher Humanität, der es beseelt, und die Parole lautet: „Aktivismus vielmehr Voluntarismus, Meliorismus Politizismus, Expressionismus, mit einem Wort die Domination der Ideale.“ Was die Kunst betrifft so hat diese Propaganda zu treiben für Reformen sozialer und politischer Natur.“ Und wenn sie sich weigert, so lautet das Urteil: Ästhetizismus.“<sup>1</sup>

Die „Ehrfurcht vor dem Geiste“ macht gegen „Aktionsprogramme skeptisch (...)“<sup>2</sup>

**Heute, die Postmoderne.** Doch dann wurde durch die arbeitserleichternden Maschinen Arbeit wegrationalisiert. Überhaupt wurde Arbeit verlagert nämlich gen Süden und Osten, wo man preiswerter produzieren konnte. Das soziale Sicherungssystem war den nun global agierenden Unternehmern (oder den Aktionären? oder allen?) zu teuer geworden. Und die Rente? Alle zu alt, niemand mehr jung, aber alle haben schon bezahlt.

**Der Selbstübernehmer.** Die unsichere soziale Absicherung betreffend entwickelte sich zum Beispiel der „Selbst-Unternehmer“<sup>3</sup> dessen Existenz man als Freiheit der Unsicherheit beschreiben kann. Der kollektive Wunsch des „eigenen Lebens“,

der Sinnhorizont der Individualisierung<sup>4</sup> steht hier für den Inbegriff eines historisch-kulturellen Wandels der in 70' Jahren seinen Lauf (Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 11)



(1) Thomas Mann Gesammelte Werke in 12 Bänden, Band 12 S. 27-30 (2) Thomas Mann Gesammelte Werke in 12 Bänden, Band 12 S.37 (3) Ulrich Beck, Schöne neue Arbeitswelt: Vision: Weltbürgerschaft, Expo 2000 Hannover, Frankfurt a. M., Campusverlag 1999, S. 58 (4) Siehe (3)

(Fortsetzung von Seite 10)

nahm, und sich als Folge von Bildungsexpansion, allgemeiner Reichtumsentwicklung sowie der Verinnerlichung politischer und sozialer Grundrechte darstellt. Doch die Modernisierung der Persönlichkeit begann schon früher,

Netzwerkgesellschaft ist das Kapital global koordiniert, während Arbeit lokal individualisiert ist. Der Kampf zwischen ganz verschiedenen Kapitalisten einerseits und divergenten Arbeiterklassen andererseits geht unter in dem fundamentalen Widerspruch zwischen der



als sie „Ende des Mittelalters mit Hilfe des englischen Empirismus, des französischen Rationalismus und dem persönlichen Glauben der Reformation das Prestige des Individuums oder, wie man auf vornehmere Weise sagen kann, der „menschlichen Person“ entdeckte.“<sup>5</sup> Menschen wurden dabei mehr und mehr aus den Zwängen, aber auch Sicherheiten ihrer Herkunftsmilieus herausgelöst und zu Autoren Ihres eigenen Lebens gemacht.<sup>6</sup> Das souveräne, informierte, freie Individuum als umsichtiger Verwalter des eigenen Lebens, aber: am Steuer schnallt sich jeder seinen eigenen Sicherheitsgurt um.<sup>7</sup>

Diese lebensweltliche Individualisierung wird zunehmend ergänzt, überlagert und konterkariert durch eine Individualisierung der Arbeit. Der so entstehende Handlungs- und Optionsraum ist also doppelgesichtig: einerseits öffnen sich Freiheitsräume in der Gestaltung und Abstimmung von nun „eigener Arbeit“ und „eigenem Leben“, andererseits tun sich neue Falltüren der Ausgrenzung auf, und die Risiken werden von Staat und Wirtschaft auf die Individuen abgewälzt.

Die Gefahr der Individualisierung liegt in einer Art Desozialisierung und Isolation.<sup>8</sup>

Zum Einen im persönlichen Sinne: die Perversion der Individualität als Narzissmus. Also der ausschließlichen Selbstbetrachtung und der Eigenliebe, die soziales Verhalten durchaus ausschließt.

Zum Anderen im gesamtgesellschaftlichen Sinne, denn „unter den Bedingungen der

reinen Logik der Kapitalströme und den kulturellen Werten menschlicher Erfahrung“,<sup>9</sup>

**Versteckte Veränderung.** Etwas verändert sich also auf der Welt, relativ schnell, umfassend und tiefgreifend. Man könnte also von einer Revolution sprechen. Es gibt nur große Unterschiede zu den vorangegangenen.

Früher standen neue Eliten bereit sich durchzusetzen. Neue Gesellschaftslehren, politische Utopien trafen auf Deutungen und Akteure, welche die alte Herrschaftsordnung verteidigten. Politische Alternativen verwirklichten sich auf Druck von unten, historische Beispiele dafür sind liberales Bürgertum (Aufklärung, John Locke, Adam Smith), Proletariat (Marx, Engels, Lenin). Klare Konfliktlinien entstanden, die sich politisch zuspitzten.<sup>10</sup>

Diese Revolution, dieser Gesellschaftswandel ist eher eine Umwälzung aufgrund beschleunigter, radikalisierten Modernisierung und besitzt keines der genannten Merkmale, er setzt sich durch, obwohl er breite Massen benachteiligt und elitäre Minderheiten bevorzugt.<sup>11</sup>

Es handelt sich also um eine Revolution die fast keiner will. Es existieren auch heute noch Visionen und Visionäre. Es ist bloß in einer meinungspluralen, individualisierten, in der postmodernen Welt unglaublich schwierig genügend Menschen um einen Standpunkt zu versammeln, sie an etwas gemeinsam glauben zu lassen.

„Der Drang nach Selbsterschaffung, nach privater Autonomie, nach jenem imaginärem Raum, in dem niemand im Besitz der Wahrheit ist und jeder das Recht hat verstanden zu werden, verhält sich antithetisch zum Drang nach Gemeinschaft mit mehr Gerechtigkeit.“<sup>12</sup> Es ist positiv, dass Menschen sich nicht mehr schnell blindlings und unhinterfragt für eine Idee instrumentalisieren lassen. Mobilisierungen dieser Art haben selten Positives hervorgebracht, Massen sind immer eher benutzt als verstanden worden.

**Zurück in die Vergangenheit.** Doch ist es von Vorteil wenn nur noch Wenige gewillt sind dem Gegenüber Glauben oder Gehör zu schenken? Wenn der Absender zu seinem Hauptadressaten wird,<sup>13</sup> bleibt jeder Sender auch nur sein eigener Empfänger. Gibt es also keine allgemeine Vorstellung von Zukunft, und sind die gegenwärtigen tiefgreifenden Veränderungen auch noch so zwingend, eine zu entwickeln, wird man eben eher leicht nostalgisch und zieht sich gedanklich zurück, nach Hause, in die Heimat, in die Vergangenheit oder genießt in allen Zügen die Gegenwart und sich selbst. Wer weiß was morgen kommt? Niemand nicht.

Vielleicht ist es zu naiv hier eine Parallele zu ziehen, aber alle erwähnten Annahmen scheinen mir möglich mit der Mode in Zusammenhang zu stehen. Das geht sogar so weit, dass ich Herrn Malcolm MacLaren antworten kann: Ja es gibt noch Revolutionen in der Mode, bloß sind dies vielleicht Revolutionen die keiner will, tiefgreifende strukturelle Veränderungen, welche nach einem kreativen Agieren im Zusammenhang bedürfen könnten.

Oder auch einer Portion Naivität.

**Plakative Revolte.** So könnte man die Revolution an sich in Frage stellen. In wie weit haben die Umwälzungen wirklich etwas umgewälzt? Was unterscheidet Evolution von Revolution?

Die französische Revolution zum Beispiel, wurde hier Macht nicht einfach nur neu verteilt von den Händen des Geburts- in die Hände des Geldadels? Ist Revolution vielleicht nicht nur oberflächliche Umverteilung, sichtbare oberflächliche Veränderung?

Revolution haftet in jedem Fall etwas Plakatives an. Die Unzufriedenen gehen raus, auf die Straße, machen sich sichtbar und bemerkbar. Wenn es den Menschen nach visueller Kommunikation verlangt, ist die Mode denke ich gern, aufrecht, selbstbewusst aber auch selbstironisch zur Stelle und damit anderen Medien vielleicht einen verständnisvollen aber nicht anbiedernden Schritt, auf die Menschen zu, voraus.

Nach der großen Euphorie über den Individualismus, kann ich mich für dessen Perversion heute eben nicht mehr uneingeschränkt zu begeistern, und auch nicht für die nun sichtbaren sozialen Konsequenzen. Ich begeistere mich für die Annahme der Herausforderung Richard Rortys: „ (...) doch einmal zu zeigen wie sich Solidarismus und Ironismus verbinden lassen“<sup>14</sup> und thematisiere Arbeit.

11

(5) Roland Barthes, *La mort de l'auteur*, in Roland Barthes, *Le bruissement de la langue* (Paris 1984) S. 64 zitiert nach Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schönigh Verlag, 1997 (6) Siehe (3) (7) Gilles Lipovetsky, *Narziss und die Leere*, Europäische Verlagsanstalt 1995, S. 33 (8) Siehe (7) (9) Manuel Castells, Bd. 1: *Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft*, Ubb Verlag 2003, S. 476 (10) Ulrich Beck, *Schöne neue Arbeitswelt: Vision: Weltbürgerschaft, Expo 2000 Hannover, Frankfurt a. M., Campusverlag 1999, S. 24 (11) Siehe 10 (12) Richard Rorty zitiert nach Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schönigh Verlag 1997 S. 317 (13) Gilles Lipovetsky, *Narziss und die Leere*, Europäische Verlagsanstalt Hamburg 1995 S. 21 (14) Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schönigh Verlag 1997, S. 317*

# ...Dossier...

# Ironie

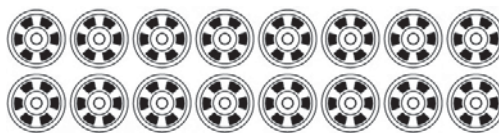
## Bekleidung als Sprache – Mode ist Poesie

Ironie erfreut sich als Mittel der Gestaltung von Sprache, aber auch von Mode großer Beliebtheit. Sie ist als solches ein Merkmal der heutigen Zeit. Wenn ich also mit Mode, besser über Mode kommuniziere, ist dies heute oftmals, geradezu unvermeidbar ironisch. Warum ist Ironie so populär? War sie es schon immer? Schwierig wird es zum Beispiel an der Stelle, an der es zu begründen gilt, warum und auf welche Art und Weise dieses oder jenes ironisch ist. Vom Gefühl her lässt sich Ironie recht schnell als vorhanden attestieren, doch genau lokalisieren? Ist Ironie ein Schlupfloch? Ist es, mal ganz abgesehen davon, ob man das möchte, überhaupt noch möglich unironisch zu arbeiten? Wird Ironie nicht jedem grundsätzlich unterstellt? Die Allgegenwärtigkeit der Ironie ist geradezu unheimlich.

## Wird Ironie nicht jedem grundsätzlich unterstellt?

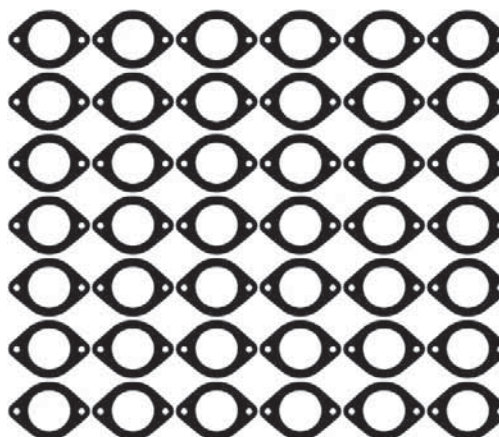
### Antiker Sokrates

„Eine Redefigur, mit der man das Gegenteil des Gesagten zu verstehen gibt“.<sup>1</sup> Die altbekannte Definition der Ironie hilft hier nicht wirklich weiter. Es handelt sich hier und heute um komplexere Zusammenhänge, welche sich nur schlecht auf diese einfache Aussage münzen lassen. Diese Definition der Ironie ist allerdings auch älter, nämlich sokratischer Natur, also entstanden in der Antike. Sie hat ihre ersten dokumentierten Wurzeln in den durch Platon verschriftlichten Dialogen des Sokrates. Ironie in der Antike ist rhetorisches Mittel, und nur das. Mit dem Ziel das Allgemeine zu definieren, entsteht Ironie. Da Sokrates im Laufe der Fragestündchen gezwungen wird Wahrheiten ins Unendliche zu verschieben, da sie, die Wahrheiten, zwingend, aus scheinbarem Unvermögen, nicht greifbar sind.



### Romantischer Schlegel

Doch gegen Ende des 18. Jahrhunderts trat ein völlig neuer Ironiebegriff in Erscheinung. Er hatte und hat mit dem antiken Vorbild maximal noch das Merkmal der Doppelbödigkeit gemein. Es findet eine Ausweitung des Begriffes Ironie statt, zunächst auf die Literatur und später auch auf die Philosophie. Die so genannte romantische Ironie, ist nicht die Ironie der erzwungen komischen Kerzenscheinatmosphäre, sondern die in der Epoche der Romantik entstandene Definition des Begriffes. Die Wiederbelebung der Ironie steht dabei durchaus im Zusammenhang mit der Wiederentdeckung der Antike. Die Veränderung des Ironiebegriffs wurde dabei durch Friedrich Schlegel bewusst vorgenommen.<sup>2</sup> Für die Literatur heißt dies, dass der Autor in seinem Werk gewissermaßen präsent ist und alle möglichen Spiele der Verstellung betreibt. Die Objektivität der antiken Literatur, steht dabei im Gegensatz zu der nun definierten, romantisch ironischen Literatur, diese ist subjektiv. Schlegel möchte aber den Begriff der Ironie nicht nur auf die Literatur festlegen wissen und beschreibt die Philosophie als „die eigentliche Heimat der Ironie“.<sup>3</sup> Die Verbindung von Poesie und Philosophie, geschaffen durch die Ausweitung des Begriffes der Ironie, führt zu einer der Zielsetzungen der Frühromantik: der *Vereinigung* von Poesie und Philosophie.



Es ist also nun erklärbar, warum die Definition der Ironie der Antike wenig hilfreich im Bezug auf postmoderne Erscheinungsformen wie Mode ist: sie ist zu begrenzt, weil speziell für eine Disziplin formuliert. Heute scheint es sich eher um eine, noch näher zu bestimmende, ironische Geisteshaltung zu handeln. Die Ironie hat auf andere Bereiche übergreifen. Schlegel hat in der Frühromantik der Ironie die Tür geöffnet, ihr eine Karriereleiter aufgestellt und sie schon mal auf den ersten zwei Stufen positioniert.

# 1 2

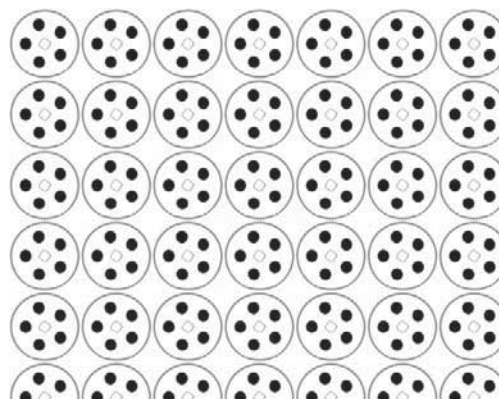
### Ironie des Selbst

„In unserer Zeit wird viel von Ironie und Humor geredet, besonders von Leuten, die nie vermocht haben, sie praktisch auszuüben.“ (Sören Kierkegaard)

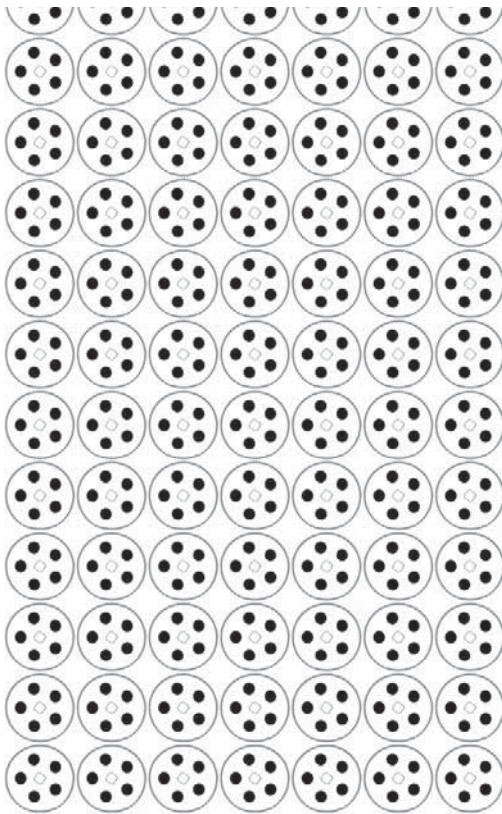
Unter der Führung Sören Kierkegaards erfährt die Ironie eine weitere Wandlung. Er verwendet Ironie in einem daseinsanalytischen Zusammenhang, verleiht ihr Synonyme wie „indirekte Mitteilung“ oder auch „Doppelreflexion“. Ironie bleibt subjektiv, wird sogar noch subjektiver eben persönlich. Während sich Sokrates noch um das Hervortreten des Allgemeinen bemüht, verschuecht Kierkegaard die Menschen vom Gebiet des Allgemeinen, der absoluten Gegebenheiten und der absoluten Sicherheiten.<sup>4</sup> Daseinsanalytisch heißt hier ganz modern Hinwendung zur individuellen Existenz.

Bei Friedrich Nietzsche spielt der Tod Gottes bezüglich der „Maske“, alias der Ironie, eine große Rolle. Die Feststellung einer „allgemeine(n) Ironie der Welt“, basiert auf der Idee von Gott als Autor der Welt, der vorzeitig vor Vollendung der Welt gestorben ist. „... Gott, das heißt der Autor von uns und unserer Umgebung, (ist) vor der Vollendung seines Werkes gestorben (...): so dass sich alles Bisherige nach einem Plan eingerichtet findet, der nicht mehr existiert und von dem wir, insbesondere wir, uns keine Vorstellung machen können“.<sup>5</sup> In Thomas Manns Augen war er es, „... der sein Publikum daran gewöhnte, „den Begriff des Künstlers mit dem des Erkennenden zusammenfließen zu lassen, so dass die Grenzen von Kunst und Kritik sich verwischten. (...) er lernte zu treffen, und zwar tödlich zu treffen.“ Er war „(...) von unentrinnbarem Einfluss auf jeden, der nach ihm deutsch zu schreiben sich erkühnte“.<sup>6</sup>

(Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 13)



(1) Vorwort, Definition. Der großen Enzyklopädie von 1765, S. 7 zitiert nach Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, 1997 (2) Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, 1997, S. 9 (3) Kritische Friedrich Schlegel Ausgabe, 35 Bände, Hg. Von Ernst Behler unter Mitwirkung von Jean-Jacques Anstett, Hans Eichner..., Paderborn 1958-, Band 2, S. 152 zitiert nach Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, 1997 (4) Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag S. 14 (5) Gustav Rudler, *La jeunesse de Benjamin Constant 1767-1794*, Paris Librairie Armand Colin, 1909 S. 37; Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, 1997 (6) Thomas Mann, *Gesammelte Werke in 12 Bänden*, Band 12, S. 87-88



(Fortsetzung von Seite 12)

Wie nun ist es aber möglich alle diese Äußerungen, hauptsächlich die Literatur und Philosophie betreffend, auf Mode anzuwenden. Nun schwerlich finden sich Auslegungen direkt zu Mode und deren ironischer Interpretation. Doch die Parallelen, wie in der Überschrift schon als These angenommen, sind vorhanden und eben auch aufschlussreich. Über die einfache Frage, warum die Ironie ein populäres Ausdrucksmittel dieser Zeit ist, kommt man über die Brücke der Literaturwissenschaft (Ironie als literarisches Element) nicht nur zu einer Antwort, sondern zu vielen, auch die Mode allgemein betreffend. Auf die Beweisführung der Vergleichbarkeit von Mode und Literatur verzichtend, geht es eher darum gewissermaßen als Experiment bewusst zu stolpern: über Wahrheiten der Ironie in der Literatur, welche vielleicht auf Mode anwendbar sein könnten.

Damit stellt der Ironiebegriff in Texten des 20. Jahrhunderts also der Moderne und Postmoderne eine besonders relevante Quelle für den Umgang mit Mode dar.

Hier offenbart sich eine überraschende aber sehr haltbare Verbindung. Wer auf der Suche nach Strukturen, Wahrheiten oder Konzepten der Mode des 20. Jahrhunderts sein sollte, muss geradezu zwangsläufig bei Ironie landen. Ist Ironie also die letzte Wahrheit der Postmoderne? Sogar die Postmoderne selbst lässt sich ganz gut über die Literatur definieren.

„Die Romanform wird hier als Fortsetzung der Formen der „großen Epik“ gedeutet, die seit Homer bestanden und die umgebende Welt wie im Spiegelbild dargestellt hatten. In unserer Zeit kommen wir aber zu einer Welt, „die aus den Fugen geraten ist“, und die hier entstehende Romanform wird zur „Form der vollendeten Sündhaftigkeit.“<sup>7</sup> Diese Kunstform versucht eine Totalität aufrechtzuerhalten, die in den „geschlossen-totalen Formen“ vorlag, die aus einer „in sich abgerundeten Seinstotalität“ hervorging (Homer, Dante). Diese „spontane Seinstotalität“ gibt es aber nicht mehr, und so wird der Roman zum Epos eines Zeitalters, „für das die extensive Totalität des Lebens nicht mehr sinnfällig gegeben ist, für das der Sinn der Lebensimmanenz zum Problem geworden ist, das aber dennoch die Gesinnung zur Totalität hat“. Damit wird die Ironie konstitutiv für diese Art des künstlerischen Schaffens. Ironie ist die Selbstkorrektur der Brüchigkeit.“<sup>8</sup>

Ironie ist eines der wenigen gestalterischen Mittel um in der Postmoderne Objekte in Sprache abbilden, also Wahrheit überhaupt äußern zu können.

In Heideggers „Vom Wesen der Wahrheit“ findet sich genau diese „eigentümliche Doppelreflexion“, in seinem Denken über Gegenstände zeigt er „ein Oszillieren (...), das durchaus mit den raffiniertesten Strukturen der Ironie im Einklang steht.“<sup>9</sup> In der Mode findet sich ein nicht enden wollendes Oszillieren zwischen Stilen und Polen, ein Trend jagt den nächsten und ist auch immer ein Gegenteil (von vielen möglichen) der vorausgegangen.

Wenn man also mit Mode über Ironie (und das ist fast Standard) kommuniziert, ist das allerdings dann auch kontextgebunden, da „(...) Ironie nur in dem Grade verstanden werden kann, „in dem man in sachlichem Einverständnis mit dem anderen steht, [da] (...) Verstehen Einverständnis impliziert“.<sup>10</sup>

#### Thomas Mann

„Ach ja, die Ironie. Hüten sie sich vor der hier gedeutenden Ironie, Ingenieur! Hüten sie sich überhaupt vor dieser geistigen Haltung! Wo sie nicht ein gerades und klassisches Mittel der Redekunst ist, dem gesunden Sinn keinen Augenblick missverständlich, da wird sie zur Liederlichkeit, zum Hindernis der Zivilisation, zur unsauberen Liebelei mit dem Stillstand, dem Ungeist, dem Laster. Da die Atmosphäre, in der wir leben dem Gedeihen dieses Sumpfwäches offenbar sehr günstig ist, darf ich hoffen oder muss ich fürchten, dass sie mich verstehen.“<sup>11</sup> Thomas Manns Ironie kennzeichnet sich zunächst als Reaktion auf Friedrich Nietzsche. Mann setzt dem Lebenskult bei Nietzsche sein Bürgertum entgegen. Es entsteht eine Wechselwirkung dieser beiden Kräfte, die Mann selbst als Ironie beschreibt.

„Ironie wirbt, wenn auch heimlich, sie sucht für den Geist zu gewinnen, wenn auch ohne Hoffnung. Sie ist nicht animalisch, sondern intellektuell, nicht düster sondern geistreich. Aber willensschwach und fatalistisch ist sie doch und jedenfalls weit entfernt, sich ernstlich und auf aktive Art in den Dienst der Wünschbarkeit und der Ideale zu stellen. Vor allem ist sie ein durchaus persönliches Ethos (...)“<sup>12</sup> Ironie ist „immer nach beiden Seiten hin“, sie ist „etwas Mittleres, ein Weder- Noch und Sowohl- Als- Auch“.<sup>13</sup> In weiteren Erläuterungen verleiht Mann der Ironie dann aber doch politische Dimensionen. „Der Radikalismus ist immer auf einen Gegensatz und ein Entweder- Oder aus, wogegen die Ironie, wie bereits gesagt, immer ein Sowohl- als- Auch will.“<sup>14</sup> Also schließt Ironie Politik aus? Nein, Mann regt eine sonderbare Melange an:

„Der Geist welcher liebt, ist nicht fanatisch, er ist geistreich, er ist politisch, er wirbt und sein Werben ist erotische Ironie. (...) Was ist Konservativismus? Die erotische Ironie des Geistes.“<sup>15</sup>

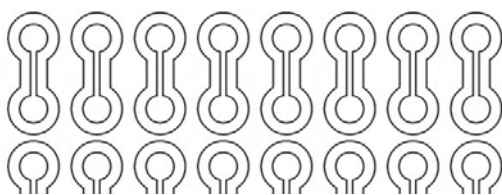
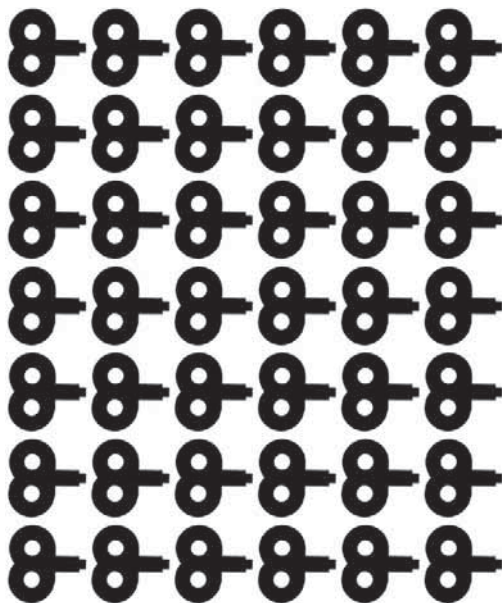
In diesem Sinne lässt sich also sagen, über die Brücke der Ironie können Mode und Politik durchaus eine Verbindung eingehen. Ironie, die in der Kunst lebendig ist, ist „immer Ironie nach beiden Seiten hin, sie richtet sich gegen das Leben sowohl wie gegen den Geist, und dies nimmt ihr die große Gebärde, dies gibt ihr Melancholie und Bescheidenheit.“<sup>16</sup> Dabei ist aber sicher, dass sie nur „in einem höheren, zarteren, ästhetisch-moralischen Sinn verbessernde Wirkung zeitigen kann, nie aber auf direkte Weise“.<sup>17</sup> Mit Ironie kann man sich versichern, sie ist bei politischen Inhalten in der Kunst und auch im Design ein Sicherungsnetz, was vor dem Fall in die Tiefen der Propaganda schützt.

#### New Criticism

Ist Ironie also ein formales Mittel, dass man je nach Bedarf einsetzt oder nicht? Auf der Jagd nach der Natur der Ironie, ist es sinnvoll auch in den Gefilde der nordamerikanischen Schule des New Criticism etwas zu wildern. Hier wurde die Ironie als ein das formelle Funktionieren der Dichtung leitendes Prinzip angesehen.<sup>18</sup>

„Tausende von Jahren hindurch haben sich die Dichter sehr angestrengt, das zu sagen, was sie meinen. Aber sie haben nicht nur versucht zu sagen, was sie meinen, sondern auch zu beweisen, was sie meinen. Der Heilige beweist seine Vision, indem er freudig in Feuer geht. Der Dichter beweist seine Vision auf etwas weniger spektakuläre Weise, indem er sie dem Feuer der Ironie unterwirft – dem Drama der Struktur – und damit die Hoffnung verbindet,

(Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 14)



13

(7) George Lukacs, *Die Theorie des Romans. Ein geschichtsphilosophischer Versuch über die Formen der großen Epik*, Neumied 2te Auflage 1963; zitiert nach Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, 1997 (8) Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag S.17 (9) Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag S.18 (10) Hans Georg Gadamer: *Wahrheit und Methode*, Tübingen: Mohr 1965, S.279 / S. 509 (11) Thomas Mann: *Zauberberg, Gesammelte Werke in 12 Bänden, Band 3, S. 309* (12) Thomas Mann, *Gesammelte Werke in 12 Bänden, Band 12 S.26* (13) Thomas Mann, *Gesammelte Werke in 12 Bänden, Band 12, S.92* (14) Thomas Mann, *Gesammelte Werke in 12 Bänden, Band 12, S.568* (15) Thomas Mann, *Gesammelte Werke in 12 Bänden, Band 12, S. 569* (16) Thomas Mann, *Gesammelte Werke in 12 Bänden, Band 12 S. 573* (17) Thomas Mann, *Gesammelte Werke in 12 Bänden, Band 12 S. 575* (18) Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, S.291



(Fortsetzung von Seite 13)

dass das Feuer es veredeln wird. Mit anderen Worten, der Dichter möchte anzeigen, dass er seine Vision erarbeitet hat und dass diese die Beziehung mit den Verwicklungen und Widersprüchen der Erfahrung überleben kann. Und die Ironie ist ein solches Mittel der Bezugnahme" <sup>19</sup>

Ironie ist also nicht nur ein Mittel sondern stellt eine Art Feuerprobe und Veredelung zu gleich da. Man sieht so, ob die Sache, wie ein Kuchen aufgeht oder nicht. Ob was dahinter steckt oder nicht. Ironie ist kein oberflächliches Schachern sondern tiefgründige Strukturveränderung.

Demnach sollte man, wenn man sich auf angemessene Weise über ein Gedicht äußern will, dies nicht nach seinem Inhalt oder Gegenstand geschehen lassen, sondern muss nach der Struktur des Gedichtes erfolgen. <sup>20</sup>

Wenn man sich zu Mode an sich äußern möchte, ist es angemessen ihre Strukturen zu untersuchen, und diese Strukturen scheinen Verkörperung von Ironie. Angefangen beim eben strukturellen Oszillieren zwischen Polen, bei der Entstehung von Trends weiter über kleidgewordene Strukturanalysen von Kleidung als Objekt, bei den Dekonstruktivistinnen und deren Präsentation- ganz klar hier ist Ironie am Werk oder an der Arbeit ?

Und Ironie verhindert in ihrer Bewegung zwischen Polen eben auch die eindeutige Interpretation. Warum auch, die Welt ist schon lang nicht mehr eindeutig (außer in Modellen...), da ist der Bedarf an eindeutigen Interpretationen sicher in Milliardenhöhe.

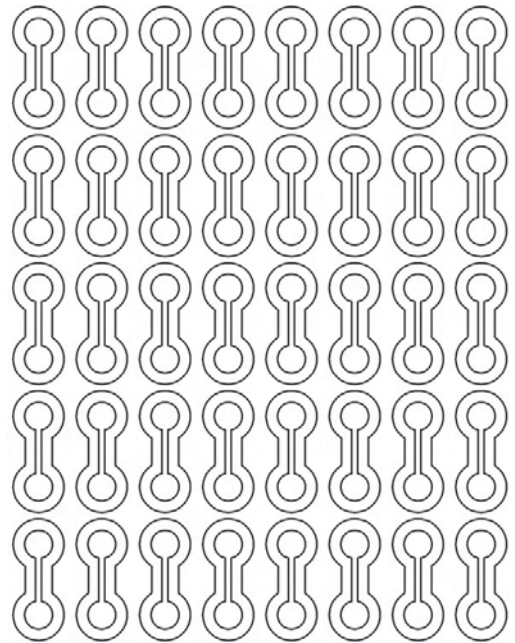
Oftmals ist das Gefühl der Anwesenheit von Ironie in einer künstlerischen Arbeit genau daran festzumachen, dass sie sich weigert eindeutig interpretierbar zu sein, dass sie Widerstand ausübt.

Lösungen werden durch Konflikte erreicht. Mit der Aufgabe des Entwerfens einer Kollektion kann es hilfreich sein Konflikte zu suchen, und sie auszuleben.

Doch welche Elemente eignen sich für einen gut gewürzten Konflikt? Elemente werden über den Kontext qualifiziert. Das Wirken von Ironie besteht „im Druck des Kontextes“. <sup>21</sup>

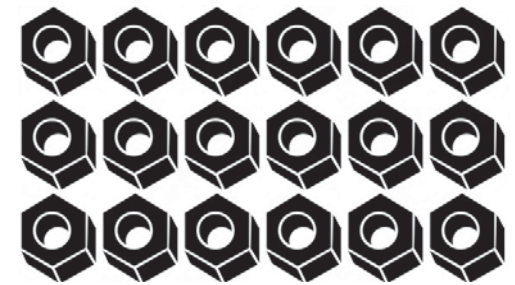
„Die Ironie ist dann in diesem weiteren Sinne nicht nur eine Anerkennung des Druckes des Kontextes. Die Unverwundbarkeit durch Ironie macht die Stabilität des Kontextes aus, in dem die inneren Druckkräfte sich gegenseitig balancieren und unterstützen. Diese Stabilität ist wie die eines Bogens: genau die Kräfte, von denen man annimmt, dass sie die Steine auf die Erde ziehen würden, bilden in Wirklichkeit das Prinzip der Unterstützung - ein Prinzip, nach dem (Ent-)Wurf und Gegen(ent-)wurf die Mittel der Stabilität bilden.“ <sup>22</sup>

Konflikte sind demnach nicht nur hilfreich bei der Erstellung einer Kollektion, z.B. als Motivation; nein Widersprüche gewährleisten auch Stabilität innerhalb einer Kollektion. Eindeutigkeiten machen sie instabil.



### Paul de Man

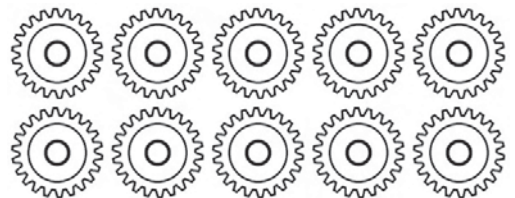
Und die Mode hält schritt mit den Entwicklungen der Ironie, auch der Deskonstruktivismus von Paul de Man hat Einfluss, oder lässt sich als Einfluss wieder finden. De Man ruft auf „das In-Between“, die Phase der Allegorie, der Ironie (...) nicht als bloße Übergangsphase oder als bloßen Verlust von Sinn zu deuten, sondern als die Existenzweise von Sinn und den angemessenen Ort unserer Wirksamkeit anzuerkennen" <sup>23</sup>, oder auch „das Nicht- Zentrum anders denn als Verlust des Zentrums" <sup>24</sup> zu deuten. Der ständige völlig gleichberechtigte Wechsel von Moden, die ganz demokratisch auch nebeneinanderher existieren, hat sich dem Zelebrierten des Nicht-Zentrums verschrieben. Und wer, wenn nicht die Mode hat sich selbst als Ort der Wirksamkeit des In- Between erfunden. De Man empfindet die absolute Ironie eben in der Struktur, ..., d.h. in der Erkenntnis der Unmöglichkeit einer Versöhnung des Idealen und (des) Realen..." <sup>25</sup> Hier antwortet die Mode heute allerdings mit einer Versöhnung, sie verneint das Absolute für Allgemeines. Sie unterstützt absolute Meinungsvielfalt. Ideale existieren also für den Einzelnen nicht, aber für die Masse. Die Antwort der Mode heute vereint Real und Ideal ohne den Anspruch auf Allgemeingültigkeit. Es geht um subjektive Wahrheit.



### Nouvelle Critique

Die Nouvelle Critique in Frankreich nimmt ebenfalls eine Betonung von Struktur vor. Sie klassifiziert sogar den Strukturdenker „homme structural" als einen Menschentypus <sup>26</sup>, als jemanden der in der Lage ist durch Auseinandernehmen von Strukturen deren Funktionsweisen anderen deutlich machen kann. Die Betonung des Autors eines Schriftstücks ist hier auch für hinfällig. „Der Text ist ein Gewebe von Zitaten, die sich aus tausend Quellen der Kultur herleiten“. <sup>27</sup> Für den Kritiker oder Konsumenten ist es demnach unwichtig zu wissen wer etwas kreiert hat und woher er kommt, für ihn zählt das Produkt, das Objekt, welches dann durch ihn interpretiert wird.

Dabei gibt es 2 Interpretationsarten. Eine „träumt von der Entzifferung einer Wahrheit oder eines Ursprungs, der außerhalb der Sphäre des Spiels und der Ordnung des Zeichens liegt“. Die andere Interpretationsweise „bejaht das Spiel" und ist so nicht mehr dem Ursprung zugewandt. <sup>28</sup>

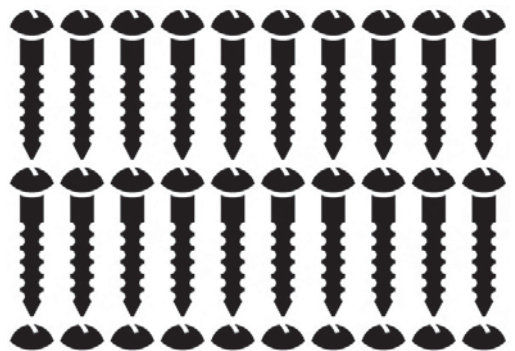


# 14

### Richard Rorty

Richard Rorty verwendet zur Verdeutlichung der Veränderung des Begriffs der Ironie die Bezeichnung Ironismus. <sup>29</sup> Ironismus ist „ den Reiz des Denkens darin zu erblicken, ständige Neu-beschreibungen von Sachverhalten zu erkunden, Vokabulare gegeneinander auszuspüren, mit Geschick von einer Terminologie in die andere überzugehen und dabei natürlich zu wissen, dass keins dieser Vokabulare endgültiger, beweisbarer oder wirklichkeitsnäher ist als das andere. Er äußert „die These von der Unvereinbarkeit des Privaten und Öffentlichen" fordert aber, da er selbst ein großer Ironiker ist, den Leser auf, anderer Meinung zu sein. " <sup>30</sup>

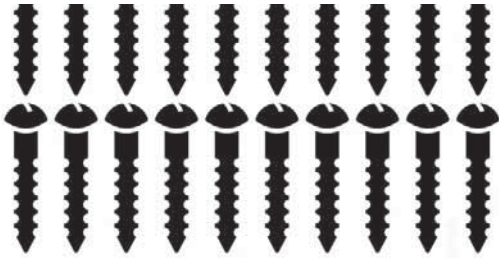
Die beschriebenen Entwicklungen der Ironie von rhetorisch (Sokrates) über transzendentalphilosophisch (Schlegel) und daseinsanalytisch (Kierkegaard, Nietzsche) hin zu strukturalistisch und dekonstruktivistisch, sind demnach alle der Mode anverwandt. Die Ironie ist ein der heutigen Mode immanentes Stilmittel, sie ist durchaus die Verkörperung von nonverbaler Ironie selbst. Bei der Allgegenwärtigkeit von Ironie und Mode war eine Vermutung von Verbindung zwischen diesen beiden auch nicht allzu gewagt. Es entstand aber die Möglichkeit über die Literaturtheorie der Ironie auch die Strukturen der Mode etwas besser zu fassen.



(Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 15)

(19) Robert P. Warren, *Pure and Impure Poetry* 1943 zitiert nach Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag 1997, S. 295 (20) Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag S.297 (21) Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag S. 298 (22) Cleanth Brooks: *Irony as a Principle of Structure* 1949, zitiert nach Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag 1997, S.293 (23) Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, S.308 (24) Jacques Derrida, „La structure, le signe et le jeu dans le discours des sciences humaines" Paris 1967, in Jacques Derrida, „Die Schrift und die Differenz", Frankfurt/M.: Suhrkamp 1972, S.427 (25) Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, S. 305 (26) Roland Barthes, *L'Activité structuraliste*, in Roland Barthes, *Essais critique* 1964, S.214 zitiert nach Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, 1997 (27) Roland Barthes, *La mort de l'auteur*, in Roland Barthes, *le bruissement de la langue*, Paris 1984, S. 67 zitiert nach Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, 1997 (28) Jacques Derrida, „La structure, le signe et le jeu dans le discours des sciences humaines" Paris 1967, in Jacques Derrida, „Die Schrift und die Differenz", Frankfurt/M.: Suhrkamp 1972, S.427 zitiert nach Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, 1997 (29) Richard Rorty, *Kontingenz, Ironie und Solidarität*, Frankfurt am Main, Suhrkamp 2004 (30) Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, S.317





(Fortsetzung von Seite 14)

Die Anschuldigung Kierkegaards, der unreflektierten Verwendung von Ironie heute, die auch irgendwie Ansatzpunkt dieser Überlegungen sind, werden also aufgelöst. Die rhetorische Definition kann in einer Welt der unendlichen subjektiven Wahrheiten nicht mehr standhalten. Es gibt das eine universale Gegenteil nicht mehr. Man kann sich nicht mehr über sein Gegenteil äußern, da eine 100% universelle Rücktransformation auf das eigentlich gemeinte Objekt nicht mehr sichergestellt ist. Missverstehen wir uns richtig? Dies führt zur Bestandsaufnahme Robert Musils „Sokratisch ist: sich unwissend stellen, modern: unwissend sein“<sup>31</sup>

Ironie wird in ihrer Doppeldeutigkeit und Bewegung aber zu einem strukturellen Mittel um die postmoderne Welt überhaupt noch abzubilden. Und per Mode finden Abbildungen statt. Ambivalente, paradoxe, subjektive, nonverbale, aber eben heutige Abbildungen.

# Work it out

Vorübergehendes Selbstbekenntnis.



## Warum gibt es keine Revolutionen mehr in der Mode?

Muss es das überhaupt noch geben?

Ich denke es geht um Inhalte. Ich denke eine zugegebenermaßen dilettante, aber ja genau deswegen nicht professionell marketinggesteuerte Analyse der Mode wäre wünschenswert. Mit meinen begrenzten Mitteln und meiner subjektiven Wahrnehmung unternehme ich einen selbstsüchtigen und großwahnsinnigen Versuch. Und ich will einfach erst mal nicht hören, dass ich da nur scheitern kann, Mr. Malcom MacLaren, Sie wollten die Revolution.<sup>1</sup>

## Was soll ich machen? Was kann ich tun?

Die von mir so wahrgenommene Realität der Modewelt ist nicht veränderbar, ihre Struktur ist festgelegt, oder besser noch: evolutionär gewachsen, so wie es ist, hat es sich eben zwingend entwickelt. Wenn ich damit nicht so ganz einverstanden bin, zwingt mich keiner zu bleiben. (Kann aber auch eine zwingende Entwicklung sein, weiß ich doch heimlich, dass ich nicht die Einzige bin, die sich viele Fragen fragt? „Alles was passiert, gehört dazu.“<sup>2</sup>)

Aber ich hatte mich ja selbst eingeladen: Warum also meine Affinität zu diesem textilen Metier?

## Mögen Sie Mode?

Pro

Ich liebe Mode, weil die Welt der Ironie eben am ehesten einen authentischen Blick ins Antlitz der Welt gewährt. Das heißt, ich bin hiermit heimlich auf dem Weg etwas erkennen zu wollen. Im Wesentlichen geht es mir um fröhliche Erkenntnis. Das ist übrigens verboten und deswegen

Kontra

Ich hasse Mode, weil sie nicht das ist, was sie zu sein vorgibt. Bei aller postmoderner Begeisterung für Verwirrspiele möchte ich auf der Fairplay Seite stehen. Das ist übrigens verboten und deswegen besonders reizvoll. Das Geschäft um das althergebrachte Modebusiness ist menschenverachtend und manipu-

rend, es hemmt seine Kreativität durch seine eingefahrenen und profitablen Bahnen selbst. Und verliert so auch seinen Ruf. Doch auch hier hilft der Mechanismus der Mode sich selbst und verschafft sich neue Wege, um sich auszurücken.

## Eigenhilfe Selbstinitiative

Für Gucci tritt nun nach Tom Ford auch hier ein Designteam an. Im Gegensatz dazu bestimmen

kleine Designer regional das Bild der Modewelt und sind durch ihre Authentizität auch international interessant. Daneben findet eine neue Begeisterung für Secondhand-Mode statt. Authentizität weil Tradition, weil Wiederbelebung und Hinterfragung von vergangenen Bekleidungsmechanismen. Die Übertragung oder schwache Imitation dessen von großen Modehäusern in weltweit anerkannte Formensprachen sieht mir sehr verzweifelt aus und bedient damit eben auch eine mit dem heute überforderten, an starre Muster festhaltenden Käuferschaft. Die Subkultur lässt sich heute immer schwerer als bloße Inspiration instru-

mentalisieren, sie produziert selbst und vermarktet sich selbst, sie ist dabei von Zeit zu Zeit zur Handarbeit gezwungen, da der finanzielle Background große Produktionsstrecken nicht ermöglicht.

Was war noch mal Haute Couture? Handwerklich hochwertige, maßgeschneiderte, erfrischende, inspirierende Äußerungen von Mode-schöpfen? Könnte es nicht sein, dass die Subkultur am Sockel der Haute Couture sägt, und sich berechtigt deren Platz zu Eigen macht?

Ich will kein Haute Couture Designer sein, das könnte ich niemals mit mir vereinbaren, ich will keine monströsen Geldmaschinen am Laufen halten, ich will meinen Blick auf die Welt nicht durch Statistiker oder Manager beurteilen und womöglich noch beeinflussen und lenken lassen. Statistiken sind Vergangenheit. Gegenwart gilt es zu tun, Zukunft ist immer unbestimmt.

## Wie naiv bin ich eigentlich?

Ich verlange Unmengen an unbezahlter Verantwortung. Ich möchte um Himmelswillen nicht selbst entscheiden. Ich will überhaupt nicht wissen ob es meinen Gästen schmeckt, ich will auch dass es ihnen nicht schmeckt. Ich will dass sie ungefragt jeden Tag das gleiche in sich rein stopfen, ohne zu wissen was und warum. Und sie sollen ja nie bei jemand anderem kosten. Naivität kleidet Mode immer, ob sie für oder gegen etwas ist, ob ich in den Augen der Einen naiv dagegen bin oder in den Augen der Anderen naiv mache.

Zwei Meinungen in einer, ist das irgendwie schizopren?

„Die Ironie tritt genau dann auf, wenn das Selbstbewusstsein die Kontrolle über sich selbst verliert. (...) Sie ist ein Bruch, eine Unterbrechung, ein Zerreißen. Sie ist ein Moment, an dem man die Selbstkontrolle verliert, und zwar nicht allein auf Seiten des Autors sondern auch des Lesers.“<sup>4</sup>

Ich habe also die Freiheit zu wählen, welche Naivität mir besser steht.

# 15

(31) Robert Musils *Gesammelte Werke in Einzelausgaben*, Hg. Von Adolf Friese, Hamburg 1952-1957: *Tagebücher, Aphorismen, Essays und Reden*, 1955, S. 1640 zitiert nach Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, 1997

(1) „Blick zurück ins Glück“, FAZ n. 18, 2. Mai 2005, in dieser Zeitung S. 19 (2) Martin Walser 1967, *Verschiedene Arten von Ironie*. Martin Walser: *Selbstbemußtsein und Ironie*, Frankfurter Vorlesungen. Suhrkamp Verlag, Frankfurt/M. 1996, 215 S. (3) Pierre Bourdieu, *Die feinen Unterschiede*, Frankfurt am Main, Suhrkamp 1997 (4) Robert Moynihan, *Interview with Paul de Man*. Introduction by J. Hillis Miller, *Yale Review* 73, 1983-84 S. 580 zitiert nach Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, 1997

# Uniformität und Individualität

Mit Bekleidung möchte man wahrgenommen werden.



Das Oszillieren zwischen Uniformität und Individualität ist eines der grundlegendsten Phänomene von Mode heute. Abgrenzung und Anpassung sind zwei Pole. Zu starke Abgrenzung bedeutet Ausgrenzung, zu starke Anpassung bedeutet Untergehen in der Masse: Anonymität. Beide Male steht die Angst des nicht Wahrgenommenwerdens im Vordergrund. Mit Bekleidung möchte man also wahrgenommen werden.

Die Popularität von Mode ist also gleichzeitig auch Ausdruck davon, dass es populär ist, wahrgenommen werden zu wollen.

## 16

### Damals

Früher bedeutete die Zugehörigkeit zu einer sozialen Gruppe auch gleichzeitig die Ausgrenzung aus einer anderen. Heute aber, mit dem Vorhandensein einer großen Pluralität von Lebensstilen, ist man eigentlich nie verloren. Durch vielfältigste Kommunikationsmöglichkeiten, die nicht mehr räumlich be-

grenzt sind (man lebt nicht mehr nur in einem Dorf oder einer Stadt, sondern ist Kosmopolit) findet eine vielfache Spezialisierung statt. Alle diese Spezialisierungen werden zur Kultur. Die Kultur wird demokratisiert, alles ist Kultur. Alles gilt gleichzeitig. Man gehört immer kleineren spezialisierteren Gruppen an (Chatforen für Ehemänner in zweiter Ehe mit Ex-Vegetarier die nun auch mit rauchen aufhören wollen, da ihre Exvegetarierinnen schwanger sind).

Früher war die Abgrenzung der Kulturmilieus noch sehr stark, die Grenzen zwischen den einzelnen Gruppen undurchlässig. Identität hieß,

eine Sache, einen (Stereo-)Typ zu verkörpern, ihn zu leben, zu einer Gruppe der Gesellschaft zu gehören, sein Leben vielleicht auch einer Sache zu verschreiben, an die man glaubt.

### ...Heute

Heute ist der Wechsel zwischen den einzelnen sozialen Gruppen ganz leicht und auch nicht tabu. Stereotypen sind Feindbilder. Jeder möchte wenn überhaupt seine eigene ganz persönliche Schublade. Es geht nicht darum sein Leben an eine soziale Gruppe zu ketten, sondern eine selbstbestimmte Collage aus all diesen Stilen zu sein. Da man an verschiedenen Gruppen teilhat, ist man auch nicht einsam. Man ist damit aber auch heute komplett selbst für sein Leben verantwortlich, man macht etwas aus seinem Leben oder auch nicht, wenn nicht – selbst Schuld. Da gibt es keine Entschuldigungen.

Die Parole lautet sich selbst „zu finden“. Dabei existiert keine Zielvorstellung von der abgeschlossenen Selbstfindung.

Man sucht eben sein Leben lang. Warum? Man hat noch nicht erreicht was man erreichen könnte, man hat noch nicht alles erlebt was man erleben könnte, man könnte sein Leben nicht wirklich gelebt haben, weil man nicht genug sucht, probiert und riskiert hat. Man könnte irgendwie noch nicht so glücklich gewesen sein, wie man hätte sein können.

Woher kommt diese Gewissheit, dass noch mehr existiert als man schon hat, warum will man immer mehr haben?

Nach Gilles Lipovetsky liegt die Ursache in der ständigen Verführung. Die Verführung zu konsumieren geht einher mit einer andauernden Suggestion der eigenen Unzufriedenheit.

Das ist beängstigend. Doch die Vermarktung der Gegenmittelchen (Wege zum Glück...etc.) hat ebenfalls längst begonnen. Alle eventuell aufkommenden Bedürfnisse haben schon ihre absatzstrategische Entsprechung.

### Das Bedürfnis Rebellion

– Das geht ja gar nicht! Mir reicht's! Da muss man doch gegen rebellieren!?

Doch Rebellion ist längst Trend. Radikalismus en vogue. Gezähmt ungefährlich in einer Schublade, zum Bedienen, vordosiert. Was soll's denn sein? – Nur so ein bisschen meckern oder die große Revolution? Genau, ganz einfach. Nichts einfacher als das. Dabei ist Radikalismus nicht an Politik gebunden. Man kann auch ganz radikal oberflächlich sein oder radikal konservativ oder radikal gut angezogen.

Also ist auch hier Collage möglich. Selbstverständlich ohne Nebenwirkung: keine Anstrengung, keine Konsequenzen, kein Nachdenken. Der Ausbruch, das Aufbäumen wurde längst als Bedürfnis erkannt und ist jetzt in geregelten Bahnen konsumierbar oder wird konsumierbar gemacht. Sollte man sich dem also einfach beugen und mitmachen? Die Einladung steht, andauernd, hört nie auf und ruft.

Mein Bedürfnis nach Abgrenzung von alldem ist auch nichtsweiter als pervertierter Individualismus. Gibt es sie denn noch, die pure Radikalität? Ja, aber eben strukturell und nicht primär äußerlich sichtbar. Also gibt es einen Ausweg, einen kleinen Trampelpfad? Oder soll man einfach mit den anderen Kindern mitspielen, lächeln und sich jetzt mal nicht so haben?

Oder suche ich einfach nur ein Problem,

mache ich mir ein Problem, wo gar keins ist?

### Nimm's ernst

Jetzt nimm dich doch selbst mal nicht so ernst!

Früher war es allen ernst, heute ist alles nur Spaß, wir nehmen uns doch selber bitte mal nicht so ernst. Da sind also die zwei Sackgasen des Egos: Ich nehm mich ernst und ich nehm mich nicht so ernst. Beide Male der Blick auf den eigenen Bauchnabel gerichtet.

1. Ich nehm mich ernst, weil ich nehm eben mich ernst, zu ernst, niemand anders weiß es besser als ich.

2. Ich nehm mich nicht so ernst, weil ich möchte mich ja erstmal mir zu liebe nicht festlegen, wer oder was ich bin. Ich bin für immer die verpuppte Raupe, ich kann noch was aus mir machen, aber dafür sollte ich mal wirklich Zeit in mich investieren, und am besten auch sofort damit aufhören Zeit an andere zu vergeuden.

Nachdem der sich selbst ernst nehmende moderne Mensch zumindest noch anderen Leuten zugehört hat, ist man heute postmodern tolerant, aber ausschließlich mit sich selbst beschäftigt. Toleranz ist ansprechend, dekoriertes Desinteresse. Man toleriert den Lebensstil des anderen ja nur, weil der eigene viel wichtiger ist, und mich dein Leben eben nicht interessiert. Schön, dass sich die Frau nicht mehr nur für ihren Mann ausstaffiert, sondern für sich selbst, nur für sich selbst...

„Der Absender (wird) zu seinem Hauptadressaten...“ / Man erregt Aufmerksamkeit für sich, dabei interessiert mich der Spender der Aufmerksamkeit nicht im Geringsten.

### Was kosten zehn Leben in einem?

Eine zentrale Frage dabei ist, warum kann man heute so leicht zwischen den spezialisierten Lebensstilen wechseln? Und früher nicht? Wenn ich zehn Lebensstile auf einmal lebe, wage ich zu sagen, dass ich mich nicht wirklich in einen dieser Stile vertiefen kann.

Scheint sich hier zufällig eine gewisse Oberflächlichkeit auszubreiten, die sich dieses System selbst diktiert? Es wird um die Abwesenheit von Inhalten gebeten. Im Spannungsverhältnis von gesellschaftlich geforderter Collagierie der eigenen Person, der Selbstfindung und Unmöglichkeit der Allwissenheit macht sich eben

*Mache ich mir ein Problem wo gar keins ist?*

eine allgemein tolerierte, weil nötige Leere breit, die sich paradoxerweise mit der totalen Erfüllung ummantelt. Die Rückkehr zu Inhalten wäre ein möglicher Ausweg und damit auch ein Ausgangspunkt.

### Mode als Zweck zum Mittel

Mode bewegt sich auf genau diesem schmalen Grat. Oberfläche die geformt wird durch darunter liegende Schichten oder Oberfläche als Inhaltsleere?

Oder schützt sich die Mode „wie alle authentischen Geheimnisse (...) (nur) durch den Schein des Banalen?“<sup>2</sup>

„Die Mode ist vor allem Versprechen und Suche nach Individuation: Das Individuum folgt der Mode, um die eigene Einzigartigkeit durchzusetzen und unter Beweis zu stellen, und es tut dies, indem es sich nach einer allgemeinen Tendenz ausrichtet. Das Individuum macht

(Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 17)

(Fortsetzung von Seite 16)

also, was die anderen machen, um anders zu sein".<sup>3</sup> Also Individualisierung eine Illusion, ein Streben, als Phänomen der Zeit was sich nur durch ständigen Wandel des Hilfsmittels Mode befriedigen lässt. Nicht die Mode schafft die Oberflächlichkeit und Individualisierung son-

dern die Individualisierung hat sich die Mode kreierte. Dabei ist die Individualisierung sowieso nur temporär verschobene, also getarnte Uniformierung. „Die Kraft der Mode besteht in Ihrer ausgeprägten Fähigkeit, sich auch ihr Gegenteil einzuverleiben.“<sup>4</sup>

Das heißt die Mode ist hungrig. Man sollte der Mode mal richtig was aufschwischen. Eine Großzahl der Beteiligten sehen auch zuweilen so hungrig aus...

Wenn also Alles unbewusste Uniformierung ist, getarnt als Individualisierung, dann wird es finster beim Gedanken, dass sich alle unifor-

mieren, aber keiner weiß für was und warum.

Mein Menüvorschlag: Hausmannskost. Ich serviere eine bewusste und inhaltlich kontraverse Uniformierung. Ich behalte mir das Recht vor, selbst als erste zu widersprechen.

# Arbeiterbekleidung

Als Universalamateure auf der Suche nach einem Ausgangspunkt.

## Work in Progress

Ich habe nach Ähnlichkeiten in der Wahrnehmung gesucht zwischen mir und anderen. Phänomene die mich als auch andere interessieren. Etwas von dem ich annähernd authentisch berichten könnte, aber auch um narzisstische Tendenzen zu vermeiden, etwas was auch schon als Bedürfnis existiert.

Um Vorwärtskommen musste ich erstmal eine für mich gültige Aussage treffen, der man auch gut widersprechen kann. Mit der Aufgabe einer Diplomarbeit konfrontiert suchte ich also nach einer Aussage die ich als Ausgangspunkt nutzen konnte. Meine derzeitige Abneigung „Fashion“ gegenüber stellte mich vor die Fragen:

Gibt es Mode ohne Mode?  
Gibt es Bekleidung ohne Fashion?  
Meine Antwort ist Arbeitsbekleidung.

## Was hat das mit mir zu tun?

Wo ist der Authentizitätsfaktor?

„Der Bürger, im Unterschied zum Bourgeois, das muss man wissen ist deutsch, er ist der Mensch der geografischen, sozialen und seelischen Mitte“<sup>5</sup>

Meine Eltern sind einfache Arbeiter meine Großeltern sind einfache Arbeiter. Meine Familie hatte nur blaues Blut bei arbeitsunfallbedingten Verletzungen und daraus resultierenden Blutvergiftungen. Ich habe wahrlich wenig Zugang zu Abendroben. Im Jargon meiner durch Pierre Bourdieu<sup>6</sup> klassifizierten Gesellschaftsschicht: ich bin der Italiener und die Arbeitsbekleidung ist meine Lasagne, da kann mir eigentlich keiner sagen wo's langgeht. Oder wo hier die Wahrheit versteckt liegt. Hier ist mein zu Hause.

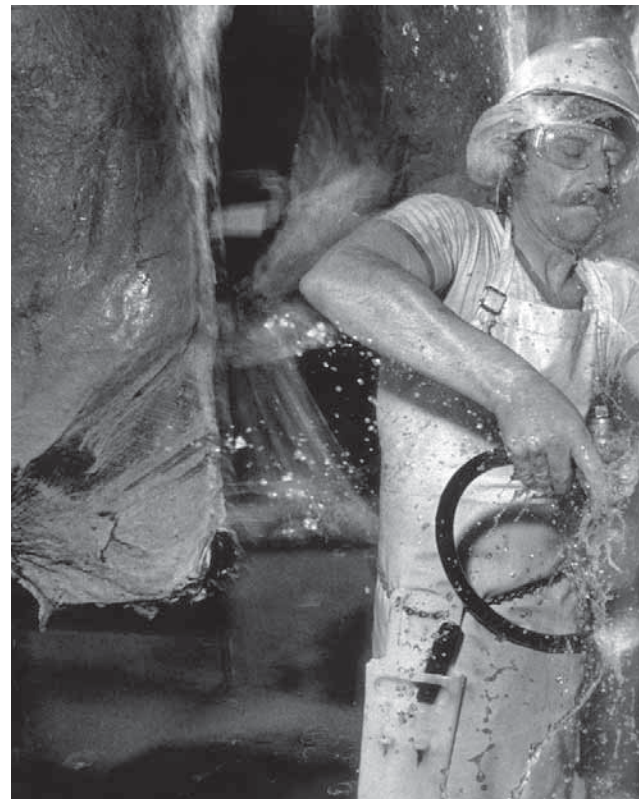
## Was hat das mit den anderen zu tun?

Wenn ich heute eine von Arbeitsbekleidung inspirierte Kollektion mache, was will ich damit?

Nein ganz sicher nicht eine Renaissance des Sozialismus. Ich neige da zur Romantik aber nicht zu Romantisierungen. Ja aber das könnte ja trotzdem als solche interpretiert werden.

Die Wahrheit einer Sache liegt immer auch in ihrer Freiheit.<sup>7</sup>

Arbeitsbekleidung nimmt sich leider nur für beschränkte Gemüter einzig und allein als Symbol z.B. des Sozialismus aus. Arbeiter gab es schon immer. Sie sind spätestens seit der industriellen Revolution als Klasse identifizierbar. Arbeitsteilung und Werkzeug sind hinlänglich bekannt als Definition von Menschsein. Andersorts sehen Arbeiter teils ähnlich, teils anders aus und haben schon immer auch in anderen Systemen gelebt. Oder um es kurz zu sagen, auch im Kapitalismus und der sozi-



alen Marktwirtschaft gibt es Arbeiter. Und um mich vor falscher Interpretation zu schützen, sollte natürlich auch meine Intention der Betonung auf Arbeiter und nicht auf Politisierung des Arbeitertums in der Kollektion sichtbar sein. Ich will meine Arbeiter nicht uniformieren und zum Kampf aufrufen, ich möchte nur anderen Menschen Möglichkeiten geben, „... den Menschen etwas zeigen, womit sie sich identifizieren können.“ (Joseph Beuys Board 3 Kapital = Kunst 1978)

„Das Gedicht ist nicht Eigentum des Kritikers und auch nicht des Autors (es löst sich vom Autor im Augenblick seiner Geburt los und geht durch die Welt unabhängig von seiner Macht es zu intendieren oder zu kontrollieren). Das Gedicht gehört dem Publikum.“<sup>8</sup>

Sich als Arbeiter zu kleiden und zu fühlen, seine eigene Lage zu persiflieren oder einfach nur an etwas Anstoß zu nehmen sind begründete, existente Bedürfnisse. Arbeitsbekleidung wird auf der Straße getragen, die Jeans ist ein klassisches Beispiel für Arbeitsbekleidung die Ein-

zug in die Mode gehalten hat und auch ein großes Comeback erlebt. Viele Tischlerwesten und -hosen werden gerade jetzt von Menschen getragen, die gar keine Ausbildung in dieser Art gemacht haben und dies auch nicht vorhaben zu tun. Workerhosen werden mittlerweile von allen großen Streetwearlabels angeboten. Es wird schon lange mit Funktionalität geliebäugelt.

Das Bedürfnis mich mit Arbeitsbekleidung zu ummanteln ist nicht weit entfernt vom Bedürfnis, welches mich dazu bewegt, mich an eine Maßschneiderei zu wenden. Ein maßgeschneiderter Anzug ist aufwendig, individuell nur für eine Person angefertigt. Die Form des Anzugs hat Tradition. Oder der schon erwähnte Secondhandshop, hier selbstsicher einkaufen zu wollen ohne das Vokabular der Mode zumindest ein wenig zu beherrschen ist aussichtslos.

Dennoch ist Arbeitsbekleidung etwas anderes, wo in der Welt der Bekleidung lässt sie sich lokalisieren?

## Wo ist Arbeitsbekleidung?

Arbeitsbekleidung könnte einem Bedürfnis nach

Kontinuität, Ehrlichkeit und Tradition nachkommen. Die Abwendung von Mode führt zunächst hin zur Tracht, einer Gattung von Kleidung die sich im Gegensatz zur Mode „unwesentlich im kleinen, bis die Zeit reif ist, im Großen (...) verändert.“<sup>9</sup> Tracht ist als ein Gegensatz von Mode relativ konstant. Aber Arbeitsbekleidung ist nicht Tracht.

Als „Rettenweg [...] für die kleine Schar der Vernünftigen“ ergibt sich die „modische“ Erscheinungsform des Typus.<sup>10</sup> Ein Typus ist für Vischer zum Beispiel der Reitermantel. Mit der Beständigkeit einer Tracht ausgerüstet, ist er doch eine Erscheinung der Mode. Ein Reitermantel ist die Arbeitsbekleidung des Reiters, auch für Vischer, hat der Typus doch für ihn die Eigenschaft einer gewissen Zweckmäßigkeit.

Der Unterschied von Typus und Tracht ist vielleicht ähnlich dem Unterschied von Klassik und Archais. Während Tracht relativ unmittelbar sozusagen evolutionär gewachsen ist, ist der Typus z.B. in Form von Arbeitsbekleidung schon bewusst gestaltet worden.

Typus-Bekleidung ist heute populär, denn neben Arbeits- ist zum Beispiel Armeebekleidung omnipräsent: Camouflage militant over all. Nur ist mein Interesse an dieser Art Bekleidung geringfügig, und die Verwertung dieser Inspirationsquelle auch regelrecht überstrapaziert.

## Stereotyp, Typus und Klassiker.

Typus und Klassiker sind verwandt aber nicht das gleiche. Es gibt klassische Formen von Mode, die aber nicht unbedingt an Zweckmäßigkeit gebunden sind. Modeklassiker sind charakterisiert durch die Formensprache einer bestimmten Epoche oder Stilrichtung. Mit ihrem Auftreten, zitiert oder persifliert man oftmals die Haltung dieser oder jener Zeit. Klassiker bestechen durch handwerkliche Perfektion. Das unterscheidet sie von Stereotypen. Ein Stereotyp ist ein ding- oder menschengewordenes Zitat. Qualität ist hier nur eine von vielen Kategorien der Charakterisierung. Ein Stereotyp kann zum Beispiel typisch schlecht gemacht sein.

Dies gilt neben Objekten und Menschen auch für Mode. Ein Stereotyp in der Mode ist ein kaputttes, dreieckiges Sweatshirt. Ein Klassiker ist der Cul de Paris. Ein Typus ist der Reitermantel.

Weil die Mode nach ständiger Neuerung strebt, legt sie dabei Wert auf schon Vorhandenes.

**Gibt es Bekleidung ohne Fashion?**



(3) Elena Esposito, *Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden*, Suhrkamp, Coerverte, (4) Elena Esposito, *Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden*, Suhrkamp 2004, S.166 (5) Thomas Mann, *Gesammelte Werke in 12 Bänden, Band 12*, Stockholm 1960, S.31 (6) Pierre Bourdieu, *Die feinen Unterschiede*, Suhrkamp 1982 (7) Martin Heidegger, *Vom Wesen der Wahrheit*, Frankfurt am Main, Klostermann 1986 S.13 (8) zitiert nach Ernst Behler, *Ironie und literarische Moderne*, Schöningh Verlag, 1997 (9) Vischer, *Theodor Friedrich: Mode und Zynismus zitiert nach Die Listen der Mode*, Herausg. Bovenschen, Silvia, Suhrkamp, Frankfurt am Main 1986 S. 59 (10) Vischer, *Theodor Friedrich: Mode und Zynismus zitiert nach Die Listen der Mode*, Herausg. Bovenschen, Silvia, Suhrkamp, Frankfurt am Main 1986, S. 69

Sie wildert nur allzu gern in vorangegangenen Epochen und Stilen, bedient sich hier, benutzt dort. Die Mode ist sich Ihrer Klassiker und Stereotypen bewusst, stilisiert sie nicht zu Ikonen, sondern feiert immer wieder gerne die eine oder andere Auferstehung. Dabei weiß die Mode um Ihrer subjektiven, weil jetzigen Blickwinkel. Timing ist alles. Und gerade weil mit Mode kommuniziert wird, könnte sie nie ohne Stereotype oder klassische Formen leben. Sie sind das Vokabular des Modedesigners.

#### Mit Arbeit auf Tuchfühlung.

Arbeit ist aber auch an sich eines der Themen unserer Zeit, die Projektion dieses Themas auf Körper an Menschen, ist geradezu logisch. Und hat auch in der Mode als Vorgang an sich Tradition. Menschen möchten mit komplexen Themen, wie der heutigen und zukünftigen Arbeitsmarktsituation, auf Tuchfühlung gehen. Die theoretische Aufarbeitung dieses Themas ist wie ich selbst erfahren habe, gerade als Laie, ungeheuer aufwendig verarbeitet. Der ästhetische und haptische Bezug fällt da zunächst

leichter, sollte aber deswegen nicht herabgesetzt werden, gibt er doch Menschen die Möglichkeit sich zu einem Thema auf einer anderen als auf der argumentativen Ebene zu äußern.

#### Interesse an Inhalten?

In einer meinungsvielfältigen, hoch spezialisierten, ersten Welt verstärkt sich der Eindruck dass Laien zu Laien gemacht werden. Inhalte werden von Spezialisten als zu komplex empfunden, als dass man sie Laien erklären könnte. Ich möchte ja keinem Spezialisten unterstellen

dies bewusst zu tun, doch ich glaube nicht an die einheitlich graue, dumme Masse. Oder ich bin sie selbst, ein Teil dessen. Wir sind sie alle, denn heute bei voranschreitender spezialisierter Individualisierung gibt es keine Universalgenies mehr sondern nur noch Universalamateure.

#### Was ist meine Botschaft?

Arbeitsbekleidung ist zunächst einmal eine solide Basis auf wackeligem Fundament.

# ...Fremdartikel.....

## „Wir sind der neue Kapitalismus“

Dov Charney

Montag, 7. Februar 2005, Süddeutsche Zeitung nr.30 / Seite 15

### **Dov Charney, der Gründer der Modefirma American Apparel, erklärt, warum er seine Mitarbeiter gut behandelt – und trotzdem kein Engel ist.**

Wer heute Mode produziert, muss sie in Fernost fertigen lassen. Muss die billigste Baumwolle verwenden und seine Arbeiter ausbeuten. Oder etwa doch nicht? Eine T-Shirt-Firma aus Los Angeles geht einen anderen Weg. Auf den ersten Blick ist es ein ganz normales T-Shirt. Ein etwas langweiliges sogar. Es hat keinen Aufdruck, nicht einmal unterschiedliche Farben. Nur ein winziges Schildchen hinten im Kragen verrät, warum es dennoch ein besonderes T-Shirt ist. „Sweatshop free“ steht da und dass das T-Shirt statt in einer menschenunwürdigen Schwitzbude in Fernost mitten in Los Angeles gefertigt wurde. Die Firma, die dieses T-Shirt herstellt, heißt American Apparel und hat gerade Läden in Düsseldorf, Frankfurt und Berlin eröffnet. Alle drei bieten die Kollektion der US-Firma an, die vorwiegend aus Baumwollshirts, Unterwäsche und Trainingskleidung besteht. Schlichte, farbenfrohe Kleidung, die nicht nur sauber aussieht, sondern auch sauber produziert wurde. Mit 3500 Mitarbeitern ist das American-Apparel-Werk die größte Textilfabrik in den USA. Die Arbeiter und Arbeiterinnen in dem rosafarbenen Gebäude verdienen im Durchschnitt 13 Dollar pro Stunde, einige von ihnen bis zu 25 Dollar. Der Mindestlohn in Kalifornien, der für viele Menschen dort die einzige realistische Verdienstgröße darstellt, liegt bei 6,25 Dollar. Eine Arbeitskraft in Indonesien bekommt nach Angaben der unabhängigen Gruppe „Sweatshop Watch“ einen Stundenlohn von 24 Cent. Das ist weniger als ein Sechzigstel des Stundenlohns, den American Apparel bezahlt. Zusätzlich zu den guten Gehältern gibt es eine Gesundheits- und Zahnversorgung, kostenlose Sprachkurse und Massagen, Telefonpausen, einen kostenlosen Fahrrad-Service und – nicht selbstverständlich in der Textilbranche – helle und gut belüftete Arbeitsplätze. Ein T-Shirt aus dieser heilen Welt, in der eigentlich nur noch ein Streichorchester und eine Waldlichtung mit Rehkitz fehlen, müsste nach allem, was man bisher über die Textilbranche gelernt hat, mindestens 200 Euro kosten. Dov Charney, der Gründer von American Apparel, verkauft sie für 16 Euro. Die telefonische Frage, wie er das hinbekommt, beantwortet der 35-jährige Firmenchef aus der Badewanne: „Wir machen alles unter demselben Dach“, sagt er und plätschert vernügt mit dem Wasser, „vom Design über die Herstellung bis zu den Fotos und der Werbung. Dadurch sparen wir Transportkosten und haben eine bessere Kontrolle über die Qualität.“ Während andere Firmen Wochen brauchen, um die Produktion in Bangladesch von grünen auf gelbe T-Shirts umzustellen, kann American Apparel innerhalb weniger Tage auf den Markt reagieren, was in der schnelllebigen Modebranche ein immenser Vorteil ist. Außerdem: Zufriedene Arbeiter stellen in kürzerer Zeit bessere T-Shirts her, das ist Doves Überzeugung: „Wir haben die besten Näher der ganzen Industrie“, brüstet er sich. „Wer einmal in unserer Fabrik arbeitet, geht nicht mehr weg. Unsere Arbeiter verbessern ihr Handwerk stattdessen im-

mer weiter – wir sind sozusagen die moderne Version des Gesellenwesens, wie ihr es in Deutschland habt.“ Es gibt eine Warteliste für Jobs in Dov Charneys Fabrik, auf der zeitweise über 1000 Menschen stehen, die für ihn arbeiten wollen. Eine Liebe zu den Shirts Dov Charney, der aussieht wie eine Mischung aus Woody Allen und dem Skandalfotografen Terry Richardson, rattert beim Reden wie eine Nähmaschine. Er behauptet von sich, bereits im Alter von fünf Jahren seinen eigenen Limonadenstand betrieben und mit acht Jahren seine eigene Zeitung veröffentlicht zu haben. Was man dem hibbeligen Mann mit der großen Brille auch durchaus abnimmt. Als die Liebe seines Leben stellten sich aber T-Shirts heraus: Aufgewachsen im kanadischen Montreal, wurde er auf ein Internat im US Staat Connecticut geschickt. Dort deckte er sich vor jeder Heimreise mit den Baumwollshirts der Marke Hanes ein („Das waren die besten, in Kanada nicht zu kriegen“) und verkaufte sie zuhause auf der Straße. Als er später zur Uni ging, überredete er seinen Zimmernachbarn, ihm 2000 Dollar zu leihen, kaufte davon T-Shirts und bedruckte sie mit dem Logo der Uni – und verdiente damit binnen sechs Wochen 4000 Dollar. Nachdem er das Studium abgebrochen hatte, zog Dov Anfang der neunziger Jahre nach South Carolina und arbeitete dort für eine Reihe von Textilherstellern. Während einer Liaison mit einer Stripperin entwarf er gemeinsam mit ihr sein erstes eigenes T-Shirt, das American Apparel auch heute noch herstellt. Als die Textilbranche begann, die Produktion mehr und mehr in Billiglohnländer zu verlegen, verlor auch Dov seinen Job und ging nach Los Angeles, um etwas Neues zu beginnen. 1997 gründete er American Apparel, belieferte mit den hergestellten T-Shirts jedoch zunächst nur Großabnehmer wie die Polizei von New York, die Columbia University oder die amerikanische Biomarktkette Whole Food. Auch heute noch gehen 90 Prozent der T-Shirts, die in dem siebenstöckigen Werk in Downtown Los Angeles hergestellt werden, an Großabnehmer, die sie nach eigenen Wünschen bedrucken. Doch auch auf die Kleidungsstücke, die in den weltweit rund 40 Geschäften verkauft werden, will Dov seine Marke nicht drucken: „Die Zeit, als jeder mit einem riesigen Logo auf der Brust herumlaufen wollte, ist zum Glück vorbei.“ Was das Wichtigste an einem guten T-Shirt ist? Dov hat die Badewanne inzwischen verlassen und ist dabei, sich abzutrocknen: „Die Passform – es muss eng sitzen. Schau dir alte iphop-Fotos an, da trägt niemand dieses Schlabberzeug. Außerdem muss das Material gut sein, feines Gewebe aus hochwertiger Baumwolle.“ 20 Prozent der American-Apparel-Produktion werden inzwischen aus Baumwolle hergestellt, die ohne chemische Pestizide gezüchtet wird. In den nächsten vier Jahren will die Firma den Anteil auf 80 Prozent erhöhen. American Apparel hat fünfmal in Folge seinen Jahresumsatz verdoppelt, 2003 lag er bei 83

(Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 19)

18

(Fortsetzung von Seite 18)

Millionen Dollar. Doch die wahre Leistung liegt woanders: Der Firma ist es gelungen, das tief gespaltene Amerika zu einen – ihm ein eng sitzendes T-Shirt überzuziehen. Die konservative Rechte findet Dov Charney gut, weil er dem Standort USA die Treue hält und Arbeitsplätze sichert, die liberale Linke mag ihn, weil er die Arbeiter fair behandelt und die Umwelt schont. Dov Charney, der schon Vorträge an der Business School von Harvard und vor der UNO gehalten hat, distanziert sich von beiden: „Die einen fahren auf uns ab, weil sie merken, dass Kapitalismus auch sozial sein kann, die anderen finden uns geil, weil wir bewiesen habe, dass man mit Menschlichkeit auch Geld verdienen kann“, lästert er gut gelaunt. „Wir brauchen weder die einen noch die anderen – wir starten etwas ganz Neues, wir sind der neue Kapitalismus. Kapitalismus, der funktioniert.“ Keine neuen Mauern Auch die seit dem 1. Januar dieses Jahres gefallenen Importquoten, die es zum Beispiel China nun erlauben, so viele Textilien in die USA oder die EU zu liefern, wie es will, machen Dov Charney Keine Angst. „Natürlich bin ich niemand, der seine Konkurrenten liebt. Tief in mir drin will ich natürlich jede dieser Fabriken niederbrennen“, kichert der Kanadier in sein Telefon. Dann wird er ernst: „Ich glaube an den freien Handel. Wir können es auch mit China aufnehmen, davon bin ich überzeugt. Ich halte nichts davon, in Berlin eine Mauer niederzureißen und eine neue um die westliche Welt herum aufzubauen. Der Markt wird es richten.“ Auch was den Arbeitsmarkt anbelangt, vertraut Dov Charney auf die Kraft des Marktes: „Jedes Jahr kommen drei Millionen Menschen illegal in die USA. Das wird die Gesellschaft der Zukunft sein, und die konservativen Politiker, die das nicht wahrhaben wollen und versuchen, mit höheren Grenzzäunen dagegen anzukämpfen, Werden sich noch wundern.“ In einer fairen Welt, wie Dov Charney sie sich wünscht, dürfen nicht nur Amerikaner oder Europäer in die Dritte Welt gehen, um dort Geschäfte zu machen. Es muss auch umgekehrt erlaubt sein: „Wenn ein Pakistani ein Café in Disneyland oder auf dem Kudamm eröffnen

will, hat er es ungleich schwerer als die westliche Franchise-Kette, die in seiner Heimat alles mit ihren Filialen zupflastert. Das ist nicht gerecht.“ Seine neoliberale Haltung hat dem Firmengründer die Kritik der Gewerkschaften eingebracht, die klagen, American Apparel würde sie blockieren. Das ist ausgemachter Blödsinn“, ereifert sich Dov, während er nach draußen auf die morgendlichen Straßen seines Stadtteils Echo Park tritt. „Jedem unserer Mitarbeiter steht es frei, sich gewerkschaftlich zu organisieren. Es wäre strafbar, das zu verhindern. Aber niemand will in die Gewerkschaft, weil sie unseren Arbeitern nichts zu bieten hat.“ Jetzt gerät der schwächliche Unternehmer so richtig in Fahrt. In einer flammenden Rede, die von der im Jahr 1217 verfassten Magna Carta bis zu den Wahlen von Saddam Hussein reicht (und auf dem Weg dorthin so manche Steilkurve nimmt), erklärt Dov das System der Gewerkschaften für überholt, die nichts weiter täten, als Belegschaft und Firmen gegeneinander auszuspielen. Sein zweites großes Feindbild: die politisch korrekte Linke. Dort stößt die Firma bisweilen auf Ablehnung, weil Dov seine neuen Entwürfe oft in einer Stripbar nahe der Fabrik testet, und weil in den Anzeigen der Firma deutlich häufiger Mitarbeiterinnen in Unterwäsche als Mitarbeiter in Trainingsjacken zu sehen sind. „Einige Leute werfen uns vor, wir würden unsere Kleidung zu stark über Sex vermarkten. Ich würde eher sagen, wir feiern den Sex, weil er etwas Wunderbares ist. Wenn zwei erwachsene Menschen etwas tun, was beiden Freude bereitet, verstehe ich nicht, wie man sich darüber aufregen und gleichzeitig zu ausbeuterischer Kinderarbeit schweigen kann.“ Den Siegeszug von American Apparel scheinen derzeit weder Gewerkschaftsfunktionäre noch Sittenwächter aufhalten zu können: Noch in diesem Jahr will American Apparel drei weitere Läden in Berlin eröffnen. „Es ist eine Stadt, in der viele junge Leute ihr eigenes Ding machen, und die noch nicht von großen Unternehmen gekapert wurde“, erklärt der Mann der 1000 Shirts begeistert. „Es ist eine Stadt, die genau richtig ist für uns.“ christoph-koch.

# Blick zurück – ins Glück?

von Anke Schipp

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 2. Mai 2004, Nr. 18, S.60

## Die Retro-Welle in der Mode ebbt nicht ab. In dieser Saison werden die fünfziger Jahre recycelt. Reine Nostalgie? Oder fällt den Designern nichts mehr ein?

Vor vierzig Jahren hat man sich die Mode des neuen Millenniums so vorgestellt: Frauen tragen bequeme Synthetikanzüge, Kleider aus Metallplatten oder Plastikringen, wie in der futuristischen Mode von Paco Rabanne und Andre Courreges. Auch die Arbeitskleidung der Enterprise-Crew war funktional und androgyn, klare Schnitte, belastbare Stoffe. Die Zukunft von damals ist heute Gegenwart – und hat sich als modische Fehlprognose erwiesen: Frauen sehen im Sommer 2004 nicht so aus, als hätten sie vor, ein Raumschiff zu navigieren, eher erwarten sie die Nachbarin zur Teestunde. Sie tragen ausgestellte Röcke und Ballerinas, schnüren ihre Wespentailen, knoten sich kecke Nikitücher um den Hals. Seit neuestem treten auch die Stewardessen von British Airways proper und sau-ber mit Käppchen und Bleistift-Röcken auf, in nostalgischen Uniformen, entworfen vom englischen Designer Julien Macdonald.

Mehr Vergangenheit war nie. Die Wiederkehr der fünfziger Jahre ist der vorläufige Höhepunkt der Retro-Welle, die seit einigen Saisons die Mode bestimmt. Nachdem die sechziger, siebziger und achtziger Jahre durchdekliniert worden sind, hat man sich jetzt das bravste Jahrzehnt der Nachkriegszeit vorgenommen. Woran liegt es aber, dass das neue Millennium, das in der Phantasie Stoff für Science-Fiction-Filme und futuristische Mode war, so sehr in der Vergangenheit verharrt?

Das neue Millennium ist alles andere als futuristisch. Bislang ist es nur Wiederholung.

Es gibt die üblichen Argumente, nach denen die Gesellschaft in schlechten Zeiten reflexartig nostalgisch wird und sich besserer Zeiten erinnert – als Flucht vor der Realität. Dafür eignen sich die fünfziger Jahre bestens: Sie standen für Aufbruch und werden besonders in Amerika bis heute als ein Jahrzehnt der Glückseligkeit verklärt. „Retro ist die Suche nach Authentizität“, sagt der englische Wirtschaftswissenschaftler David Boyle.

Aber ist es wirklich so, daß die Mode diesem Lebensgefühl ein-fach nur das passende Outfit verleiht? Oder kaschiert sie nicht eher damit ihre eigene Krise? Tatsächlich hat die Branche Schwierigkeiten, sich im neuen Jahrhundert zu definieren. Das vergangene war modisch turbulent und hat die Bekleidungsgrenzen durch Tabubrüche und Konzept-Design ausgelotet. Was soll da noch kommen? Dass man nun erstmal rekapituliert, was die Vergangenheit ausgemacht hat, ist ein riskoloser Weg, sicheres Terrain. So gesehen, könnte der Retro-Style vielleicht nur die Warte-schleife sein, bevor ein neuer Diskurs beginnt: eine ausgedehnte Abschiedsvorstellung, sozusagen.

Der Retro-Style – vielleicht nur die Warteschleife, bevor ein neuer Diskurs beginnt?

Das alte Jahrhundert brauchte allerdings nur drei Jahre, um eine modische Revolution zu präsentieren: Der Franzose Paul Poiret brachte damals den „Konfuziusmantel“ heraus – gerade und weit geschnitten, ohne, wie bis dahin üblich, die Taille zu betonen. Drei Jahre später führte er das Kleid ohne Korsett ein und ließ die festgeschnürten Frauen der Belle Epoque aufatmen. Im Vergleich dazu hat das 21. Jahrhundert einen schlappen Start hingelegt und schon fast die Hälfte der ersten Dekade verdrödel. Was wird man später über sie sagen? Das Jahrzehnt der Medleys? Dröge Vergangenheitsbewältigung?

Fragt man die, die den Gang der Modegeschichte bestimmen, spürt man Ratlosigkeit. Vorläufig hat man sich auf den abstrakten Begriff der „modernen Eleganz geeinigt. Miuccia Prada möchte den Frauen nun endlich die „Schönheit zurück-geben“, als wären sie in den vergangenen Jahrzehnten in Sack und Asche gegangen. Modemagazine sprechen vom „So pretty!“-Stil. Nur einer ist ehrlich und wagt zu sagen, dass nach den Neunzigern nun eine langweiligere Epoche begonnen hat: Karl Lagerfeld.

(Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 20)

19

(Fortsetzung von Seite 19)

Abstraten muss man davor, das Thema mit Paco Rabanne zu besprechen. Der baskische Designer gehörte in den sechziger Jahren zu den Futuristen. Da er aber seitdem nichts anderes gemacht hat, als sich selbst zu zitieren und seine Metallkleidchen zu variieren, müsste er eigentlich Retro-Experte sein. Spricht man ihn aber auf die Vergangenheit an, die er selbst konserviert, wird der kleine Mann puterrot, springt auf und fuchtelt wild mit den Armen in der Luft: „Ich will nicht über die Vergangenheit reden. Die ist uninteressant!“ Warum? „Mode ist Gegenwart und Zukunft.“ Leider eskaliert dann das Gespräch derart, dass man ihn nicht mehr fragen kann, was eigentlich an seinen Kollektionen, die mittlerweile eine junge Designerin in schöner Stiltreue verantwortet, Zukunft sei.

Retro – ein Thema, das offensichtlich Emotionen freisetzt. Malcolm McLaren, auch ein Mann mit Vergangenheit, weil er in den siebziger Jahren mit Vivienne Westwood den Punk zur Mode machte, bekommt einen furchtbar traurigen Gesichtsausdruck, wenn er auf das Heute angesprochen wird. „Seher Sie irgendwo die Mode des 21. Jahrhunderts? Dieses ganze Recyclein alter Dinge zeigt doch nur, dass es keinen Standpunkt, keine Visionen mehr gibt. Das ist in der Kunst genauso wie in der Mode. Wir haben nichts mehr mitzuteilen.“

Fatalistisch fragt die „New York Times“ deshalb, ob Mode überhaupt noch cool ist – und liefert ausschließlich Experten, die das verneinen. „Es gibt keine Vorwärts-Bewegung, genau wie in der Musik“, sagt der

Filmemacher John Waters. Coolness sei früher darüber definiert worden, dass man etwas machte, was der vorangegangenen Generation – also den Eltern – auf die Nerven ging. Wer aber kann ernsthaft behaupten, mit der Fifties-Mode Entsetzen hervorzurufen? Und selbst wenn ein Entertainer eine Außenseiter-Haltung postuliere, sagt die Designerin Anna Sui, sei das kein „Ausdruck von Rebellion, sondern das Ergebnis sorgfältiger Marktanalyse“.

Offensichtlich sind Schock, Provokation, Coolness oder Zurschaustellung nackter Haut keine Kategorien der Mode mehr. Mit der Fünfziger-Jahre-Mode verwerfe man, gelangweilt von der Freiheit und Zügellosigkeit der vergangenen Jahre, die Nacktheit und kruden Sex zugunsten von etwas Strukturiertem, sagt der englische Modekritiker Colin McDowell in der „Neuen Zürcher Zeitung“. Ist das alles, was man über die erste Dekade des 21. Jahrhunderts sagen kann? Nicht mehr als eine Reaktion? Ein neuer Konservatismus, der die dekadente und kühle Haltung der Gucci-Ära ablöst?

Sechs Jahre haben Designer noch Zeit, um aus diesem Jahrzehnt etwas zu machen und bei den nachfolgenden Generationen bleibenden Eindruck zu hinterlassen. Dabei geht es auch um ihre eigene Position. Designer, die alte Themen und abgetragene Stoffe neu arrangieren, sind keine Modeschöpfer mehr, sondern Handwerker. Vergleichbar den Diskjockeys, die sich in den neunziger Jahren um Kopf und Kragen gesampelt haben und jetzt in Vergessenheit geraten sind.

# Die Armen sind die Avantgarde

von Georg Diez.

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 6. März 2005, Nr. 9, Seite 25

Wenn die Frau aufblickt, dann sieht sie einen Raum mit grauem Teppich, Neonlicht und ein paar blinkenden Automaten. (...) (Aber) Sie blickt nicht auf, wenn sie Geld verliert. Und sie blickt nicht auf, wenn sie Geld gewinnt.

Sie blickt nicht mal auf, als sie geht.

Sie verschwindet einfach, der Stuhl steht da, als wäre sie nie hier gewesen. Sie ist die unsichtbare Frau, sie ist aus der unsichtbaren Schicht, sie war unsichtbar, sogar als sie da war. Sie ist die Frau aus der Unterschicht.

All die Jahre ist sie unsichtbar gewesen, all die Jahre, in denen es Deutschland erst immer besser ging und dann nicht mehr ganz so gut und schließlich deutlich weniger gut – aber so schlecht wie heute, schreit es einen dauernd an, so schlecht ging es uns schon lange nicht mehr. Anfang der Woche kam die Nachricht aus Nürnberg, und seitdem ist die Angst eine Zahl: 5,2, fünfkomma-zwei.

Und auf einmal ist da wieder jemand.

Die Frau, die vor der Plastikkuppel sitzt, unter der sich das Rouletterad dreht. Der junge Mann, der sein Arbeitslosengeld sofort ins Tattoostudio trägt. Die Frau von dreißig Jahren, die die Treppe zum Sonnenstudio hochsteigt, blass wie sie ist. Der Mann, der um elf Uhr vormittags sein drittes Pils trinkt und dafür recht elegant die Bowlingkugel auf die Bahn bringt. Sie alle sind da, auf einmal und wie abgesprochen, in den Zeitungen, in der Politik und im Soziologieseminar von Paul Nolte oder Harald Schmidt.

**Tattoos für Angestellte.** Sie sind die Unterschicht, und wer wissen will, wohin sich dieses Land entwickelt, der sollte ernst nehmen, was diese Schicht bewegt.

Der sollte sich dafür interessieren, welche Musik sie hören und wann sie zuletzt ein Buch gelesen haben und welches Handy sie besitzen und wie lange sie im Internet surfen und welche Fernsehprogramme sie sehen. Der sollte mit ihnen zum Einkaufen gehen und sich an Tankstellen treffen und in der Küche sitzen. Der sollte die Kultur der Unterschicht kennen.

Denn, seltsames Paradox des kulturellen Austauschs: Während die Unterschicht gesellschaftlich, politisch, ökonomisch immer unsichtbarer wurde und langsam verschwand, war sie ästhetisch immer vorhanden, wurde sie in den letzten Jahren sogar noch präsenter, wird sie das nächste Jahrzehnt bestimmen. Nicht nur durch das, was Harald Schmidt „Unterschichtenfernsehen“ nannte. Sondern durch Bildwelten, Sprachveränderungen, Mediennutzung, Körperkult, Zeitvertreib. Durch eine kulturelle Praxis, die das vorwegnimmt, was die Gesellschaft in ein paar Jahren bewegen wird.

Es ist dieser in der Kultur des 20. Jahrhunderts immer wieder zu beobachtende Kreislauf, bei dem sich die Mehrheitskultur ihre Inspiration, ihre Kraft, ihre Neudefinition genau bei denen sucht, die sie sonst nicht sehen will. Mit anderen Worten: Was die Unterschicht heute denkt und tut, das erreicht morgen die Mittelschicht. Das einfachste Beispiel dafür ist das mit den Tattoos.

Ein Vormittag in Neukölln, an der Grenze zu Kreuzberg. Melanie ist 32 (...) „Früher“, sagt sie, „sind die Proleten gekommen.“ Heute kommen die Hausfrauen, die Bankangestellten, die Krankenschwestern.

„Vor zwanzig Jahren“, sagt sie, „war das noch Hafentradition.“ Heute ist es Kunst am Körper.

Seit etwas mehr als einem Jahr führt Melanie ihre eigene Tätowierstube (...) „Früher war Tätowieren vielleicht mal asozial“, sagt Melanie, die viel zu stolz ist, auf das, was sie geschafft hat, als dass es sie interessieren würde, ob Feuilletonisten sie als White Trash bezeichnen.

**Die Kunst am Körper.** Diese Körperkultur, wie sie Melanie praktiziert, ist ein fast schon klassisches Beispiel für die ästhetische Durchlässigkeit zwischen Unterschicht und Mittelschicht. Das ist bei den Sonnenstudios so, das ist bei den Fitness-Studios so, das ist letztlich auch bei Spike so, dem Go-Go-Tänzer in der Diskothek „Palace“ in Wedding, der eigentlich Steuerangestellter gelernt hat und jetzt im String-Tanga tanzt oder sich im Separee für vier Strip-Dollar auszieht - diese Fixierung auf den Körper als kulturelle Praxis ist auch im Rest der Gesellschaft schon so selbstverständlich geworden, dass gar nicht mehr deutlich ist, wo sie eigentlich herkommt.

Schwieriger ist es mit einem anderen Faktor, der immer stärker ins Bewusstsein der Unterschichtenkultur drängt: mit der Zeit und, damit verbunden, der Einsamkeit. „Papa, warum bist du den ganzen Tag zu Hause?“ hat am Mittwoch der 20jährige Markus seinen Vater gefragt, in der „Bild“, auf der ersten Seite, ganz groß und ganz traurig. (...)

Wenn man davon ausgeht, dass in der bürgerlichen Kultur die Zeit gefasst wird, gerafft, gebündelt, dann geht es in der unterbürgerlichen Kultur geradezu darum, die Zeit zu vernichten. Die Mittelschicht kennt vielleicht die Angst. Die Unterschicht lebt mit den Konsequenzen.

Und die Veränderungen sind rasant. Die Auflösung ganzer Milieuförmungen sieht etwa Wolfgang Kaschuba, Professor für Europäische Ethnologie an der Berliner Humboldt-Universität. Er spricht von der Individualisierung, die die Unterschicht besonders hart trifft, weil mit dem Verschwinden der klassischen Organisationsformen wie Verein oder Arbeit das Wir-Gefühl verloren geht. Ein Drittel der Gesellschaft zählt er zur Unterschicht, nach Kriterien wie Arbeitslosigkeit, Bildung, Einkommen, Milieu. Es gibt immer weniger kinderreiche Unterschichtsfamilien, es gibt mehr Singles, mehr Getrennte. Die Vereinzelung führt zu neuen Formen der Organisation, von der Wiederkehr der Eckkneipe, in der sie die Bundesliga auf „Premiere“ zeigen, bis zur Tankstelle, die vor allem in ländlichen Gegenden eine Mischung aus Jugendtreff, Disco und Kneipe ist. Das wichtigste Feld der kulturellen Selbstdefinition dieser Schicht allerdings, sagt Kaschuba, das ist ganz klar das Shopping.

**Entfremdung wovon?** Und was Shopping unter den Bedingungen sinkender Wirtschaftskraft bedeutet, das kann man zum Beispiel in den Gropius-Passagen in Neukölln beobachten, Berlins größtem Einkaufszentrum. (...) Falsche Musik und falsche Natur. Früher hätte man gesagt: Entfremdet. Heute kann man fragen: Wovon?

Hier gibt es zwei riesige Elektromärkte, weil es ohne Dolby-Surround-System eben gar nicht mehr geht; hier verkaufen sie Fernseher, für die sich ganze Familien verschulden; (...) hier wird Shopping als eine kulturelle Disziplin definiert, wie man Zeit verbringen kann, sogar ohne etwas zu kaufen. Shopping, wie es hier praktiziert wird, fasst den Kon-

(Lesen Sie die Fortsetzung auf Seite 21)

20

(Fortsetzung von Seite 20)

sum als etwas auf, das wesentlich zum Selbstbild beitragen kann. Shopping kann aber auch heißen, dass man nur dabei ist, wenn andere kaufen.

Wie weit diese konsumistische Kulturdefinition geht, die die Mittelschichten noch nicht mit voller Härte erreicht hat, das sieht man daran, dass die Bewohner der umliegenden Hochhäuser auf die Frage nach ihrem Lieblingsort im Viertel recht häufig den eigenen Balkon nannten, aber auch die identitätsstiftenden Wandelhallen der Gropius-Passagen.

**Nichts. Gar nichts.** So ist das mit Tassilo. Und in diesem Punkt sieht man, wer mit welchem Blick auf dieses Phänomen blickt. Da gibt es jemanden wie den Philologen Norbert Dittmar von der Freien Universität Berlin, der in einer Studie belegen will, dass die sprachlichen Fähigkeiten der Unterschichten seit den siebziger Jahren zurückgegangen seien. Wenn Professor Dittmar ihn besuchen würde in der engen Wohnung in Wedding, wo seine Mutter wohnt und die beiden Katzen, dann würde er wohl einen dicken, blassen Jungen von zwanzig Jahren sehen, für Dittmar Zeichen der Unterschicht, die in Gestik und Mimik weitgehend undifferenziert ist und deren Körpersprache oft glatte Ablehnung ausdrückt. Tassilo hält die Arme eine ganze Stunde vor der Brust verschränkt, und auf die Frage, was er macht, sagt er „gar nix“.

Für den Professorenkollegen Kaschuba allerdings wäre Tassilo ein gutes Beispiel dafür, wie abgekoppelt, aber auch adaptionsfähig diese Schicht tatsächlich ist. Tassilo geht praktisch nie aus dem Haus, er schaut kein Fernsehen, er hat noch nie ein Buch zu Ende gelesen, er kauft sich keine Musik, er geht nicht ins Kino. Er lebt im Internet. Er lädt sich alles herunter, die Musik, die er hört, Hip-Hop, Trance und Andrea Bocelli, die Kinofilme, die er schaut, zuletzt „Meine Frau, meine Schwiegermutter und ich“. Und vor ihm auf dem Tisch liegt ein Nokia-Handy für 450 Euro.

Das Telefon braucht er im Grunde nicht, er kommuniziert nur über das Internet. Er verdient auch ein bißchen Geld im Internet, indem er Webspaces vermietet. Er liest viel, sagt er, zusammengenommen sind die ganzen Web-sites in einem Jahr wohl soviel wie hundert Bücher. „Ich versuche mir da, eine Existenz aufzubauen“, sagt er. Eine unsichtbare Existenz, unsichtbar wie die Frau vor dem Spielautomaten, unsichtbar wie der Mann in der Bowlingbahn, unsichtbar wie die Frau im Sonnenstudio, unsichtbar wie der Mann im Tattoo-Studio.

„Die junge Unterschicht“, sagt Wolfgang Kaschuba, „ist dabei, sich ganz eigene Kompetenzen anzueignen durch den Umgang mit der Technik.“ Es ist eine zutiefst verunsicherte Schicht, die sich in solchen Momenten zeigt, eine Schicht, die uns stark prägen wird. Man kann fast sagen, daß die Unterschicht eine Avantgarde ist. Sie zeigen uns, wie viele von uns in Zukunft leben werden.

# Sehnsucht nach Sicherheit

Wolfgang Joop über den Retro-Style.

Frankfurter Allgemeine Sonntagszeitung, 2. Mai 2004, Nr. 18

**FAZ:** Warum sind ausgerechnet die fünfziger Jahre wieder modern?

Wolfgang Joop: Das Lebensgefühl von damals ähnelt unserem heutigen: Das hat mit unserer latenten Lebensangst zu tun. In den Fünfzigern schien die Welt wieder in Ordnung, vorherrschend war der Glaube an eine rosige Zukunft. Da war die Frau die Frau, und der Mann war der Mann. Eine klare Rollenverteilung.

**FAZ:** Aber das ist doch heute anders?

**W.J.:** Heute gibt es Crossdressing und Metrosexualität und andere seltsame Schlagworte. Mir war aber immer klar, dass das nur Nischenphänomene sind, die in Wirklichkeit nicht der Gesellschaft entsprechen.

**FAZ:** Die mag es jetzt lieber konservativ?

**W.J.:** Ja, es gibt einen Hang zum Konservatismus. Vielleicht entspringen aus der Angst der Bourgeoisie, dass die alte Ordnung zerstört wird. Aber in der Mode ist das weniger tiefgründig, als man denkt. Mode muss sich nicht mit der Wirklichkeit auseinandersetzen, sie spielt mit den Elementen. Natürlich spürt sie Ängste und Sehnsüchte, manchmal sogar sehr früh, aber sie kann sie oft nicht erklären und schon gar nicht ändern.

**FAZ:** W as wird man später über die erste Dekade des neuen Millenniums sagen?

**W.J.:** Im Moment muss man sagen: Es ist nichts Neues passiert. Wenn etwas Neues in der Mode oder in der Musik kommt, hat das immer mit einer allgemeinen sozialen Veränderung zu tun. Und die hat bislang nicht stattgefunden.

**FAZ:** Das ist alles?

**W.J.:** Na ja, es gibt einen Handtaschen- und Schuhboom. Das Item des neuen Millenniums ist das Accessoire. Das sieht man bei Louis Vuitton, der Marke, die ihre klassischen Taschen überaus erfolgreich verkauft, sie aber auch verfremden lässt, also Tradition und modische Dekoration miteinander kombiniert.

**FAZ:** Und welche Rolle spielt heute der Designer?

**W.J.:** Keine besondere. Designer sind out, Marken sind in. Es können auch Billigmarken sein. Sie dürfen nur nicht durch die Vita eines Designers gefährdet sein. In den neunziger Jahren war man vom Schicksal des Designers abhängig. Heute sind Marken erfolgreich, bei denen man nicht mehr genau weiß, wer eigentlich dahintersteckt.

ipp.



2  
1

## Impressum

Hiermit erkläre ich, die vorliegende Arbeit eigenständig und nur unter Verwendung der angegebenen Quellen erarbeitet zu haben.

Schriftlicher Teil der Diplomarbeit von  
**Bianca Koczan**

Fachbereich  
**Mode**

Studienjahr  
**2004 / 05**

Layout: Karoline Rigaud <rigaud@gmx.de>

Fotos: Seiten 1, 5, 17 und 22 von Sebastião Salgado; Seiten 10 und 11 von August Sander; Seite 15 aus dem Buch „Chinesische Propaganda Posters“, Taschen, Oktober 2003

Zeichnungen: Seiten 2, 4 und 16 von Bianca Koczan; Seiten 12 bis 15 von Joachim Unterfragner; Seite 3 aus dem Buch „Chinesische Propaganda Posters“, Taschen, Oktober 2003

Bianca Koczan

