

Entwurf – Mode

Version 1

Juliane Kanitz

16. Juli 2013

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Definition Mode	1
2.1	Was ist Kleidermode?	2
2.2	Kleidermode ist gleichzeitig soziale Handlung...	4
2.3	... und Kunst	4
3	Modeproduktion und Moderne	5
3.1	Besonderheiten der Modeproduktion	7
3.2	Der Antrieb der Mode	8
3.3	Die Codierungen der Kleidermode in der Moderne	9
4	Mode und der natürliche Körper	11
4.1	Mode und Geschlecht	12
4.2	Normative “westliche” Weiblichkeit im Modebild	13
5	Muslimische Mode als Gestaltung des Raums	15
5.1	Raum, Architektur und Intersektionalität	18
6	Zusammenfassung: Mode und Islam	19

Todo list



1 Einleitung

Mode gilt als genuin weiblicher Bereich, wird einmal von Zeitschriftenverlegern, hochgelobten Designern und Industriebossen abgesehen. Darum ist das Thema Mode prädestiniert dafür, auch ein feministisches Thema zu sein. (McRobbie 1999, S. 41) Der allgemeine und speziell der feministische Research dazu erstreckt sich allerdings vor allem über zwei Bereiche: zum Einen die materielle Seite der oft ausbeuterischen Produktion, was eine sehr politische Sichtweise darstellt. Die meisten Designer können damit aber nicht viel anfangen, da sie sich oft als apolitisch sehen. (ebd., S. 28) Zum Anderen wird vor allem die kulturtheoretische Seite der Repräsentation nach dem Verkauf der vestimentären Objekte betrachtet. Auch hier besteht das Problem, dass die Forschung für die meisten Designer zu sozialwissenschaftlich ist, weshalb die einzige scholastische Vermittlung von Mode in der Regel den Journalisten zukommt. (ebd., S. 18) Das Ziel vestimentärer Forschung sollte es darum sein, beide Bereiche zu vereinen. (ebd., S. 32)

Das folgende Kapitel betrachtet Mode aus einer sehr ungewöhnlichen Perspektive: Die der Migrationsforschung. Ich werde im Folgenden zunächst das Wort Mode definitorisch eingrenzen und mich dabei um eine präzisere Wortwahl bemühen, als derzeit zur Verfügung steht. Ich werde auf die Besonderheiten der Produktion von Mode ebenso eingehen, wie auf ihre Bedeutung für das Geschlechterverhältnis und für die gestaltende Wirkung im Raum. Dabei werde ich kontinuierlich die Sichtweise von muslimischen Frauen in Deutschland mit berücksichtigen.

In der Frage danach, wie Bedeutung von Hijab-Mode produziert wird, geht es mir zunächst nicht darum, die tatsächlichen Herstellungswege von Mode nachzuzeichnen, sondern überhaupt erst einmal deutlich zu machen, wie mit Mode Bedeutung generiert wird, um eine theoretische Grundlage zu haben zu zeigen, wie Musliminnen die Sichtbarmachung ihrer Identitätskonstruktionen gestalten.

2 Definition Mode

Es ist schwer, eine allgemeine Definition von Mode zu formulieren, da viele der definierenden Merkmale von Mode auch auf andere Dinge zutreffen, die für viele nicht als Mode zu verstehen sind, wie zum Beispiel Symbole und Instrumente. Dazu gehören Hochzeitsringe, Gedenkmünzen oder Uniformen. (Svendsen 2006, S. 15) Aber dies kann nicht als generelle Regel gelten: Der Verlobungsring, den Brad Pitt Angelina Jolie schenkte, fand innerhalb von kürzester Zeit so viele Nachahmer, dass in den Artikeln zu dem Thema durchaus von einer Modewelle gesprochen wurde. Auch wiesen die Beinschnitte von Polizeiuniformen, wie sie in Filmen aus den 1970er Jahren betrachtet werden können, einen beträchtlichen Schlag auf, während sie in den 1980ern wieder auffällig gerade geschnitten waren, was den jeweiligen Moden sehr entsprach. Beide Beispiele zeigen, dass auch Hochzeitsringe und Uniformen Moden unterworfen oder gar Bestandteil einer Mode sein und nicht einfach von einer Definition ausgeschlossen werden können. Aber auch sehr praktische Gegenstände können Teil einer Modewelle werden.

So werden z.B. Regenjacken von Barnard (2002, S. 165) als Mode-Objekt ausgeschlossen. Aber schaut man sich die Filialen der "Jack Wolfskin"- Jacken der letzten Jahre an, wird auch hier deutlich, dass selbst ungewöhnliche Objekte Teil einer Modewelle sein können.

Es soll darum zunächst einmal festgehalten werden, dass Mode nicht nur Kleidung, sondern alle Bereiche der Konsumtion. Moden sind da von Bedeutung, wo Geschmack, Vorstellungen davon, was schön oder angemessen ist, eine Rolle spielt. Das betrifft natürlich Kleidung, aber auch Möbel, Musik, Poesie oder Architektur. (Svendsen 2006, S. 10-12) Da es in dieser Dissertation um Kleidermode geht, werde ich diese im Folgenden genauer definieren.

2.1 Was ist Kleidermode?

In der Frage, was Kleidung ist und wie sie zu Mode wird, werde ich aus der häufig gebrauchten Definition von Flügel (1986) zur Kleidung zitieren, deren Aussagegehalt ich bis heute als gültig betrachte.

Nach Flügel (ebd.) verfügt Kleidung, entsprechend dem funktionalistischen Paradigma seiner Zeit, über drei Funktionen: Erstens der reale Schutz vor äußerlichen Einflüssen, wie dem Wetter oder Verletzungen. Zweitens der soziale Schutz vor moralischen Gefahren bzw. die Bedeckung aus Gründen der Scham. Drittens diene Kleidung zur Kennzeichnung und zur Kommunikation. Dieser Aufzählung mag als Grundlage dienen, jedoch fehlt ihr eine Funktion, die ich noch hinzufügen möchte, nämlich die der Formung und Erweiterung des Körpers, zum Beispiel durch Absätze, Hüte, Taschen etc. Meist wird Mode mit der dritten Funktion von Kleidung assoziiert, doch nicht nur die kennzeichnende und kommunikative Funktion ist Moden unterworfen, auch die anderen Funktionen werden je nach Zeitgeist unterschiedlich ausgelegt. Vor was ein Mensch Schutz braucht, welche Schamgrenzen gelten oder welche Form der Körper zu haben hat, kann sich durchaus auch kurzfristig ändern.

Im nächsten Schritt zum Verständnis von der geschichtlichen Betrachtung von Mode, kann Roland Barthes (1983) nachvollzogen werden. Nach seiner strukturalistisch geprägten Ansicht ist Kleidung nur die materielle Basis von Kleidermode, während Mode selbst ein kulturelles System von Bedeutungen darstellt. Einzelne Modestücke sind laut Barthes dreidimensional: Das reale Kleidungsstück, also das materielle Objekt, das repräsentierte Kleidungsstück, wie es in Modemagazinen und ähnlichem abgebildet und vor allem beschrieben wird sowie das benutzte Kleidungsstück, welches auf der Straße getragen wird. (Svendsen 2006, S. 66) Das Modesystem bezeichnet nach Barthes die Gesamtheit der sozial relevanten Aktivitäten, die notwendig sind, damit Kleidermode existieren kann. Dazu gehören die Entwürfe der Designer ebenso, wie die letztendliche Zusammenstellung der Ensembles durch die Konsumenten. Außerdem ist Teil des Modesystems die Produktion, die Vermarktung sowie die Beschreibung und Abbildung in Modemagazinen. (Lehnert 2012b) Dabei wurde lange darüber geurteilt, wo Mode entsteht, und ob Kleidung erst durch ihren modischen Gebrauch zur Mode wird. Laut Barthes zum Beispiel entsteht Mode in der Metasprache von Zeitschriften, welche die Bilder kommentieren und die Modeobjekte mit Ideen und Konzepten

verbinden. (Rohr 2012, S. 72) Diese Vorstellung birgt einen gewissen Reiz, da die Mode von Musliminnen in Deutschland deutlich unter der herrschenden Sprachlosigkeit in Bezug auf ihre Kleidung leidet, die sich erst seit dem Aufkommen der ersten muslimischen Modeblogs langsam aufzulösen beginnt.

Nach diesen Ausführungen möchte ich mich an einer Definition von Mode versuchen. Laut Anne Hollander (1993) kann als Kleidermode das gesamte Spektrum Aufmerksamkeit erregender Kleidung verstanden werden. Angefangen mit der Haute Couture¹ bis zu allen möglichen Formen von Anti-Fashion, also der Verweigerung von Mode, mit all ihren Kennzeichnungen und Ausschmückungen derer, die vorgeben, nicht an Mode interessiert zu sein. (Svendsen 2006, S. 13) Grob können drei Arten von Kleidermode unterschieden werden: da wäre zunächst die Luxuskleidung, zu denen vor allem die Maßkleidung zählt, darunter auch die Haute Couture. Die zweite Sorte von Mode ist die industriell gefertigte Kleidung, die vom teuren Designeroutfit bis zu den preiswerten Ketten reichen kann, sowie die Straßenkleidung, die insbesondere von kleineren gesellschaftlichen Gruppen umgesetzt wird. Diese drei Arten gehen nahtlos ineinander über und vermischen sich.

Dabei wird, was als modisch zu betrachten ist, schon lang nicht mehr nur von der Haute Couture bestimmt. Vielmehr existiert laut Aussage des Modekonzerns *Chanel* Kleidermode nur insofern, als dass sie Spuren auf der Straße hinterlässt. (ebd., S. 102) Diese Aussage beantwortet im übrigen auch die weiter oben aufgeworfene Frage nach dem Entstehungsort von Mode. Allerdings stammte Barthes' Analyse auch aus einer Zeit, in der die Modezeitschrift *Vogue* in Paris als modisch tonangebend für die ganze Welt galt. Er selbst hat seine Analyse kurz nach deren Erscheinen für gescheitert erklärt. (ebd., S. 66) Die Haute Couture gilt übrigens mittlerweile mehr als Marketing-Strategie denn als tatsächliche Präzendentin von Kleidung, da durch die strengen Kriterien zur Bewerbung in den erlesenen Kreis der Modehäuser, die den Modellen tragen dürfen, für die Modehäuser selbst die Anfertigung von Haute Couture sehr unprofitabel geworden ist. (ebd., S. 99) Straßenkleidung kann, trotz der Überschwemmung des Massenmarkts mit industriell gefertigten Waren deshalb als Entstehungsort der Mode gelten, weil es wie so viele modische Objekte, Kleidungsstücke und Accessoires sind, die beliebig kombiniert werden können, dass Kleidung aus Massenproduktion kein Widerspruch zu Individualität sein muss. (ebd., S. 61) Zudem gibt es keine übergeordnete Modestruktur, sondern es wird in den alltäglichen Interaktionen ausgehandelt, was als modisch gilt. Menschen bestimmen miteinander aufgrund ihrer Erfahrungen und Vorinformationen, was Mode ist. Nicht eine die Gesellschaft strukturierende Instanz.

Nachdem nun geklärt wurde, was in dieser Arbeit als Mode betrachtet wird, möchte ich damit fortfahren danach zu fragen welche Funktionen sie erfüllt, wie sie funktioniert, wie sie entsteht.

¹ Als Haute Couture werden in Handarbeit hergestellte, maßgeschneiderte Kreationen großer Modehäuser bezeichnet. Der Begriff ist in Frankreich geschützt, Modehäuser müssen sich unter bestimmten Kriterien darum bewerben. Als Gründer der Haute Couture gilt der Engländer Charles Frederick Worth, der in Paris 1858 sein erstes Atelier eröffnete. 10 Jahre später regte er die Gründung einer Schneider*inneninnung an. (Ebner 2007, S. 25) Worth war es auch, der als erster damit begann, seine Kleidung wie ein Kunstwerk zu signieren. (Svendsen 2006, S. 90)

2.2 Kleidermode ist gleichzeitig soziale Handlung...

Da Mode in Interaktion entsteht, ist sich Individuen immer zugleich selbst- und fremdreferenziell. Darum ist Mode zunächst unter zwei grundsätzlichen Aspekten zu betrachten, die beide gleichermaßen legitim sind. Zum Einen folgt sie sozialen Gesichtspunkten und ist elementarer Bestandteil der sozialen Konstruktion des selbst, zum Anderen kann sie nach ästhetischen Maßstäben als Ausdruck der eigenen Individualität gewertet werden. (Geiger 2012, S. 92) Zunächst zum sozialen Aspekt:

Vestimentäre Objekte in Benutzung sind niemals neutral, denn der soziale Prozess Mode ist eingebunden in gesellschaftliche Strukturen und bedeutet zugleich eine Aussage über die herrschenden Machtverhältnisse. Mode hat nach Simmel zwei antagonistische Funktionen, die oft beide zur gleichen Zeit wirken. (Svendsen 2006, S. 113) Zum einen wird mit Mode die Verbindung und soziale Anpassung an gewünschte gesellschaftliche Gruppen angestrebt. (Rohr 2012, S. 83) Durch Mode nehmen Individuen ihre Subjektpositionierung vor und integrieren sich in diese bestehenden Gruppen. Dem hierbei angestrebten Grunddresscode wird in der Regel auch unter kurzfristigen ästhetischen Veränderungen treu geblieben, um eine trendunabhängige Stabilität zu gewährleisten. (Geiger 2012, S. 96) Die Bestätigung durch die Gruppen macht dabei den sozialen Prozess der Mode aus. (Rohr 2012, S. 83)

Zum Anderen besteht der soziale Prozess Mode in der Abgrenzung von anderen gesellschaftlichen Gruppen. Was jemand trägt ist dabei ebenso wichtig, wie das, was nicht getragen wird. (Svendsen 2006, S. 14) Je mehr eine Gruppe von der Gesellschaft ausgeschlossen wird oder sich selber ausschließt, desto größer bzw. sichtbarer ist der visuelle Unterschied zwischen einem imaginierten "sie" und einem ebenso imaginierten "u". Dieser Prozess ist auch Teil der Sozialisation und des Aushandlungsprozesses innerhalb der Gruppe: Menschen wollen gerne zu ihrer Gruppe gehören, also passen sie sich noch stärker an. (Barker 2001, S. 61-63) Das Kopftuch ist Teil einer solchen Entwicklung par excellence. Jedes Befolgen einer Mode ist nach Barthes zugleich eine Emanzipation von der vorhergehenden Mode, aber auch die Emanzipation von Autoritäten, was ein Grund dafür sein könnte, warum einige muslimische Männer gegen die Partizipation ihrer Frauen an modischen Entwicklungen sind. (Svendsen 2006, S. 24)

2.3 ... und Kunst

Während die soziale Komponente der Mode dem Individuum Sicherheit vermittelt, verschafft der ästhetische Aspekt durch seine Kreativität Freiheiten. (Geiger 2012, S. 119) Ästhetische modische Freiheiten lassen sich dabei vor allem im spontanen und unverbindlichen Ausprobieren finden, ohne gleich die Subjektpositionierung neu setzen zu müssen. Mit großem Spielraum für Interpretationen und Erfindungen ist dieser Aspekt der Mode zutiefst ästhetischen Prinzipien unterworfen. (ebd., S. 103)

Aus diesem Grund definiert die britische Vertreterin der Cultural Studies, Angela McRobbie, die Kleidermode als

“the application of creative thought to the conceptualisation and execution of

items of clothing so that they can be said to display a formal and distinctive aesthetic coherence which takes precedence over funktion” (McRobbie 1998, S. 14)

Der deutsche Soziologe Georg Simmel hingegen schrieb in seinem Werk Anfang des 20. Jahrhunderts über die Mode, dass über den sozialen Aspekt der Verbindung und der Abgrenzung hinaus Mode keine weitere wie auch immer geartete praktische, ästhetische oder sonstige inhaltliche Begründung habe, jedenfalls nicht im Kleidungsstück selbst. (Rohr 2012, S. 62) Dem gegenüber steht eine andere Definition von Kunst aus der gleichen Zeit: “Jedes Bestreben nach Verschönerung, wie primitiv oder geschmacklos auch immer, ist für Baudelaire bereits ein Zeichen von Kunst” (Geiger 2012, S. 108)

Auf dieser Definition aufbauend möchte ich festhalten, dass Kleidermode eine Form von Kunst ist. Jedoch wird sie kulturgesellschaftlich so gering geschätzt, dass eine unter ästhetischen Gesichtspunkten kritische Beurteilung kaum noch möglich ist. (ebd., S. 99) Der Grund liegt in der mangelnden künstlerischen Kritik im herkömmlichen Sinne, die ebenfalls, wie die oben angedeutete schockierende Vermittlung, vor allem Journalisten zukommt. Dadurch bleibt die Anerkennung der Kleidermode als Kunst bis heute aus. (Svendsen 2006, S. 93) Bei Kleidermode ist zudem nicht klar, wer der Künstler ist, da zugleich viele Menschen am fertigen Outfit arbeiten. Die Designer*innen, Menschen in den Fertigungsstätten und in der medialen Produktion und nicht zu vergessen der Konsument, der die tatsächlich getragene Mode zu einem Ensemble zusammenfügt. (Geiger 2012, S. 94)

3 Modeproduktion und Moderne

Zunächst sollte hier als Definition stehen, dass alles als Mode bezeichnet werden kann, was einen Menschen bewusst von anderen Menschen abgrenzbar macht und Aufmerksamkeit erregt, ein Prinzip, das als menschlich zu betrachten wäre. Jede menschliche Handlung ist Normen unterworfen, jede Handlung erfolgt als Ergebnis einer vorher erfolgten Sozialisierung. Wer sich morgens im Halbschlaf anzieht und geradewegs in den Schrank greift, wird doch anschließend nach der aktuell normativen Mode gekleidet sein. Das bedeutet aber auch, dass es keine Kultur gibt, in der es keine Mode gibt. Individuen und ihre sozialen Körper werden und wurden über Kleidung und Schmuck performativ hergestellt. (Entwistle 2000, S. 6) Kleidung dient nirgendwo und zu keiner Zeit allein der Wärme oder der schamhaften Bedeckung, sondern verfolgte immer auch bewusst dekorative Zwecke der Ornamentierung. (Svendsen 2006, S. 18)

Dennoch kann es schwierig sein, die Bekleidungsformen der Antike als Kleidermode zu betrachten, da ihr wahrscheinlich das ausgeprägte Spiel mit wechselnden Trends abging. (Geiger 2012, S. 116) Vormoderlich kann es darum schon mehr Sinn machen von Dekoration zu reden, als von Mode. Die in 2.3 beschriebene ästhetische Autonomie des Einzelnen wird erst ab der Renaissance und dem Beginn des merkantilistischen Wirtschaftssystems um 1350 angenommen, da zuvor selbst die Form der Kleider aufgrund fehlender Schnitttechniken weitgehend die gleiche blieb und das für praktisch alle Menschen identisch. Nur die Qualität der Kleider unterschied sich je nach Stand. Zudem war in Gesetzen und Standesregelungen

klar vorgegeben, wie die Menschen der einzelnen Stände sich zu kleiden hatten. (Bieger und Reich 2012, S. 13) Soziale Zuordnung zu Gruppen via Mode ist hier also ebenfalls eher weniger anzunehmen.

Was zeitgenössisch demzufolge als Kleidermode bezeichnet wird, lebt von ausdifferenzierten wechselnden Schnitten, die erst mit der Erfindung des Schneiderberufes aufkam. Barnard (2002, S. 159) geht mit anderen sogar davon aus, dass von dieser Form der Mode sogar erst mit der industriellen Revolution gesprochen werden kann und der dazu gehörigen Auflösung der Stände, die sich nach und nach zu Klassen wandeln. Dieser Meinung nach gehören vor allem das Städtelieben, Kapitalismus und Moderne zur Mode dazu. Denn erst die Moderne produziert den Menschen als eigenständiges Individuum, welches den Körper als Medium gebraucht, diese Individualität auszudrücken. (Bieger und Reich 2012, S. 12) In der Moderne sei Modernität der Wert schlechthin, auf den sich alle anderen Werte beziehen. (Svendsen 2006, S. 25) Erst unter Einbeziehung des Wandels, der durch den Kapitalismus ausgelöst wurde, könne Moderne verstanden werden.

Nach diesen Annahmen kann Mode mit Gertrud Lehnert (2012a, S. 8) wie folgt definiert werden:

“Im allgemeinsten, abstrakten Sinne kann Mode als grundlegende Dynamik betrachtet werden, die die modernen, dh. die Konsum-Kulturen antreibt und in Gang hält und sich in einer Vielzahl von Moden konkretisiert: Architektur, Inneneinrichtung, Design, intellektuelle bzw. Wissensmoden, künstlerische Moden usw. Kleidermode ist im Hinblick auf ihre kulturelle, soziale und wirtschaftliche Bedeutung eine ihrer wichtigsten Hervorbringungen (oder Materialisierungen)”

Mode ist demzufolge das, was sich schnell wandelt. Und es es wandelt sich deshalb, weil die Industrie im eigenen Land Absatzmärkte schaffen muss, damit sie nicht wegen Übersättigung des Marktes stagniert. Die großen Fashion-Häuser vertrauen auch darum ihren Mode-Vorhersehern, deren Prophezeiungen sie folgen und die in Folge selbsterfüllend werden. (Svendsen 2006, S. 57) Ein Modeobjekt braucht darum zuweilen keine bessere Eigenschaft als die, ein Novum zu sein. (ebd., S. 28) Bieger und Reich (2012, S. 12) bringen diesen Aspekt auf den Punkt, wenn sie schreiben: “Am modischen Körper zeigt sich beispielhaft, wie tiefgehend und weitreichend Demokratie und Kapitalismus miteinander verwoben sind. (ebd., S. 12)

Bezüglich der Definition von Mode besteht also Uneinigkeit. Doch auch wenn die Kleidermode im letzten Jahrhundert stark vom Kapitalismus geprägt wurde, empfinde ich es als äußerst eurozentrisch, davon auszugehen, dass es vor der westlichen Moderne keine Mode gegeben hat und es außerhalb von ihr auch keine Mode geben kann.

Mein Vorschlag ist darum, Mode im allgemeinen Sinne als bewusste Dekoration zur Abgrenzung und Anpassung an soziale Gruppen und als ästhetische Ausgestaltung zu bezeichnen, mit dem Begriff der Kleidermode als vestimentäre Form davon. Die spezielle kapitalistische Form der Mode mit ihren schnellen regelmäßigen Wechseln im Stil, um des Wechsels willen, werde ich im folgenden als Produktmode bezeichnen.

3.1 Besonderheiten der Modeproduktion

Bei Kleidermode bzw. der Produktmode handelt es sich also um aus einer gestalterischen Leistung heraus entstandene Objekt, die in festen Zyklen erdacht, produziert, gekauft und getragen werden. (Rasche 2012)

Die Produktion der Produktmode besteht aus sechs Komponenten: ~~zunächst~~ steht der Entwurf durch die ausgebildeten Designer*innen, dann gehen die Stücke in die Herstellung, werden zum Teil unzählige Kilometer transportiert, landen dann im Einzelhandelsabsatz, wo sie von Zeitschriften und anderen Fashion-Medien beworben werden. Dazu kommt noch der Konsum durch die Endkund*innen selbst. (McRobbie 1999, S. 41) Diese Komponenten sind stark voneinander abhängig.

Produziert wird vor allem in drei Formen: Die transportintensivste davon ist die Relokation des Nähens in Billiglohnländer. Zum Teil werden die einzelnen Arbeitsschritte des Zuschneidens, Färbens und Vernähens auf verschiedenen Kontinenten erledigt, weil es Einsparungen verspricht. Eine abgewandelte Form davon ist, die Produzenten aus eben jenen Billiglohnländern, oft nur zu einem geringfügig höheren Gehalt, Waren vor Ort in Heimarbeit produzieren zu lassen. Der Vorteil hierbei ist, dass die Modeketten flexibel reagieren können, wenn einzelne Kleidungsstücke größeren Absatz finden, als erwartet. Die Händler*innen können dann die Aufträge an die darauf spezialisierten Arbeiter*innen weitergeben und müssen keine Umsatzeinbußen befürchten, weil sie die Nachfrage aufgrund der langen Transportwege nicht bedienen können. (Svendsen 2006, S. 103)

Damit können die Produktion der realen Kleidungsstücke und ihre Repräsentation als prestigeträchtige Mode nicht weiter auseinander liegen. Die durch oft unterbezahlte Arbeiter fabrizierte Bekleidung wird durch die modephotographische Platzierung als begehrtes Objekt des vergnüglichen Konsums inszeniert. (ebd., S. 103)

Aber nicht nur die Produzent*innen, auch die Designer*innen sind nicht eben die Profiteure dieses Produktionsprozesses, da die Menschen oft mehr schauen als zu kaufen. (McRobbie 1999, S. 13) Viele Fashion-Designer*innen leben in prekären Verhältnissen und schieben, aufgrund des hohen Arbeitsaufkommens um als Designer überleben zu können, ihr Privatleben auf. (ebd., S. 27) Zwar sehen sich Designer*innen als Künstler*innen, aber anders als für Künstler*innen ist es für sie nicht das wichtigste ihre Arbeit hinterher ausgestellt an einer Wand zu sehen, sondern die designerische Leistung muss in Produktion gehen, um ein Erfolg zu sein. Viele Designer*innen wechseln deshalb zu den großen Modeketten und produzieren dort, weil sie mit ihren eigenen Linien nicht die Auflage erbringen würden, die sie bräuchten, um von ihrer Arbeit leben zu können. (ebd., S. 13) Und sich von großen Firmen einzukaufen zu lassen bietet klare Vorteile: Die Modemagazine richten sich vor allem nach den großen Labels, da sie es sind, die ihre Werbeflächen am intensivsten nutzen. Wer hier produziert, schafft es manchmal auch zu bescheidener Berühmtheit. (Ebner 2007, S. 25)

3.2 Der Antrieb der Mode

Die Frage danach, welchen Prinzipien die Mode, insbesondere die Kleider- und Produktmode folgt, war schon zu Beginn der Sozialforschung wichtiges Thema.

Bis heute beziehen sich Theoretiker (z.B. Barnard (2002, S. 13)) auf Simmel (Philosophie der Mode S. 11, 12) und verstehen Mode als Prozess, der nur in höheren Gesellschaften stattfinden kann, weil sich in diesen Klassen ausdifferenziert haben. In diesen Werken wird davon ausgegangen, dass in weniger entwickelten Gesellschaften der Impuls sich mit den anderen zu verbinden und mit der Gruppe zu identifizieren größer ist, als sich zu individualisieren, folglich fehle die Grundvoraussetzung für Mode. (Svendsen 2006, S. 42)

Ich vermute aber, die Vorstellung, Mode sei etwas Westliches, etwas das höher entwickelten Menschen vorbehalten ist, noch auf frühere Überlegungen zurückgeht. Barnard (2002, S. 55) äußerte den reizvollen Gedanken, dass neu entdeckte Völker in der Vormoderne als primitiv eingestuft wurden, weil sie sich weniger bedeckten, also noch nicht, wie die Christenheit, vom metaphorischen Baum der Erkenntnis gekostet hatten. Wird der Gedanke weiter gesponnen, ergibt auch Sinn, dass in der Moderne, nach Nietzsches Urteil vom Tode Gottes, die religiös motivierte Bedeckung rationalen Überlegungen weicht. Dass die Vorstellung von Moderne mit dem Schwinden insbesondere der weiblichen Bekleidung verknüpft ist, erklärt auch warum muslimische Frauen oft den Eindruck gewinnen, ihre Kleidung würde in Deutschland als unmodern betrachtet werden. Drückt doch dieses Beharren auf modester Bekleidung ein Verhaftetsein in "vormoderne Religiosität" aus.

These, nach der sich Menschen in ihrer modischen Kleidung nach der nächsthöheren Klasse orientieren, geht auf den nordamerikanischen Ökonomen Veblen zurück. Menschen wählen ihre Mode nach der Motivation, die eigene Klassenposition zu verbessern, gestalten. (Svendsen 2006, S. 41) Dieser Gedanke wurde von Pierre Bourdieu weiterentwickelt, der die Überlegung anstellte, dass soziale Muster von Geschmack dem Habitus unterworfen, also Teil des Klassendenkens seien. (ebd., 50f) Damit ist aber Mode niemals freier Wille und künstlerische Ausgestaltung, sondern reiner vestimentärer Konsum.

Doch diese Theorie hat einige Fallstricke: Da die oberen Klassen sich ihrer Position bewusst waren, benötigten sie keine sich ständig wandelnde Mode, um sich als Etablierte zu kennzeichnen. Und als die Moden der letzten 40 Jahre untersucht wurden, zeigte sich, dass sich Trends zum Teil genau andersherum entwickelten, also von der Straße auf die Laufstege und von dort in die höheren Schichten. (ebd., S. 46) Klassendenken kann also nicht der Ursprung von Mode sein, höchstens einen Anteil daran haben.

Modischer Geschmack ist meiner Meinung nach viel mehr als klassenorientiertes vestimentäres Handeln, sondern folgt vielmehr verschiedenen Kategorien, wie Alter, Geschlecht und antizipierten Vorstellungen von Ethnizität. Es steht zu vermuten, dass Simmel sich irrt, weil er von einer kleinen Gruppe von Arbeitern, mit denen er in Kontakt kam, auf alle geschlossen hatte. (ebd., 48) Das aus Geschmack resultierende kulturelle Kapital mag vorhanden sein, aber es lässt sich nicht in eine wie auch immer geartete Form sozialer Hierarchie übersetzen. (ebd., S. 54) Statt Klasse und Stand folgt Mode folglich mittlerweile viel eher der Kategorie

des Alters, da sich Jugend in der Postmoderne zum wertvollsten Gut entwickelt hat, welches immer weniger die Phase eines Überganges von der Kindheit ins Erwachsenenleben darstellt, sondern zu einem permanenten Status geworden ist. (Svendsen 2006, 60f)

Die Vorstellung, nur wenig bedeckende Mode sei ein Ausdruck von Moderne sowie die Materialisierung der herrschenden Hierarchie hält sich hartnäckig. Dies dürfte mit ein Grund sein, warum der modische Anteil von muslimischer Kleidung bisher nie Beachtung gefunden hat. Doch, statt dass die modische Entwicklung eines Menschen aus dem Antrieb heraus geschieht, die eigene Position in der Klassenhierarchie zu verbessern, ist Teil der Mode sein zu wollen, viel selbstreferenzieller, viel egozentrischer. Modische Menschen sind vor allem vom Antrieb beseelt, von anderen und sich selber in Interaktionen als modisch und demzufolge modern betrachtet zu werden. (ebd., S. 55)

3.3 Die Codierungen der Kleidermode in der Moderne

Zunächst einmal kann festgehalten werden, dass Kleidermode nicht als Sprache zu betrachten ist, da sie weder über Grammatik, noch über ein entsprechendes Vokabular verfügt. Viel eher ist Kleidung eine visuelle Ausdrucksweise mit mehr Nähe zur Musik und zur Kunst als zu gesprochener Sprache. (ebd., S. 71) Kennzeichen der Produktmode ist ihre Wandelbarkeit. Die Bedeutungsinhalte von Moden wechseln schnell und verändern ihre Bedeutung meist bis zum nächsten Modezyklus. Die Natur der Produktmode ist es also, effektive Zeichen zu produzieren, die sich nach kurzer Zeit in ineffektive Zeichen wandeln. (ebd., S. 130) Diese Fähigkeit ist der Hauptgrund, weshalb Mode und Sprache nicht vergleichbar sind, da letztere sich ja sehr viel langsamer verändert. (ebd., S. 71)

Mode ist allerdings durchaus semantisch codiert, wird also mit relativ unsystematischen Bedeutungsinhalten versehen. Unsystematisch deshalb, weil nicht jede Kleidung automatisch für jeden Menschen eine Kommunikation darstellt, wie ausgefeilt das Codesystem für eine anderen Gruppe auch sein mag. (ebd., S. 64) Hijabs, mit ihren vielseitigen symbolischen Bedeutungsebenen, die durch die Dominanzgesellschaft kaum gelesen werden, gehören eindeutig zu dieser Gruppe von Kleidung.

Es stellt sich mir darum die Frage, wer diese Bedeutung verleiht, woher die Codierungen kommen. Es kann nicht allein die Träger*in sein. Deutlich wird dies nicht zuletzt in der Hijab-Mode, in der die Frauen ihre Kleidung mit Bedeutung versehen können, wie sie wollen und von der Dominanzgesellschaft trotzdem nur auf ihr Muslimsein reduziert werden. Auch sind es nicht allein die Designer*innen, welche der Kleidung Bedeutung verleihen, da die getragene Kleidung in ihrer letztendlichen Kombination vielfältige Bedeutungsspektren abdecken kann. Wird ein Designobjekt nach vielen Jahren im Secondhand-Laden verkauft, ist die Bedeutung als getragenes Kleidungsstück mit Sicherheit eine andere, als vom Designer ursprünglich intendiert. Aber auch die Betrachter sind nicht automatisch diejenigen, die für die Zuschreibung von Bedeutung in vestimentäre Mode verantwortlich sind, da durch Erklärungen und Gespräche Bedeutungen neu verstanden werden können. Daraus kann geschlussfolgert werden, dass die Bedeutung von Mode vor dem Hintergrund von Kontexten interaktiv immer wieder neu

ausgehandelt wird. (Svendsen 2006, S. 69) Daraus folgt insbesondere vor dem Hintergrund sich verändernder historischer und sozialer Umstände nicht, dass Mode allein für sich steht. Stattdessen ist sie bei den Akteuren immer in ein Erfahrungsnetz von anderen Objekten und ihren Bedeutungen eingebettet. (Barnard 2002, S. 171) Mode etabliert damit "codierte Kommunikation innerhalb von referenziellen Kontexten, die immer zwischen einer Vielzahl von Bezugssystemen liegen." (Geiger 2012, S. 98)

Die Bedeutung von einem Kleidungsstück ist insbesondere deshalb das Ergebnis kontinuierlicher Aushandlung und Bedeutungsverschiebung, weil verschiedene soziale Gruppen in gleiche Kleidungsstücke ganz andere Bedeutungen hineinlegen. (Barnard 2002, S. 33) Zu einer bestimmten Zeit und in einem bestimmten Kontext kann ein Kleidungsstück etwas ganz anderes bedeuten, als zu anderen Zeiten und Umständen. Die veränderte Bedeutung eines Kruzifix um den Hals der Popsängerin Madonna ist ein Beispiel dafür, die Bedeutung des Kopftuches in Deutschland jetzt und vor einhundert Jahren ein anderes. (ebd., S. 172)

Infolge sind Kleidungsstücke in ihrer Bedeutung zum Teil unentschieden. Der Stiletto kann, ebenso wie das Kopftuch, gleichzeitig mit der Bedeutung der Befreiung und Unterdrückung versehen werden. Wer Stiletto oder Kopftuch trägt, ist sich der multiplen Bedeutungen bewusst, die in Auseinandersetzungen um diese Kleidungsstücke verhandelt werden. Insbesondere die Kombination beider ist besonders spannend, wirkt doch das Kopftuch durch den hohen Schuh sehr viel modischer. Dabei sind beide im feministischen Diskurs Ausdruck patriarchaler weiblicher Selbst-Unterdrückung schlechthin. Zudem ist der Stiletto das Symbol der Frau, die sich von den braven Frauen in flachen Schuhen abgrenzt, das Symbol der Frau, die eigene Sexualität lebt. Das aber ist wiederum doch mit dem Kopftuch schlecht vereinbar. In Kombination haben Kopftuch und Stiletto für Nichtmuslime darum eine besondere Wirkung. Dass Absatzschuhe für Muslimen mit anderen Bedeutungsebenen versehen sind, ist ein Beispiel für das Unverständnis der Dominanzgesellschaft gegenüber Muslimen.

Roland Barthes (1983, S. 263) hält fest, dass die Bedeutungen von Kleidung von außen betrachtet äußerst willkürlich seien. Ob eine Hose am Bein weit geschnitten oder eng anliegend ist, so oder so handelt es sich um ein Beinkleid. Auch die Betrachtung der Jeans als legere und dem Anzug als formelle Kleidung ist äußerst unlogisch. Von innen betrachtet hingegen ist das Modesystem streng logischen Normen unterworfen. Der Kleidercode des Casual Friday ist genauso normiert, wie die sonst übliche Bürokleidung, was zeigt, dass die Kleidung auch in den vergangenen Jahren um nichts beliebiger geworden ist, höchstens demokratischer. (Svendsen 2006, S. 60)

Wer modisch sein will, darf in seinen vestimentären Codierungen also niemals willkürlich handeln. Für Außenstehende mögen die Zeichensysteme von Gruppierungen sehr unübersichtlich wirken, aber jede Gruppe, egal wie chaotisch sie auf Außenstehende erscheinen mag, ist vestimentär extrem gut ausdifferenziert. (ebd., S. 128) Dazu gehört insbesondere die Hijab-Fashion, wie das Kapitel zum Konsum nachweisen wird.

4 Mode und der natürliche Körper

Die gängige Vorstellung lautet, dass Modekleidung eine notwendige Bedingung für Subjektivität sei, da sie den Körper artikuliere und damit der Psyche Ausdruck verleihe. (Silverman 2012, S. 153)

“Kleidung und andere Formen der Verzierung machen den menschlichen Körper kulturell sichtbar.”(ebd., S. 151)

Kleidung verbinde demnach den sozialen mit dem biologischen Körper. (Barnard 2002, S. 182) Jedoch antizipiert diese Aussage das Vorhandensein eines natürlichen Körpers, der unabhängig vom sozialen Körper existiert. Dies ist meiner Meinung nach eine Falschannahme. Der soziale und der natürliche Körper sind zu jeder Zeit untrennbar verwoben, selbst ein toter Körper wird unter kulturellen Gesichtspunkten wahrgenommen. Kleidermode ist letztlich nur ein Element des sozialen Körpers und andersherum. Beide beeinflussen sich gegenseitig. Kleidermoden ziehen weitere Körperpraktiken nach sich, von Sport bis hin zu Operationen. Insbesondere körpernahe Moden zeichnen den Körper nicht etwa nach, sondern kreieren ihn erst. (Lehnert 2012a, S. 17)



“Mode hat schon immer den Körper geformt und sie ihren Idealen angepasst [... und ist damit] eine Technologie der Körperproduktion.”(Bieger und Reich 2012, S. 14)

Körpertechniken können als Praxen verstanden werden, mit der sich Menschen innerhalb des sozialen Normenregelwerkes darstellen. Die Regelwerke konstruieren das Verhalten und schränken es gleichzeitig ein. Mode ist eine dieser Körpertechniken (Lehnert 2012a, S. 16) und bestimmt darüber hinaus den Blick mit dem wir auf den nackten Körper blicken. (Bieger und Reich 2012, S. 17) Zum Beispiel ist das Korsett niemals wirklich verschwunden, sondern zunächst durch Wäsche und später, seit Aufkommen der körperbetonten Moden, durch Sport und Schönheitschirurgie in ein Muskelkorsett verwandelt worden. Diese Ausgestaltung der Körper kann kaum als freiwilliger Akt bezeichnet werden, sondern ist vielmehr die Inkorporierung der schon weiter oben erwähnten sozialen Normen. Diese Normen sind zum Teil von äußerster Wirkmächtigkeit, schaut man sich beispielsweise Size Zero Models an und ihren Einfluss auf die Ernährungsstörungen junger Frauen. (Svendsen 2006, S. 83)

Daraus folgt, dass der nackte menschliche Körper alles sein kann, aber niemals wert-neutral. Er transportiert eine ganze Reihe sozialer Vorstellungen und Zuschreibungen, unter denen “Natürlichkeit” regelmäßig der Favorit ist. (ebd., S. 79) Unnötig zu erwähnen, dass diese “Natürlichkeit” meist der gängigen Mode folgt. Jede Epoche hat ihre ganz eigenen Vorstellungen davon, was als “natürlicher” Körper zu betrachten ist. Die Darstellungen der Frauen aus dem europäischen Mittelalter sind ein Beispiel dafür: deren riesige Köpfe und Unterleibe stehen im krassen Gegensatz zu ihren schwächtigen Schultern und Brüsten. (ebd., S. 85) Betrachtet man sich die sehr ähnliche Kleidermode jener Zeit, kann geschlussfolgert werden, dass Darstellungen von nackten Körpern immer zugleich die Bekleidung mitdenken.

Die Existenz dieses Phänomens wird in der zeitgenössischen Photographie nackter Körper durch die computergestützte Glättung aller Unebenheiten und Makel der abgebildeten Körper nur bestätigt. Zum Beispiel wirken die Frauen auf den Aktbildern des berühmten Modephotographs Helmut Newton nicht nackt im eigentlichen Sinne, ihre Posen, ihre Körperformen wirken so glatt, dass sie genauso gut Kleidung tragen könnten.

4.1 Mode und Geschlecht

Unterschiede im Geschlecht auf der Kleidung abzubilden hat in Europa keine lange Tradition. Erst seit dem 14. Jahrhundert gibt es erste Entwicklungen. Die Vorstellung, dass der männliche und der weibliche Körper sich prinzipiell kaum unterscheiden, verschwand gar erst im 17. Jahrhundert. Erst danach verbreitete sich die Idee, dass sich Frauen und Männer in Bezug auf mentale und körperliche Eigenschaften grundlegend unterscheiden. Rousseau ist ein typisches Beispiel für dieses Denken. (Svendsen 2006, S. 86) Dies ist spannend, wenn man bedenkt, dass die arabisch-muslimische Philosophie bereits im Koran die Vorstellung von der Verschiedenheit der Geschlechter als gesetzt betrachtet.

Die Zugehörigkeit zu einem Geschlecht ist jedoch keineswegs feststehend, sondern wird von Geburt an performativ ausgehandelt. Niemand bestreitet, dass sich Körper voneinander unterscheiden. Dass sie es jedoch binär tun, ist höchst fragwürdig, es gibt viel mehr Geschlechter als das Männliche und Weibliche, sowohl auf der körperlichen, als auch der mentalen Ebene. Kritikwürdig ist zum einen die a priori gesetzte binäre Unterteilung der Geschlechter und zum anderen die mit der vermeintlichen Schwäche oder Stärke des jeweiligen Geschlechts begründeten Hierarchie, bestehend aus konkreten alltäglichen Benachteiligungen oder Bevorzungen.

Soziale Geschlechter werden in Europa in allen möglichen Körperpraktiken hergestellt, von unterschiedlichen Verhaltensregeln bei Tisch bis zu der Einrichtung der Toiletten. Eine der auffälligsten Formen der Unterscheidung ist die Kleidermode, mit der sich Menschen sozial anthropologisch und fremdreferenziell geschlechtlich positionieren. (Geiger 2012, S. 111) Ein Beispiel für die Verflechtung von Körper- und Kleidermode in Bezug auf Geschlecht ist die Etablierung der Hose als gesellschaftlich angemessenes Kleidungsstück für die Frau zum Anfang des 20. Jahrhunderts. Davor galten Hosen bei Frauen obszön. Aber das veränderte Körperbewusstsein zu dieser Zeit, die Manipulation der Körper, erfordert Bewegungsfreiheit auch für Frauen. Dadurch setzt sich die Hose zunächst im sportiven Bereich und später auch im Alltag als angemessenes Kleidungsstück für Frauen durch. Doch während sich die Mode für den weiblichen Körper in stetiger Entwicklung befindet, altert und mit viel Schmuck aufwartet, bleibt die Mode für den westlichen Mann im letzten Jahrhundert auffällig gleichförmig und schmucklos.² Oft wurde der Anzug in seiner Uniformität als vestimentärer Sprung in die Moderne verstanden, wo die Hierarchisierung der Gesellschaft nicht mehr notwendig erscheint, bzw. wo die Arbeitsteilung zwischen Mann und Frau ansichtig wird. Aber hierbei handelt es sich um eine Illusion. Männliche Bekleidungsformen sind im letzten


²Das dies eben nur für den Westen gilt, verdeutlicht die Photoserie einer Frau über den türkeistämmigen älteren Schneider Ali <http://alioutfit.tumblr.com/>

Jahrhundert ebenso durchcodiert gewesen wie weibliche. Der Unterschied zwischen einem maßgeschneiderten und einem Anzug von der Stange könnte für Eingeweihte nicht größer sein. Der Anzug selbst ist eine Modeerscheinung, spielt er doch in den letzten Jahren zunehmend eine kleinere Rolle, während die Mode für den Mann wieder mehr Facettenreichtum zu bieten hat. (Svendsen 2006, S. 43)

In der Kleidermode ist die Unterscheidung der Geschlechter insbesondere im Bezug auf Sexualität präsent.

“Eine der wichtigsten [sexuellen] Differenzen ist die Tendenz der Libido, bei Frauen diffuser zu sein als bei Männern; bei Männern ist im Grunde nur der Genitalbereich sexualisiert, bei Frauen der gesamte Körper; dies gilt gleichermaßen für den ausgestellten und den angeschauten weiblichen Körper. Folglich ist die Ausstellung eines *jeden* weiblichen Körperteils erotischer als die Ausstellung desselben Körperteils beim Mann, natürlich abgesehen vom Geschlechtsteil.”³

Dadurch wird der weibliche Körper dauerhaft sexualisiert und weibliche vestimentäre Körperpraktiken zielen in der Regel darauf ab, die so erzeugte Scham zu verbergen oder zu präsentieren.

Blickdynamiken werden dabei performativ durch die Qualität des Betrachtens produziert. Der “ännliche Blick” wird die Art Blicke genannt, mit denen Männer Frauen ansehen, aber auch, mit denen Frauen sich und andere Frauen betrachten und bewerten. (Bieger und Reich 2012, S. 18) Kleidermode ist die vestimentäre Manifestation dieser Blickdynamiken. Sie bringt die Rollenverständnisse der Menschen zum Ausdruck, normiert und verstetigt diese. (Geiger 2012, S. 110) Vorstellungen vom männliche Blick wirken darauf zurück, wie Frauen sich kleiden und wie sie finden, dass ihre Körper zu sein haben. Nicht ohne Grund ist die aktuelle Debatte um die Brustoperation der Schauspielerin Angelina Jolie vor allem ein Diskurs über das Idealbild der Frau, welches ohne Busen nicht vorstellbar ist. (Akyün 20.05.2013)

Dies ist auch ein Beispiel dafür, dass die Vorstellung schöner (modischer) Weiblichkeit insgesamt weniger auf dem Laufsteg, als unter Vorbildnahme der Prominenten einer Gesellschaft ausgehandelt wird. Schauspieler*innen, Fernsehakteur*innen und Fußballergattinnen erhöhen durch ihre Präsenz in den Medien die Akzeptanz von bestimmten Körper- und Kleidermoden. (Geiger 2012, S. 97) In gewisser Weise kann das verstanden werden als die praktische Konsequenz aus der früher im Text getroffenen Erkenntnis, dass es weniger Einzelpersonen wie die Designer*innen und Models auf den Laufstegen sind, die Moden Bedeutungen verleihen sondern dass Moden interaktiv vor dem Hintergrund von Kontexten ausgehandelt werden.

4.2 Normative “westliche” Weiblichkeit im Modebild

Seit Beginn der Modezeichnung werden Frauenbilder durch ihre Abbildungen vermittelt. (Haase 2012, S. 49) Vestimentäre Darstellung erfüllt in Europa seit der frühen Neuzeit den Zweck der Repräsentation von Status, Geschlechterbildern und sozialer wie kultureller Differenz. Dies

³Flügel, Psychologie der Kleidung. Da diese Passage bisher nicht in deutscher Sprache erschienen ist, wird hier die Übersetzung von Dustin Breitenwischer in Silverman (2012, S. 154) herangezogen.

kann bereits 1514-60 in dem Kostümbüchlein von Mathäus Schwarz nachgewiesen werden kann. (Mentges 2012, S. 137) Erste Modemagazine werden ab den 1770ern verlegt. (Svendsen 2006, S. 23)

Vor allem aber seit Beginn des 20. Jahrhunderts, mit dem Siegeszug des Kapitalismus, setzte sich die Erkenntnis durch, dass wirtschaftlicher Aufschwung und Wachstum nur erreicht werden kann, wenn stetiger Konsum der Waren erfolgt. Seitdem bewerben Produzenten mittels Werbungen gezielt die Frau als die ideale Konsumentin. Allerdings nicht alle Frauen aus allen Bevölkerungsgruppen, sondern vor allem weiße Frauen aus der bürgerlichen Mittelklasse. (McRobbie 1999, S. 31) Auch die Marktforschung, ebenso wie die wissenschaftliche Forschung ist auf diese Frauen ausgerichtet, es gibt kaum Forschungen über andere Konsument*innengruppen. (ebd., S. 38)

Aus dem Mangel an Forschung über andere Konsumpraxen kann geschlussfolgert werden, dass eine Vorstellung existiert, welche die dominanten Impulsgeber von Konsumpraxen im "Westen" verortet und er darum als das Zentrum der Fashion-Welt zu betrachten sei. Die Betrachtung der Bekleidungspraxen von Frauen muslimischen Glaubens bricht mit dieser Vorstellung. (Tarlo und Moors 2007, S. 134) Statt einem identitätsstiftenden Zentrum existieren verschiedene, sich immer wieder verändernde Zentren. (Ebner 2007, S. 52)

Dies zeigt sich vor allem in der Arbeit von nichtwestlichen Modedesignern, die sich von den unterschiedlichsten Einflüssen inspirieren lassen. Klar spielen vor allem London, Paris und Mailand eine Rolle, aber genauso schauen ägyptische und iranische Designer nach Indien, Libanon oder Marokko. (Tarlo und Moors 2007, S. 134) So hatte Saudi Arabien einen großen Einfluss auf die Verbreitung der Abaya, dem schwarzen bodenlangen weiten Kleid aus meist feingewebter Seide, im Jemen, Indonesien und in Mali. (ebd., S. 135) Die Entwicklung religiöser, gut verdienender Mittelklassen, wie sie beispielsweise in der Türkei immer mehr in den Städten sichtbar werden, hat in Ländern, in denen Kleidung freiwillig ist, einen großen Markt für modische, aber sittsame Kleidung entstehen lassen. Um Länder hingegen, in denen Kleidungszwänge für Frauen bestehen, machen Designer meist einen großen Bogen, da sich viele von ihnen, wie weiter oben schon beschrieben, als apolitisch sehen. (ebd., S. 135) Z.B. Hussein Chalayan wurde lange Zeit mehr unter künstlerisch politischen Gesichtspunkten denn modischen Aspekten interpretiert, ganz der Prämisse entsprechend, dass Mode etwas eher westliches sei, wie in diesem Zitat deutlich wird:

"For me, Chalayan's work shows women to appear to be all the same with their faces covered, no matter the length of the mask. As their face cannot be distinguished, neither can they as a person. And does covering the face really change how sexual a woman appears, even when naked?" ⁴

Chalayan hingegen distanziert sich davon und verwirft solche Überlegungen. Natürlich hätten seine Entwürfe mit seinem Ursprung zu tun und zitieren die religiösen Vorstellungen der Frauen seines Landes:

⁴<http://ilikecatsmorethanpeople.blogspot.de/2010/11/hussein-chalayan-burka-1996.html>

“Er wollte damit zeigen, wie Frauen durch Kleidung ihr Territorium markieren, sagte er damals in einem Interview, und welche Rolle die Religion dabei spiele. Daß die Idee von manchen Rezensenten dann verkürzt wurde zu einem Protest gegen die Unterdrückung der moslemischen Frau, das nannte er 'Blödsinn'.”⁵

Chalayans oft über normative weiße Weiblichkeit hinausgehende Arbeit bildet, ebenso wie überall sonst in der Modephotographie, nicht nur Kleider ab, sondern sucht statt dessen den Kontakt mit dem Raum.

“Modephotographien liefern nicht nur Modeinformationen in ästhetischer Inszenierung, sondern sie stellen symbolisch verdichtete Bilder dar, die als Signaturen ihrer Zeit über Modegeschichte, Blickregime, Geschlechter- sowie Körpergeschichte, Geschmackskompetenzen und Homogenisierung - und für diesen Fall entscheidend - die Vorstellung von städtischem Raum vermitteln.”(Mentges 2012, S. 134 f.)

Es ist also besonders der städtische Raum, die Straße, welche in Beziehung zu Kleidermode gesetzt wird. Insbesondere die Modephotographie seit den 1950er Jahren zitiert als wiederkehrende Sequenz urbane Räume. Dadurch wird mittels Mode eine Verbindung geschaffen zwischen dem sozialen Körper und der Architektur des Raums, also der Stadt. (Vgl. ebd., S. 141) Ich vermute, dass aufgrund dieses normativen Blickes hervorgehend aus der Modephotographie der Imperativ der unbedeckten Haare in Verbindung mit dem urbanen Hintergrund des Motivs Stadt gebracht wird. Muslime fallen auf, weil sie einen Bruch in diesem Normativ darstellen. Die hijabtragende Frau wird unterdrückt zu Hause imaginiert, nicht jedoch als Akteur unterwegs und schon gar nicht als Konsumentin.

5 Muslimische Mode als Gestaltung des Raums

Räume sind nicht einfach nur füllbare Behälter, sondern sie sind ganze Konzepte, die auf variierenden Kontexten, Vorbedingungen und Wahrnehmungen beruhen. Räume werden durch soziale Praktiken und unbewusste symbolische Zuschreibungen als flexible und prinzipiell offene Gebilde erstellt. Sie stellen bewegliche Felder dar, die durch andere gesellschaftliche Praktiken Verschiebungen in ihrer Bedeutung erfahren können. (Leutner 2012, S. 236)

Der Raum ist also nicht einfach gegeben, ebenso wenig wie der Körper. Stattdessen konstruieren und hierarchisieren ihn die sozialen Handlungen, die ihm vorgenommen werden. Dazu gehören insbesondere vestimentäre Handlungen. Kleidung konstituiert minimale variable Räume, die von Menschen herum getragen werden können. Die körpermodellierenden Moden des 18. und 19. Jahrhunderts in Europa mit ihren Raum einnehmenden Krinolinen und Raum erzeugenden Korsetts sind ein Beispiel dafür, aber auch außerhalb Europas können Beispiele gefunden werden, so etwa in Japan. Die körpernahen Moden der Moderne können ebenfalls dazu gezählt werden. All diese Moden gestalten gleichermaßen den Körper und schaffen aus ihm eine menschliche Skulptur. (Lehnert 2012a, S. 13)

⁵<http://www.welt.de/print-wams/article125748/Das-Auge-denkt-mit.html>

Die Kleidung der Menschen erzeugt also eine eigene Struktur des Raumes und nimmt ihn für sich ein. Ebenso wirkt der Raum auf die Kleidung zurück. (Leutner 2012, S. 239) Diese Verbindung aus vestimentären Objekten und menschlichen Subjekten lässt ganz spezifische Räumlichkeiten entstehen, welche in ihren Bedeutungen historisch und kulturell variabel verstanden werden können. (Lehnert 2012a, S. 15) In Bezug auf Raum stellt Kleidung weniger einen Schutz dar, als dass sie eine Erweiterung des Körpers manifestiert. (Svendsen 2006, S. 19)

Dies gilt insbesondere für den Damenrock. Röcke geben dem menschlichen Körper eine geschlossene Form und erweitern den weiblichen Raum. (Leutner 2012, S. 242) Der Rock ist außerdem der Raum, wo weibliche Macht und Ohnmacht sich begegnen, denn den Rock zu definieren und über ihn zu verfügen war und ist weitgehend Männern vorbehalten. Die Machtausübung erfolgt meist mittels Blickkontrolle.

“Körperbewegung, Blickkontrolle und räumliche Markierung bilden [...] eine Einheit, die Raum generiert und zugleich den Körper 'zurichtet', indem fremde Blicke vorweggenommen werden.”(ebd., S. 237)

Blickregimes, bereits weiter oben im Zusammenhang mit dem “männlichen Blick” erwähnt, werden hergestellt, indem ein erst einmal wertfreier Blick länger auf einer, als auf einer anderen Person ruht. Meist ruht er auf als unterlegen wahrgenommenen Menschen, etwa jungen Frauen aber auch Fremden. Der für die Fremde reservierte, zugleich abschätzige Blick erinnert daran, dass der oder die Angesehene sich in der Minderzahl und damit in der unterlegenen Position befindet. Auch unangemessene Kleidung bei Frauen wird mit diesem Blick bedacht. Röcke, die bis vor kurzem in der männlich dominierten Familie durchgesetzt und mittels Blickkontrolle bestätigt wurden, galten lange als das angemessene Kleidungsstück der Frau. Sie sind Teil der genderspezifischen Hierarchie der Gesellschaft, denn Röcke geben eine genderspezifische Art des Bewegens vor. Durch die solcherart erfolgte Kontrolle des Habitus der Frauen sichern sich Männer die Raumhoheit. (ebd., S. 241) Gleichzeitig stellt der Rock eine Erweiterung des Körper-Ichs dar und eine symbolische Ermächtigung der Person. Der Raum unter dem Rock ist allein der Frau vorbehalten, weswegen auch das “unter-den-Rock-fassen” einen solchen Skandal darstellt. In den letzten Jahren hat sich die Wahrnehmung des Rockes geändert, analog zum zeitgenössischen Frauenbild. Im Zuge der Gleichberechtigung erkämpften sich Frauen die Hose als angemessene vestimentäre Ausdrucksformen für Frauen und viele andere Rechte. Doch nun hat der weibliche Raum dem Männlichen zu entsprechen um als modern zu gelten. Dazu gehört zum einen die knabenhafte Figur als Idealbild der Frau und zum anderen die neue Norm der Hose als angemessenes Kleidungsstück. Nicht ohne Grund haben die Maxi-Skirts-Moden der vergangenen Jahre auf der Straße kaum einen Widerhall gefunden.

In diesem Zusammenhang wird deutlich, warum die Kleidung muslimischer Frauen als unbotmäßig gilt. Es sind die Räume, die durch sie eingenommen werden. Muslimische Frauen im europäischen Raum stellen gesellschaftliche Hierarchien unter anderem deshalb in Frage, weil sie Definitionshoheit des Raumes in Frage stellen und wiederholt den Frauen zugewie-

senen Raum innerhalb des öffentlichen Raums überschreiten. Die zugleich symbolische und reale körperliche Intervention "Hijabbekleidung" ist eine Vergrößerung des Körpervolumens, die Aufmerksamkeit hervorruft, da der Raum, in dem sich die Muslimin bewegt, einfach als "Hard" definiert wird. (Vgl. Leutner 2012, S. 238) Das Tragen spezieller Kleidung wie dem Hijab schafft hierbei symbolische Grenzen und Absicherungen, die das gesellschaftlich ausdifferenzierte Blickregime dort, wo dominanzkulturelles Deutschsein vorherrscht, herausfordert. (ebd., S. 237) Die Aneignung des öffentlichen Raumes beginnt sich zu ändern, da sich als migrantisch wahrgenommene Akteure nicht mehr nur in den ihnen zugestandenen Bezirken bewegen, sondern auch in Räumen, die zuvor als den Einheimischen vorbehalten galten. Und zwar nicht nur vom und zum prekären Arbeitsplatz, sondern dank ihrer Mode deutlich erkennbar als Angehörige der etablierten Schicht. Indem Musliminnen also als solche sichtbar durch die Straßen, durch die Stadt gehen und auch in solchen Gebieten sichtbar werden, die sonst nur weißen Dominanten vorbehalten sind, verändern sie langsam aber sicher die Hierarchie der Stadt, der Gesellschaft, des sozialen Raums. Diese hierarchische Infragestellung ist der Grund für die fortgesetzte heftige Diskussion um das Kopftuch oder um den Gesichtsschleier, denn die selbstbewusste Sichtbarkeit der Frauen verdeutlichen die veränderten Machtverhältnisse.

Mit der Bestimmung des Raumes um ihren Körper als "Mobile Home", wie Lila Abu-Lughod (2002, S. 285) es so treffend ausdrückte, erinnern ausgerechnet muslimische Frauen daran, dass nicht nur Angehörige des männlichen Geschlechts sich Räume nehmen können, sie definieren können. Sie erinnern damit außerdem schmerzhaft daran, dass die gesellschaftliche Entwicklung der Gleichberechtigung von Frauen weitgehend stagniert ist, denn Frauen dürfen eben bis heute nicht einfach so über Räume bestimmen, sie definieren. (Leutner 2012, S. 238). Als umso empörender wird es wahrgenommen, dass diese symbolische Infragestellung der geschlechtlichen Hierarchie von muslimischen "Migrantinnen" geleistet wird, die in der gesellschaftlichen Hierarchie selbst nicht sehr hoch stehen.

Dass die Infragestellung Reibung hervorruft und es eine stille Auseinandersetzung um den Fortbestand bestehender Hierarchien gibt, wird durch verschiedene soziale Interaktionen verdeutlicht. Jede meiner Interviewpartnerinnen konnte mir von Begebenheiten berichten, bei denen ein buchstäblicher Tanz im öffentlichen Raum aufgeführt wurde. Dieser besteht zum Beispiel aus dem Aufstehen und Ausweichen vor islamisch gekleideten Akteurinnen, aus dem Anblicken oder gar an Anstarren, im Extremfall begleitet von abwertendem Murmeln.

In einem informellen Vorgespräch erzählte beispielsweise meine Interviewpartnerin Nur von einer Begebenheit, bei der ihre Mutter beim Anfahren in der U-Bahn gegen eine ältere Frau stieß. Ihre Mutter trug eine Gilbab, also ein weites Kleid. Die Frau machte eine wegweisende Bewegung über ihre Schulter, die auf Nur und ihre Mutter sehr abwertend wirkte. Sowohl Nur, als auch ihre Mutter waren beide sehr empört über diese Reaktion, doch Nur wollte Überlegenheit demonstrieren, indem sie ihre Mutter einfach zu einem anderen Platz führte. Ich fragte sie, was sie dabei empfunden habe und sie antwortete, dass diese Frau sehr leicht sei, schlechtes Benehmen an den Tag lege, dabei aber nichts verstehen würde. Ihre Mutter sei sehr sauber, sie sei eine gute Frau und sie habe es vor allem nicht mit Absicht gemacht. Sie

habe den Eindruck gehabt die Frau halte sie aufgrund ihrer Kleidung für dumm, unmodern und sich selbst für etwas Besseres. Am liebsten hätte Nur sie gefragt, warum sie das gemacht habe. Denn danach hatte sie den Eindruck, Deutsche seien überhebliche Menschen. (Interview mit Nur vom 05.08.2011)

Dieses Beispiel aus den Stichpunkten zu einem der von mir geführten Interviews zeigt die beschriebene Situation deutlich. Muslimische Frauen werden in alltäglichen Begebenheiten oftmals mit wenig Respekt und als Eindringlinge behandelt. Und das mehr als männliche Muslime in Deutschland. Der folgende Abschnitt zur Intersektion soll diesen Gedanken kurz aufgreifen.

5.1 Raum, Architektur und Intersektionalität



Die Intersektion von Rassismus, Sexismus und Klassen- und Religionsvorurteilen ist es insbesondere, die Hijab-Frauen im Alltag konfrontiert. Intersektionalität bezeichnet die Verwobenheit der verschiedenen Unterdrückungsmechanismen. Die einzelnen Kategorien werden von den Akteuren mit Hilfe von Orten festgelegt und können ganz unterschiedlich sein. Muslimische Frauen werden so gesehen in mannigfacher Weise unterdrückt: In Bezug auf Geschlecht, soziale Schicht, etc. Die Wechselwirkungen zwischen den Ungleichheit generierenden Kategorien steigern ihre Wirkung enorm. In Bezug auf den Raum zum Beispiel bedeutet das, dass muslimische Hijabträgerinnen deutlich mehr negative Beachtung im stark hierarchisierten Raum finden, als muslimische Männer, weil sie sich durch ihren Hijab als Muslime zu erkennen geben, weil sie durch ihren Geschlechterstatus weniger Respekt erfahren, weil sie mehr als nur eine Ungleichheits-Kategorie erfüllen.

Insbesondere im Hinblick auf die Verschränkungen der raumfüllenden sozialen Praxen ist die beschriebene Vorstellung interessant. Eine solche Verschränkung findet bei der Betrachtung von Architektur und ihrem Einfluss auf die Bekleidungsformen statt. Davon ausgehend, dass soziale Handlungen den Raum strukturieren und ihn hierarchisieren, ist auch Architektur eine Praxis um Hierarchien auszudrücken. Dies erklärt im übrigen, warum das Minarett oder große Moscheebauvorhaben, zum Beispiel in Heinersdorf oder in Köln solche heftige Gegenreaktionen hervorrufen. Sie strukturieren den Raum neu und verwandeln die zunächst fremde und damit vermeintlich unterlegene gesellschaftliche Gruppe in einen Bestandteil der Gesamtgesellschaft mit eigener Raumdeutungshoheit.

Architektur wiederum wirkt auf den sozialen Raum zurück, sie strukturiert ihn und damit auch das darin stattfindende soziale Handeln. Dazu ein Beispiel: Muslimische Moden aus dem nordafrikanischen und arabischen Raum sind von bodenlangen Röcken, Mänteln oder Kleidern geprägt, wie der Abaya oder dem Gilbab. Viele muslimische Frauen der Einwanderergeneration empfinden diese meist weite Bekleidung als würdevoller zum einen gegenüber der dominanzgesellschaftlichen Norm der Entkleidung des Frauenkörpers, zum anderen innerhalb der muslimischen Gemeinschaft, da sie einen sicheren sozialen Raum garantiert, der als unbehelligt von männlicher Invasion gilt. (Vgl. Brown 2001, S. 117) Eine Treppe zu ersteigen, deren Geländer oder gar deren Stufen Einblicke unter die Kleidung

ermöglichen, erschweren die Mobilität in der Öffentlichkeit und zwingen eine bestimmte Art sich zu bewegen auf. Ebenso ist das Benutzen der öffentlichen Verkehrsmittel mit langen Röcken sehr erschwert, insbesondere, wenn sie modisch schmal geschnitten sind.⁶ Die Hose, als bei diesen alltäglichen Herausforderungen praktikableres Kleidungsstück, ist jedoch für viele ungewohnt oder zu entblößend. Zudem ist sie ein Kleidungsstück der deutschen Dominanzgesellschaft. Sie zu tragen bedeutet eine Unterordnung unter den durch Architektur hierarchisierten öffentlichen Raum. Die soziale Hierarchie wird auf diese Weise reproduziert und die bestehenden Machtverhältnisse bestätigt.

6 Zusammenfassung: Mode und Islam

Bisher habe ich die verschiedenen Betrachtungsweisen auf Mode diskutiert und werde im Folgenden diese modetheoretischen Überlegungen speziell auf Hijabbekleidung noch einmal zuspitzen.

Hijabbekleidung muss zur Produktmode gerechnet werden, denn sie folgt in ihren Ausformungen den gleichen Prinzipien modernen Konsums. Dabei äußern sich viele muslimische Frauen jedoch zurückhaltend zum Thema Mode, weil sie in ihren Absichten und Motivationen nicht mit nichtmuslimischen Frauen verwechselt werden wollen. (Vgl. McRobbie 1999, S. 39)


Hijabkleidung hat ebenso wie andere Kleidungsstücke auch, zwei Bedeutungsebenen. Zum einen verfügt sie über einen sozialen Nutzen, der im Fall des Kopftuches außerdem religiöser Natur ist. Zum anderen verdichten sich hier ästhetische Aspekte. Wie dies im einzelnen ausgestaltet ist, wird im Kapitel zum Konsum zur Sprache kommen.

Die Kleidung muslimischer Frauen, ihre Ästhetik, ihre saisonale Veränderung ist rein durch industrielle Moderne angetriebene Dynamik der Mode inspiriert. Wenn sie sich verändert, tut sie das aus der gleichen Lust an Abwechslung wie andere Moden. Moden muslimischer Frauen werden auf der Basis der Abgrenzung bzw. in Bezügen und Referenzen zu vorherigen Moden kreiert. Sie stellen in der Regel keine symbolische Gesellschaftskritik dar, zum Beispiel dass längere Röcke ein puritanischere Gesellschaft bedeutet. Wenn die Röcke länger werden, dann oft nur dann, weil sie in der vorigen Saison kürzer waren. Mode kann deshalb auch nicht zur Analyse von Gesellschaft dienen. (Svendsen 2006, S. 29) Wenn also jemand aufgrund der sich saisonal wandelnden Mode muslimischer Frauen auf semantische Codes und von diesen auf gesellschaftlichen Ansichten schließen will, wird er sich durch die Kleidung in die Irre leiten lassen. Dennoch verfügt die Hijab-Bekleidung über eine soziale Seite und hier bietet sie eine Projektionsfläche für gesellschaftliche Auseinandersetzungen und Diskurse und beinhaltet auch eine symbolische Gesellschaftskritik. Der diskursive Ausschluss von Muslimen wurde in den letzten zehn Jahren so intensiv betrieben, dass sich dies in der Kleidung vieler junger Frauen widerspiegelt, die sich äußerlich deutlich sichtbar ihrer religiös definierten Gruppe zuordnen, die ihnen dafür Respekt und Anerkennung zollt.

Wie Svendsen (ebd., S. 157) festhält, indiziert das Bewusstsein für Mode Selbstbewusstsein. Die Bekleidung der Frauen stellt damit eine Infragestellung der etablierten

⁶Interview mit Suaad vom 09.08.2011

gesellschaftlichen Hierarchie dar, da dieses Selbstbewusstsein durch wiederholte negative Zuschreibungen systematisch zu untergraben versucht wurde. Dabei sind es vor allem die vielen kleinen Details innerhalb der Bekleidungsentwürfe, die ein fortschrittliches Frauenbild und ein modernes Selbst signalisieren sollen, wie z.B. Hosen oder die Verwendung modischer Accessoires wie extra dafür designte Hijabnadeln. Auch die Auswahl der Stoffe ist eine bewusste Entscheidung. (Haase 2012, S. 49) Die Akteurinnen stellen, wie noch gezeigt werden wird, ihre Bekleidung aus unterschiedlichsten Quellen zusammen und arbeiten die modischen Dynamiken in alltäglichen Interaktionen miteinander aus.

Doch es scheint, als ob es einen systematischen Mangel dominanzgesellschaftlicher Wahrnehmung an der ästhetischen Seite der Hijab Bekleidung gibt, wodurch die soziale Einordnung der muslimischen Mitbürgerinnen in die Gesamtgesellschaft extrem erschwert ist. Ursache wird hierbei oft im Kopftuch selbst gesehen und in dem Beharren der Frauen darauf, es tragen zu dürfen, statt in der mangelnden Fähigkeit der Dominanzgesellschaft es angemessen zu lesen. Da viele Menschen, denen meine Interviewpartnerinnen begegnet sind, von einer Abwesenheit einer ästhetischen Komponente ausgehen, häufen sich deshalb bei den Frauen Eindrücke von Ablehnung. Dieses Gefühl der Ablehnung wird bestätigt durch die wiederholten Fragen nach dem Nutzen des Kopftuches bzw. die Aussagen zur Infragestellung eben jenes Nutzens. Oft wird unterstellt, die Kopfbedeckung habe einen nachteiligen Einfluss auf das gesamte Erscheinungsbild, ohne dass erkannt würde, dass das Kopftuch oft liebevoll eingebetteter Teil dieses Bildes ist .

Menschen der Dominanzgesellschaft können zwar sehr wohl die modischen Implikationen der Kleidung von Musliminnen erkennen, viele tun es auch, manche sogar bewusst und äußern in meiner Forschung ihre Bewunderung ob dieser Entwicklung. Meine These ist deshalb, dass, wer dies nicht tut, die Infragestellung der Hierarchie zu ignorieren versucht.

Literatur

- Abu-Lughod, Lila (2002). „Do Muslim Women Need Saving? Reflections on Cultural Relativism and its Others“. In: *American Anthropologist* 104.3, S. 783–790.
- Akyün, Hatice (20.05.2013). „Brüste im Kopf“. In: *Der Tagesspiegel*. Zuletzt abgerufen am: 22.05.2013. URL: <http://www.tagesspiegel.de/meinung/hatice-akyuen-ueber-angelina-jolie-brueste-im-kopf/8230238.html>.
- Barker, Eileen (2001). „A Comparative Exploration of Dress and the Presentation of Self as Implicit Religion“. In: *Dressed to Impress. Looking the Part*. Hrsg. von William J.F. Keenan. Dress, Body, Culture. Oxford, New York: Berg. Kap. 2, S. 51–68.
- Barnard, Malcolm (2002). *Fashion as Communication*. London, New York: Routledge, S. 7–24.
- Barthes, Roland (1983). *Systeme de la Mode*. Berkeley: University Press Group Limited.
- Bieger, Laura und Annika Reich (2012). „Mode als kulturwissenschaftlicher Grundriss. Eine Einleitung“. In: *Mode. Ein kulturwissenschaftlicher Grundriss*. Hrsg. von Laura Bieger und Susanne Rohr. München: Wilhelm Fink Verlag, S. 7–22.

- Brown, Malcolm D. (2001). „Multiple Meanings of the Hijab in Contemporary France“. In: *Dressed to Impress. Looking the Part*. Hrsg. von William J.F. Keenan. Dress, Body, Culture. Oxford, New York: Berg. Kap. 5, S. 105–122.
- Ebner, Claudia C. (2007). *Kleidung verändert. Mode im Kreislauf der Kultur*. Bielefeld: transcript.
- Entwistle, Joanne (2000). *The Fashioned Body: Fashion, Dress and Modern Social Theory*. Oxford: Wiley.
- Flügel, J.C. (1986). „Psychologie der Kleidung“. In: *Die Listen der Mode*. Hrsg. von Silvia Bovenschen. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Geiger, Anette (2012). „Mode zwischen Anthropologie und Ästhetik“. In: *Mode. Ein kulturwissenschaftlicher Grundriss*. Hrsg. von Laura Bieger und Susanne Rohr. München: Wilhelm Fink Verlag, S. 91–121.
- Haase, Birgit (2012). „La passante- Die Promenade als Modeschauplatz im Zeitalter des Impressionismus“. In: *Räume der Mode*. Hrsg. von Gertrud Lehnert. München: Wilhelm Fink Verlag, S. 33–56.
- Hollander, Anne (1993). *Seeing Through Clothes*. California paperback. Berkeley, Los Angeles: University of California Press.
- Lehnert, Gertrud (2012a). „Mode als Raum, Mode im Raum. Zur Einführung“. In: *Räume der Mode*. Hrsg. von Gertrud Lehnert. München: Wilhelm Fink Verlag, S. 7–24.
- (2012b). „Théâtre(s) de la mode: Moderäume und Modepuppen“. In: *Räume der Mode*. Hrsg. von Gertrud Lehnert. München: Wilhelm Fink Verlag, S. 261–287.
- Leutner, Petra (2012). „Die unheimlichen Räume des Rockes“. In: *Räume der Mode*. Hrsg. von Gertrud Lehnert. München: Wilhelm Fink Verlag, S. 235–251.
- McRobbie, Angela (1998). *British Fashion Design: Rag Trade Or Image Industry?* Taylor & Francis Group.
- (1999). *In the Culture Society. Art, Fashion and Popular Music*. New York: Routledge.
- Mentges, Gabriele (2012). „Urbane Landschaften im Modebild“. In: *Räume der Mode*. Hrsg. von Gertrud Lehnert. München: Wilhelm Fink Verlag, S. 133–154.
- Rasche, Adelheid (2012). „Von Sprach- und Bildräumen: Mode in Text- und Bildquellen.“ In: *Räume der Mode*. Hrsg. von Gertrud Lehnert. München: Wilhelm Fink Verlag, S. 115–122.
- Rohr, Susanne (2012). „Imaginäre Objekte: Wovon Mode spricht“. In: *Mode. Ein kulturwissenschaftlicher Grundriss*. Hrsg. von Laura Bieger und Susanne Rohr. München: Wilhelm Fink Verlag, S. 57–90.
- Silverman, Kaja (2012). „Fragmente eines modischen Diskurses“. In: *Mode. Ein kulturwissenschaftlicher Grundriss*. Hrsg. von Laura Bieger und Susanne Rohr. München: Wilhelm Fink Verlag, S. 143–160.
- Svendsen, Lars (2006). *Fashion: A Philosophy*. Reaktion Books.
- Tarlo, Emma und Annelies Moors (Apr. 2007). „Introduction“. In: *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body & Culture* Vol. 11.No. 2/3. Hrsg. von Emma Tarlo und Annelies Moors, S. 133–142.