

Bachelor-Thesis

im Studiengang Gestaltung/ Studienrichtung Modedesign

Thema:

*Heldinnen meiner Kindheit*

Unisex Mode, entwickelt aus der Perspektive weiblicher Modeattribute.

vorgelegt von: Gangaamaa, Itgekhui

Matrikelnummer: 30231

Eingereicht am: 30.07.2014

Vermerke der Prüfer:

ANGEWANDTE KUNST SCHNEEBERG

Fakultät der Westsächsischen Hochschule Zwickau



*Heldinnen meiner Kindheit –*

Unisex-Mode, entwickelt aus der Perspektive weiblicher Modeattribute



## Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	S.7
2. Mode als Kommunikation	S.11
2.1. Unisex Mode	S.11
2.2. Weibliche Frau vs. Männlicher Mann?	S.17
2.3. Unisex Mode = Gleichberechtigung?	S.21
2.4. Unisex-Mode – eine Utopie.	S.25
3. Zur Kollektion „Heldinnen meiner Kindheit“	S.33
4. Literaturverzeichnis	S.43



## 1. Einleitung

*"Vor etwa drei Jahren sahen wir einen langen Jüngling auf der Königsstraße uns entgegenwallen, dem etwas wie eine Glocke oder Waschschlüssel um die Knötchen schlampfte.*

*Wird wohl ein Mexikaner sein, dachten wir, denn die Spanier drüben in Amerika tragen ja längst dies non plus Ultra der Tulpenhose. Bald aber sah man einen zweiten, dritten, vierten, und die absurde Missform war Mode.*

*...Warum im Namen aller guten Geister der Wohlgestalt, warum kann das Mannsvolk nicht bei den einfach richtigen mäßig weiten Hosen verharren, die der Dürre noch etwas erweitern, der Elefantenfüßler noch etwas verengen kann?"*

*(Friedrich Theodor Fischer, 1879)<sup>1</sup>*

Anscheinend gab es vor mehr als hundert Jahren Menschen, die sich über normabweichende Kleidungsstile so ärgerten, dass sie sie niederschreiben mussten, um der Nachwelt diese Informationen nicht vorzuenthalten. Anscheinend gab es vor mehr als hundert Jahren Menschen, die sich normabweichend kleideten, um ...nun ja...was eigentlich?

Und was ist normkonform und was normabweichend?

Und interessant ist doch, dass diese im Zitat erwähnten Tulpenhosen gern vom "Mannsvolk" getragen wurden. Warum ist das eigentlich interessant?

Wenn man sich mit der Mode intensiver beschäftigt, so merkt man, dass Mode nicht nur ein abgegrenzter eigener Bereich ist, dessen Einflussbereiche mit klaren Linien zu begrenzen möglich wäre. Nein, vielmehr ist Mode in allen Bereichen des täglichen Lebens anzutreffen,

---

<sup>1</sup> Richard, Birgit: Die oberflächlichen Hüllen des Selbst. Mode als ästhetisch-medialer Komplex, in: Kunstforum Band 141, Juli- September 1998, S.49.





wenn man gewillt ist, näher hinzusehen. "Theoretische Beschäftigungen mit Mode haben eine lange Tradition, die weit im 20. Jahrhundert in Untersuchungen unterschiedlicher Wissenschaftsdisziplinen kulminiert, ob nun soziologisch-philosophische, semiotische oder kulturwissenschaftliche."<sup>2</sup>

Das ist kaum von der Mode zu erwarten gewesen, denn Mode wird oft unterschätzt, als oberflächlich und unwichtig angesehen.<sup>3</sup> Wobei gerade diese scheinbare Oberflächlichkeit der Mode ihren Reiz ausmacht. Denn die „ästhetisch-medialen Implikationen“<sup>4</sup> der Mode sind so vielfältig und unendlich, dass es die Mode abstrakt und nicht greifbar werden lässt.

Gerade deshalb bietet sie einen weiten Spielraum in ihrer praktischen Umsetzung und Nutzung. Als ein wichtiges Repräsentations- und Kommunikationsmittel des Menschen hat die Mode alle Voraussetzungen auf die jeweiligen individuellen Bedürfnisse und Ideen des sich Bekleidenden einzugehen und mehr oder weniger sichtbare Aussagen zu präsentieren.

Mode kommuniziert. Die Art und Weise des Auftretens sind insofern lesbar für diejenigen, die die Codes entschlüsseln können. Wobei abhängig von jedem Einzelnen diese Codes unterschiedlich interpretiert und gelesen werden.

Mit dem Wissen über die kommunikative Ebene von Mode legt die Arbeit einen besonderen Fokus auf Unisex-Mode. Die dazugehörige Kollektion „Heldinnen meiner Kindheit“ nutzt Mode als Repräsentationsmittel einer persönlichen Auffassung von Unisex-Mode und ist der Versuch einer Umdeutung bisheriger Unisex-Kollektionen.

---

<sup>2</sup> Richard 1998 (wie Anm.1), S.49.

<sup>3</sup> Schnierer, Thomas: Modewandel und Gesellschaft. Die Dynamik von „in“ und „out“, Opladen 1995, S.11.

<sup>4</sup> Richard 1998 (wie Anm.1), S.49.



## 2. Mode als Kommunikation

### 2.1. Unisex-Mode

*"Der Begriff Unisex wird auf Einrichtungen, Begriffe und Produkte angewendet, die für alle Geschlechter gleichermaßen konzipiert sind [...] Die Zuordnung von Modeartikeln in den Unisexbereich unterliegt kulturellen und geschichtlichen Bedingungen und hängt vom Rollenverständnis, der Geschmacksbildung und praktischen Erwägungen ab."<sup>5</sup>*

Die vorliegende Arbeit beschäftigt sich zum Teil mit dem Unisex-Gedanken in der Mode. Die daraus resultierende eigene Kollektion "Heldinnen meiner Kindheit" kann im Zusammenhang mit dieser Arbeit betrachtet werden.

Recherchen und Untersuchungen, ein spannendes Thema für diese Arbeit zu finden, ließen mich immer wieder die Schlagwörter ‚Der Mann in der Mode‘ und ‚Die Frau in der Mode‘ auffinden, wobei die beiden Schlagwörter als Synonyme für immer wiederkehrende stark voneinander abgegrenzte Teilbereiche in der Mode stehen.

Das ist natürlich nicht verwunderlich, denn seit dem ‚Ancien Regime‘ gelten klar strukturierte Kleidungsnormen für den Mann und die Frau<sup>6</sup>, wenn man davon ausgehen würde, dass nur die beiden Geschlechter existieren (dem ja nicht so ist). Demnach ist es nicht verwunderlich, dass im Laufe der Modehistorie immer wieder Konzepte zur Gestaltung von Unisex-Mode aufkamen. Dabei standen verschiedene Aspekte soziologischer, philosophischer oder kultureller Herkunft im Mittelpunkt.

---

<sup>5</sup> „Creative Commons Attribution/Share Alike“, in: Wikipedia, 2013 [19.12.2013], <de.wikipedia.org/wiki/Unisex> (16.06.2014).

<sup>6</sup> Vinken, Barbara: Angezogen. Das Geheimnis der Mode, Stuttgart 2013, S.33.



Abb.1: Calvin Klein Campaign, <<http://de.adforum.com/creative-work/ad/player/25076>>. Diese bekannte Kampagne aus den 90ern wirbt nicht nur für einen Duft, sondern auch mit dem Lebensgefühl einer neuen Generation, die sich vom Trias Geschlecht, Rasse und Stand befreit hat.



Abb.2: Jil Sander, Fall/Winter 1992, <<http://90srunway.tumblr.com/post/9011149220/jil-sander-f-w-1992>>. Jil Sander gelang der Durchbruch 1992. Mit puristischen tadellos sitzenden Hosenanzügen, die Frauen nicht künstlich, sondern natürlich wirken lassen, schafft sie das Bild der emanzipierten Frau.

Unisex-Mode als Konzept der Gleichberechtigung zwischen Mann und Frau (Abb. 1), Unisex-Mode als Haltung einer emanzipierten Frau (Abb. 2), Unisex-Mode als Rebellion (Abb. 3), Unisex-Mode als passformtechnische Herausforderung (Abb. 4), Unisex-Mode als Tausch der Geschlechter (Abb. 5 und 6), Unisex-Mode als Lebensstil (Abb. 1), ...

Doch fest steht, dass die Geschichte der Unisex-Mode auch immer eine Geschichte der ‚Geschlechter‘ ist, allein schon aus der Wortzusammensetzung von ‚uni‘ aus dem Lateinischen für ‚unus‘, zu Deutsch ‚Eins‘, im Sinne von ‚Einheit‘ und ‚Sexus‘, zu Deutsch ‚Geschlecht‘.<sup>7</sup>

Diese Diskussion findet sich ganz eindeutig in den Gender Studies wieder, die einem eine ausführlichere und tiefer greifende Erklärung und Zusammenhänge aufzeigen können.

Dies kann die vorliegende Arbeit nicht leisten, sie kann jedoch als Einstiegspunkt in das Thema aus dem Blickwinkel der Mode dienen.

---

<sup>7</sup> „Creative Commons Attribution/Share Alike“ 2013 (wie Anm. 5)



Abb.3: Malcolm McLaren und Vivien Westwood, 1976, <https://theflamboyantblog.wordpress.com/tag/malcolm-mclaren/>. McLaren und Westwood entwarfen und prägten den Stil des Punks der 70er Jahre maßgeblich. Dabei spielten und provozierten sie auch mit geschlechterspezifischen Merkmalen.



Abb.4: Rad Hourani Couture, <http://forwardcouncil.com/p/69/rad-hourani---unisexual-transformable-collection-7>. Rad Hourani ist der erste Unisex-Designer, der Mitglied der Pariser Haute Couture ist. Seine Entwürfe sind für alle Geschlechter gleichermaßen konzipiert. Während die Couture-Linie eher experimentelle Formen findet, ist die Ready To Wear-Linie als tragbar zu bezeichnen.



Abb.5: Jean Paul Gaultier, Herbst/Winter 2009/2010, <<http://www.artschoolvets.com/news/2009/07/30/jean-paul-gaultier-herbstwinter-20092010/>>.



Abb.6: Dusan Reljin for Elle Serbia, Issue January 2013, Photography, <<http://www.designscene.net/2012/12/andrej-pejic-elle-serbia.html>>. In Abb.5 und 6 sind die jeweiligen Models dieselben Personen. Raquel Zimmermann, übernimmt in der Kampagne von Gaultier als Frau auch den männlichen Part. Und in der Fotostrecke der ‚Elle‘ übernimmt Andrej Pejic als Mann beide Rollen.





## 2.2. Männliche Frau vs. Weiblicher Mann?

*'Man in the Mirror [...] Erobert Make up jetzt auch die Männerwelt?'<sup>8</sup>*

*„Männer sind immer modisch gewesen“<sup>9</sup>*

*„Mode ist nicht nur das Zeug, das Frauen tragen“<sup>10</sup>*

Solche und ähnliche Schlagzeilen liest man häufig in verschiedenen Zeitschriften und Zeitungen. Sie belegen die Existenz einer Rollenverteilung zwischen Mann und Frau in der Mode. Wir alle, und mit mir könnte ich fast die ganze Welt meinen, wissen von den Rollenverteilungen in der Mode und ihren Verhaltensregeln. Durch Fernsehen, Internet, Magazine, Werbung und andere Medien wurden sie uns suggeriert und wir haben sie teilweise verinnerlicht. Jedenfalls werden die meisten Menschen diese Regeln, durch die visuell kommuniziert wird, kennen gelernt haben. Diese Regeln sind die in der Einleitung erwähnten Codes. Und durch dasselbe aufgebaute Verständnis von dem ‚was sich gehört‘ und ‚was sich nicht gehört‘, ist es erst möglich, mit den Mustern zu spielen, diese zu variieren, weiterzuentwickeln, zu brechen oder ‚salonfähig‘ zu gestalten.

*"Ich habe schon etwas für die Männer erreicht. Vorher war es undenkbar, dass Männer etwas mit Blumendruck oder eine helle Krawatte oder farbige Socken trugen. Das hat man einfach nicht getan. Aber ich betrachte ein Blumenhemd nicht als etwas Feminines. Ich denke da eher an Rock'n'Roll." (Paul Smith, 39:01)<sup>11</sup>*

---

<sup>8</sup> Batliwalla, Navaz: Man in the Mirror, in: H&M Magazin Frühjahr 2014, S.80.

<sup>9</sup> Beward, Christopher: Männer sind immer modisch gewesen, in: Der Schöne Mann. Mode Interview Essay, Hamburg 2012, S.216.

<sup>10</sup> Prüfer, Tillmann, in: Deutschlands risikoscheue Modehändler, in: Zeit Online, [19.01.2014].<[www.zeit.de/lebensart/mode/2014-01/modewoche-berlin-fashion-week](http://www.zeit.de/lebensart/mode/2014-01/modewoche-berlin-fashion-week)>(16.06.2013)

<sup>11</sup> Paul Smith. Gentleman, Designer. Carrel, Stéphane. Frankreich 2010. TC: 39:01.



Im Zitat wird erwähnt, dass Blumendruck im Allgemeinen nichts für den Mann ist. Viel Haut, wie Rückenausschnitte, schulterfreie Oberteile, Schlitz an Beinkleidung sind Details, die man eher der Damenbekleidung zuordnen würde. Genauso wie extremere Farbkombinationen, sehr Körperbetontes als auch extravagante Details, wie Broschen, Knöpfe, Kragenvarianten. Spiele mit Proportionen oder experimentellere Handwerksarbeiten, als auch Drapierungen, Rüschen und größtenteils auch die Verwendung von Materialien wie Spitze oder Transparentem.

Es sieht so aus, als würde sich ‚Frau‘ mehr in der Mode erlauben dürfen, als wäre das Spektrum an Möglichkeiten unbegrenzt.

Das ist kein Geheimnis. „Männer brauchen Mode, die sie von solchen Klischees befreit“<sup>12</sup> und andere ähnliche Texte, in denen es um die Einengung der modischen Freiräume des Mannes geht, sind bereits vorhanden. Genauso gibt es auch Gegenstimmen, die der anscheinenden Bevorzugung der Frau in der Mode widersprechen. Männermode ist eine häufig adaptierte und stets präsente Mode, nahezu jedes Teil ein Klassiker, wiederbelebt und neuinterpretiert aus dem großen Fundus der Uniform. Genauso findet der Sport- und Streetstyle zwischen den Geschlechtern seinen Ursprung in der Männlichkeit und verkörpert die männliche Attitüde, der sich Frauen annehmen müssen. So hat jedes Geschlecht in der Mode seine Handicaps, denn „Mädchen haben attraktiv zu sein, Jünglinge haben keinen Körper, ihr Geschlecht beweist sich in Gelassenheit, Mut und Ausdauer“<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup>Prüfer, Tillmann, in: Geschlechtergrenzen überwinden. Wann ist ein Mann ein Mann? Die Mode verteilt die Rollen neu, in: Zeitmagazin Nr. 08/2011 [17.02.2011]. <[www.zeit.de/2011/08/Mode-Lebensgefuehl/komplettansicht](http://www.zeit.de/2011/08/Mode-Lebensgefuehl/komplettansicht)>(16.06.2013).

<sup>13</sup>Schlaffer, H., in: Zaghafte Amazonen, in: Zeitmagazin Nr. 17/2006 [20.04.2006].<[www.zeit.de/2006/17/Unisex-Mode/komplettansicht](http://www.zeit.de/2006/17/Unisex-Mode/komplettansicht)>(16.06.2013)



Abb.7: ‚Le Smoking‘ von Yves Saint Laurent aus den 60ern, <<http://www.welt.de/lifestyle/article113476723/Pariserinnen-duerfen-endlich-Hosentragen.html>>.



Abb.8: Marlene Dietrich, 1933, <[http://polka-dotted-cat.com/md\\_kh\\_pants.html](http://polka-dotted-cat.com/md_kh_pants.html)>.

### 2.3. Unisex-Mode = Gleichberechtigung?

Das bedeutet, Frauen identifizieren sich mehr mit der Mode als Männer. Ob diese Aussage zutreffend ist, ist fragwürdig. Jedoch ist sie ein verallgemeinerter Standpunkt, der in der Gesellschaft größtenteils akzeptiert wird. Das Modische mit dem Weibischen in Bezug zu setzen, kommt daher, dass das Modische, als auch das Weibische mit denselben Charaktereigenschaften beschrieben wird, Oberflächlichkeit, Koketterie und Launenhaftigkeit<sup>14</sup>, laut Vinkens Buch „Angezogen“. Natürlich ist die Übertreibung ein gekonntes Stilmittel um Aufmerksamkeit zu erlangen und dennoch, weiß nahezu jeder, was mit der Aussage gemeint ist.

Die Performanz beider Geschlechterklischees besteht.

Das mag der Grund für die sehr offensichtlichen Unisex-Kollektionen in der Praxis sein. Nach wie vor sind sie eine Besonderheit in der Branche, sie werden explizit als solche dargestellt und die Designer erwähnen und identifizieren sich gern mit dieser Sonderstellung. Natürlich hat sich die Unisex-Mode weiterentwickelt und einen sichtbaren Prozess beschritten, in Bezug auf ihre Realisierung. So sind Unisex-Moden der Vergangenheit oft durch einen Tausch zwischen Männer- und Frauenmode gekennzeichnet, nehmen wir beispielsweise den Hosenanzug für Frauen von Yves Saint Laurent (Abb. 7), der in den 60ern von Schauspielerinnen wie Catherine Deneuve getragen wurde und große Erfolge feierte, wobei wohl Marlene Dietrich die Pionierin bei der Etablierung von Hosenanzügen für Frauen war (Abb. 8). Die Marlenehose wurde nach ihr benannt und Frauen in Hosenanzügen stehen nach wie vor für eine emanzipierte und selbstbewusste Frau.<sup>15</sup> Umgedreht ist der Glamrock aus den 70ern bei

---

<sup>14</sup> Vinken 2013 (wie Anm. 6), S.70.

<sup>15</sup> Erdmann, Nicola, in: Pariserinnen dürfen endlich Hosen tragen, in: Die Welt [17.06.2014], < <http://www.welt.de/lifestyle/article113476723/Pariserinnen-duerfen-endlich-Hosen-tragen.html>>(17.06.2014).

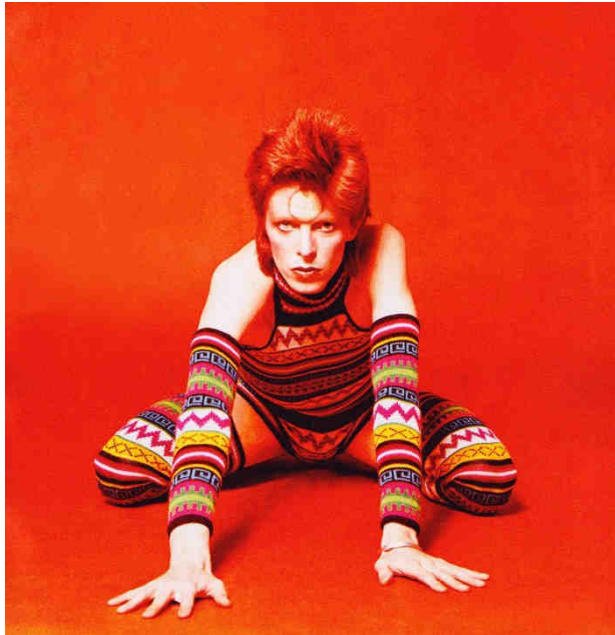


Abb.9: David Bowie als Ziggy Stardust, <<http://classicalbumsundays.com/classic-albums-sundays-presents-david-bowies-the-rise/>>. *“Everybody was convincing me that I was a messiah... I got hopelessly lost in the fantasy.” – David Bowie on Ziggy Stardust*



Abb.10: Rad Hourani, Collection #6, <<https://thefashiontalk.wordpress.com/category/rad-hourani/>>.

Männern mit glitzernden und femininen Kostümen, als auch Make-up einhergegangen. Es war Ausdruck, mit und gegen Geschlechterrollen anzutreten.<sup>16</sup> David Bowies Kunstfigur des Ziggy Stardust ist wohl der bekannteste Vertreter des Glamrock und nennenswerte Figur einer Umsetzungsform des Unisex (Abb. 9). Androgyn und geschminkt setzte er sich anhand dieser Repräsentationsmittel für die Gleichberechtigung von Homosexuellen ein. Damit diente Unisex-Mode auch der Gleichberechtigung der sexuellen Orientierungen.

Nicht verwunderlich, dass Unisexmode eine ausdrucksstarke Form in der Vergangenheit fand, immerhin stand sie oft für einerseits Protest und andererseits Fortschritt. Heutzutage sind Unisex Kollektionen nicht mehr so laut (Abb. 10). Es geht eher darum „wie man etwas entwerfen kann, das uns von Konventionen befreit. Wenn ich von Unisex rede, geht es nicht um Mann und Frau, es geht um alles, was uns voneinander distanzieren und trennen könnte.“ (Rad Hourani in Der Tagesspiegel)<sup>17</sup>

Derzeit bedeutende Designer aus Deutschland mit Spezialisierung auf Unisex Kollektionen sind Patrick Mohr und Damir Doma, denen es auch „auf das Individuum ankommt, und nicht auf das Geschlecht“<sup>18</sup> oder auf „Alter, Rasse, Tradition und Nation[...]um Kategorien.“<sup>19</sup>

---

<sup>16</sup> Auslander, Philip: Performing Glam Rock. Gender and theatricality in popular music, Michigan 2006, S.210.

<sup>17</sup> Thönnisen, Grit, in: Rad Hourani macht Mode für Frauen und Männer, in: Der Tagesspiegel [20.03.2014]. <<http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/mode/unisex-und-haute-couture-rad-hourani-macht-mode-fuer-frauen-und-maenner/9645280.html>>(17.06.2014)

<sup>18</sup> Prüfer 2011 (wie Anm.19)

<sup>19</sup> Thönnisen 2014 (wie Anm.25)





## 2.4. Unisex-Mode – eine Utopie.

Die Welt ist nicht schwarz-weiß. Mode ist kein ‚Kampf der Geschlechter‘, wobei dieser Satz keine Relevanz haben sollte (da er einen ‚Kampf‘ als auch Unterschiede zwischen den Geschlechtern sozialwissenschaftlich gesehen, suggeriert).

Belegbar ist jedoch die Tatsache, dass im Laufe der Historie von verschiedenen Moden immer wieder der Gedanke von Unisex-Moden aufkam. Dabei wird deutlich, dass Unisex-Mode mehrheitlich aus dem Standpunkt der Männermode heraus entwickelt wurde. Die Formsprache des Unisex wurde oft dominiert durch das Androgyne und Männliche (mit den Klischees, die es mit sich bringt, behaftet).

Natürlich ist das paradox, denn einerseits besteht der Mythos der Modefeindlichkeit der Männer gegenüber Mode, der sogenannten Legende von der „great masculine renunciation“<sup>20</sup>, doch gleichzeitig wird in der Unisex-Mode die Männermode als tonangebende Inspirationsquelle immer wieder neu verwendet und neu ausgelegt. In der Alltagspraxis „muss dem oberflächlichsten Betrachter ins Auge springen, dass der vielbeschworene Unisex nur von der Männer- zur Frauenmode geht. [...] Bis heute kann sie seinen Schlafanzug, sein Hemd, seinen Pullover anziehen. [...] Er würde in ihrem viel zu engen T-Shirt und ihren UGGs komisch aussehen.“<sup>21</sup>

Womit das zusammen hängen mag, ist nicht ganz klar. Doch eines der Faktoren mag sein, dass „Frauen, die sich modisch kleiden, ihre Weiblichkeit zu steigern vermögen; Männer hingegen, die modischen Aufwand betreiben, müssen den Verlust ihrer Männlichkeit fürchten.“<sup>22</sup>

Wenn man also Unisex-Mode nur von Weiblichkeit/Männlichkeit abhängig machen würde, dann kann man beruhigt in die Zukunft der modischen

---

<sup>20</sup> Breward 2012 (wie Anm.9), S.216.

<sup>21</sup> Vinken 2013 (wie Anm.6), S.32.

<sup>22</sup> Krass, Andreas: Das Geschlecht der Mode. Zur Kulturgeschichte des geschlitzten Kleides, in: Die Kunst der Mode, Band 4, Oldenburg 2006, S.26.



Möglichkeiten sehen. Die Geschlechterforschung ist nicht nur künstlerisch, sondern auch wissenschaftlich ein Themenfeld mit dem sich die Gesellschaft immer intensiver beschäftigt. Der Stereotyp vom Mann als Beschützer und Ernährer der Familie ist in vielen Kulturkreisen am schwinden, sowie der Hausfrauen- und Mutter-Stereotyp der Frau. Heutzutage kann jeder selber entscheiden, was Weiblichkeit/Männlichkeit für einen bedeutet. Subjektive Auseinandersetzungen und Auffassungen mit dem Thema sind längst im Alltagsleben eines Jeden angekommen, denn die Möglichkeiten der Lebensgestaltung erfordern die Beantwortung dieser Fragen. (wie zum Beispiel: Passe ich meinen Arbeitsplatz an den meines Partners an? Gebe ich meinen Arbeitsplatz zugunsten meines Kindes auf? Nehme ich ein Pendlerdasein für eine höhere Position in Kauf? Kind und/oder Karriere?...)

Es kristallisiert sich heraus, dass Selbstbestimmung und Selbstverwirklichung bedeutende Bereiche im Leben sind, die sich entweder in dem was wir machen oder indem wie wir uns repräsentieren zu sehen sind. „Industriekapitäne und Trophäengattinnen“<sup>23</sup> gibt es zwar noch, aber sie werden argwöhnisch betrachtet. Männer hatten den Beruf, um sich selber zu verwirklichen, den Frauen blieb die Mode. Doch die „traditionell männliche Einkommensquelle ist zusammengebrochen [...] Die Geschlechterverhältnisse haben sich verschoben, Scheidungsraten stiegen an und das männliche Selbstbewusstsein stürzte in eine Krise“<sup>24</sup>

Also ist dieser ‚Fall‘ des Mannes verantwortlich für sein neues „Modebewusstsein, wie die Spannbreite der Hautprodukte, der Modeaccessoires, der immer schneller wechselnden Modewellen zeigt“<sup>25</sup>.

---

<sup>23</sup> Vinken 2013 (wie Anm.6), S.129.

<sup>24</sup> Breward 2012 (wie Anm.9), S.218.

<sup>25</sup> West, Russel: Männlichkeit als Modesprache. Versuche individueller Gender-Artikulationen bei Jugendlichen, in: Jugend, Mode, Geschlecht. Die Inszenierung des Körpers in der Konsumgesellschaft, Frankfurt am Main 2003, S.192.



Abb.11: Weekday in Kollaboration mit Matthew Ames 2013, <<http://www.kalinkakalinka.de/2013/03/28/its-allover-denim-die-neue-kollaboration-prairie-von-weekday-und-matthew-ames/>>.



Abb.12: Cos 2013, < <http://chasseurmagazine.com/2013/01/03/cos-2013-ss-mens-collection/>>.

Positiv formuliert: Die Geschlechterrollen nähern sich einander an. Ausschlusskriterien sind nicht mehr aktuell. Wie gesagt, Mode ist kein ‚Kampf der Geschlechter‘.

Am Beispiel von Schweden ist zu erkennen, wie sich gesellschaftliche Gleichberechtigung zwischen Mann und Frau auch in der Modellandschaft bemerkbar macht. Schweden wird nicht ohne Grund umgangssprachlich als das Land der ‚Modewunder‘ bezeichnet. Besonders der androgyne und ‚schöne Mann‘ wurde hier kreiert. Labels, wie *Cheap Monday*, *Weekday* oder *Cos* etablieren den sensiblen und feinfühligem Mann, der sich gern mit seinem Aussehen beschäftigt und mutig eigene Stile, die besonders oft feingliedrig und feminin erscheinen, trägt. (Abb. 11 und 12) Eng geschnittene Hosen und Hemden, gerne auch pastellfarbene Pullunder, sauber manikürte Fingernägel...sind kein No-Go und der Rest der Welt übernimmt die Entwicklung gern mit. Besonders bei *Weekday* und *Cheap Monday* fällt auf, dass die einzelnen Bekleidungsstücke für Sie und Ihn konzipiert sind. Ob es daran liegen mag, dass in Schweden 80% der Frauen Vollzeit beschäftigt sind und dabei 93% von dem verdienen, was die Männer für die gleiche Arbeit erhalten? (In Deutschland sind es 50% der Frauen, bei 80% Verdienst, von dem, was Männer erhalten.) Dass jedem Kind ein Platz in einer Kindertagesstätte garantiert wird, dass Ganztagsangebote an Schulen normal sind und besonders, dass Väter als auch Mütter eine Elternzeit nehmen müssen.<sup>26</sup>

Schweden ist hier natürlich das Paradebeispiel, doch auch in anderen Ländern zeichnet sich eine positive Entwicklung ab. (Die hoffentlich schnell das Ziel erreichen wird.) Dann wird es interessant zu sehen sein, wie sich die Menschen dieser Gesellschaft hinsichtlich zu Mode verhalten werden und welche Rolle Unisex-Mode spielen wird.

---

<sup>26</sup> Bongertz, Christiane Stella: Gleichberechtigung von Frauen in Schweden, in: Frauenzimmer[12.05.2009]. <<http://www.frauenzimmer.de/cms/leben-genuss/gleichberechtigung-von-frauen.html>>(24.06.2014).



Abb.13: Kunzite überreicht Zoisite eine Blume,  
<[http://sailormoon.wikia.com/wiki/File:Kunzite\\_gives\\_Zoisite\\_a\\_rose.jpg](http://sailormoon.wikia.com/wiki/File:Kunzite_gives_Zoisite_a_rose.jpg)>.



Abb.14: Streetstyle aus Tokio, <<http://streetpeeper.com/fashion/satoshi-tokyo>>.

Aber auch in Japan interessieren sich Männer stark für Mode und Kosmetik und haben keine Angst vor modischer Extravaganz. Hier liegt es höchstwahrscheinlich nicht an der Gleichberechtigungspolitik des Landes, sondern an einer einfach anderen gesellschaftlichen Einstellung zu Geschlechtern. In vielen Mangas und Animes, deren Geburtsland Japan ist, kann man diese Einflüsse sehen. Selbst bei ‚Sailor Moon‘ dem gängigsten und bekanntesten Manga, gibt es homosexuelle Partner und das Spiel mit den Grenzen der Geschlechtermerkmale. So werden die ‚Sailor Three Lights‘ nach ihrer Verwandlung immer zu weiblichen Kriegerinnen, obwohl ihre Erdavatare männlich sind. ‚Zoisite‘ und ‚Fischauge‘ sehen aus wie Frauen, sind doch aber Männer. Diese Tatsache wird nicht einmal in der Serie besonders hervorgehoben. Für den deutschsprachigen Raum aber wurden sie als Frauen markiert und mit einer weiblichen Synchronstimme belegt. Der Grund für die Stimmenumwandlung könnte ‚Zoisites‘ Lebenspartner ‚Kunzite‘ sein, vielleicht ist der europäische Raum nicht bereit dem Kinderpublikum Homosexualität als Selbstverständlichkeit vorzustellen.

Unisex-Mode ist keine Utopie, denn sie war und ist bereits in verschiedenen Varianten vorzufinden. Kleidungsvorschriften sind speziell in den letzten Jahren stark aufgelöst worden, viele neue Trends und Stilrichtungen haben sich etabliert. Individualität ist dabei oft das Stichwort. Betrachtet man diesen Prozess, so könnte man meinen, dass diese Individualität der Subjekte mit der fortschreitenden Emanzipation Aller Hand in Hand geht.



Abb.14: Buffy, die Vampirjägerin, <<http://www.amazon.de/Buffy-Bann-D%C3%A4monen-komplette-Season/dp/B0007TWEKS>>. Zu der Erfolgsserie ‚Buffy- im Bann der Dämonen‘ gibt es, besonders im Bereich der Geschlechterforschung viele wissenschaftliche Abhandlungen. Wenn man die Serie gesehen hat, kann man nur feststellen, dass sie doch eine sehr außergewöhnliche Frauenfigur in dieser Mediengesellschaft ist.



Abb.15: Sailor Moon, < <http://www.viva.tv/shows/1796-sailor-moon>>.

‘Sailor Moon’ ist wohl Wegbereiterin japanischer Animes und Mangas in Europa gewesen. Dabei ist interessant, dass in der japanischen Anime- und Manga-Szene geschlechtstypische Merkmale als auch sexuelle Orientierungen oft vermischt und gewechselt werden.



### 3. Zur Kollektion „Heldinnen meiner Kindheit“

„Heldinnen meiner Kindheit“ – wie der Titel vermuten lässt, ist die Kollektion inspiriert von meiner Kindheit und meinen ganz persönlichen Heldinnen, zu denen ich in der Zeit aufgeblickt habe. Buffy – die Vampirjägerin (Abb.14), Sailor Moon – die Kriegerin für Liebe und Gerechtigkeit (Abb.15), Britney Spears – damaliges Pop-Idol der 90er (Abb.16), Leeloo – das fünfte Element im Körper einer Kämpferin (Abb.17). Dabei wurde mir bewusst, dass diese Vorbilder allesamt Frauen waren, die mutig und stark für das Leben ihrer Mitmenschen einstanden. Dieses Gefühl der Euphorie und Sympathie wollte ich gern in der Kollektion überbringen. Diese realen und fiktiven Figuren bewunderte ich einst als Kind und bis jetzt, inspirieren mich diese Charaktere nach wie vor. Vielleicht nicht mehr in so überschwänglichem Maß wie damals, doch immer noch stark genug, um sie als Ausgangspunkt für meine diesjährige Bachelor-Arbeit zu nehmen.

„Wir werden nicht allein als Frauen unterdrückt, sondern wir werden dadurch unterdrückt, dass wir Frauen (oder Männer) zu sein haben.“<sup>27</sup>

(Gayle Rubin)

Gleichzeitig bin ich während meiner Entwicklungsphase immer wieder auf die Begrifflichkeiten ‚Männermode‘ und ‚Frauenmode‘ gestoßen und wie in der Einleitung erwähnt, wollte ich diese beiden Begriffe zusammenführen, was mich am Ende zu einer Unisex-Kollektion führte. Doch wie lässt sich so eine Unisex-Kollektion gestalten? Und vor allen Dingen, was für eine Aussage und einen Ausdruck strebe ich an?

---

<sup>27</sup>Bachmann, Cordula: Kleidung und Geschlecht. Ethnographische Erkundungen einer Alltagspraxis, Bielefeld 2008, S.9.

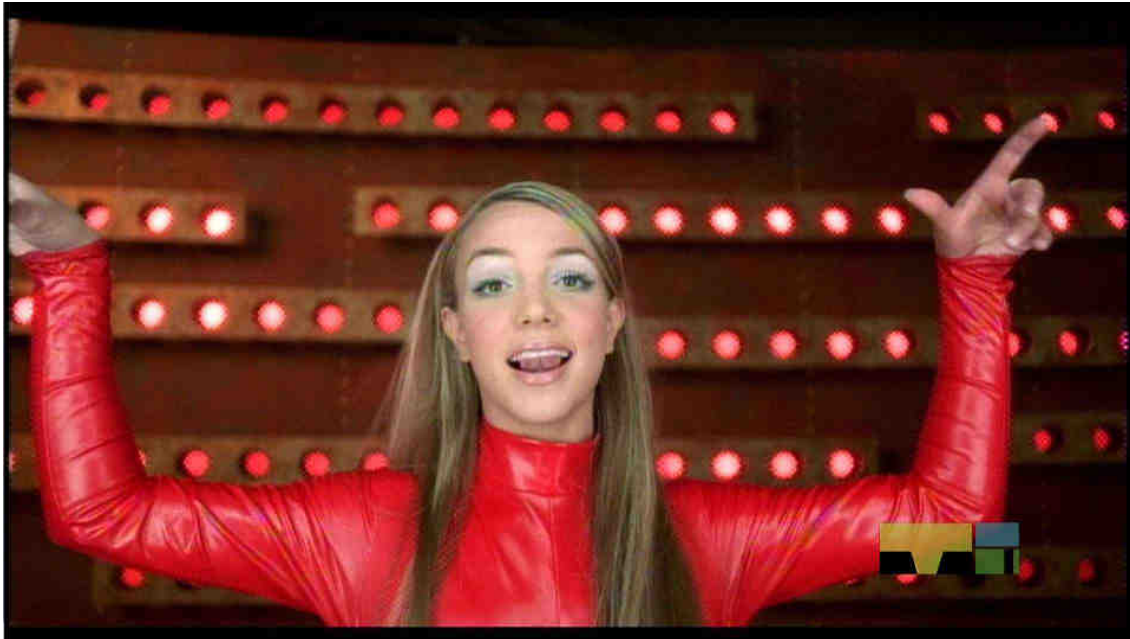


Abb.16: Britney Spears im Clip zu ihrer Single ‚Oops, I did it again‘, [http://nnm.me/blogs/trimeiro/britney\\_spears\\_oops\\_i\\_did\\_it\\_again\\_hd\\_music\\_video\\_\\_1/](http://nnm.me/blogs/trimeiro/britney_spears_oops_i_did_it_again_hd_music_video__1/).



Abb.17: Leeloo, aus dem Film ‚Das fünfte Element‘ von Luc Besson, <http://onthisdayinfashion.com/?p=13466>. Jean Paul Gaultier entwarf für den Film die Kostüme und Accessoires. Für die, in der Zukunft spielenden Handlung, ist der Kleidercodex für Männer teilweise sehr feminin gestaltet.

Das Zitat von Gayle Rubin formuliert passend meine Intention zu der Kollektion „Heldinnen meiner Kindheit“.

In dem vorangegangenen Kapitel wird von der sogenannten „great masculine renunciation“ gesprochen, dem Phänomen, dass ab Ende des 18. Jahrhunderts Männermode dem Monopol des klassischen Herrenanzuges unterstanden.<sup>28</sup> Ein Grund, weshalb der Mann bis heute noch in den Anfängen seiner modischen Auseinandersetzungen steckt und sich von der Mode diskriminiert fühlt. Andererseits lässt sich Unisex-Mode für Frauen öfter von männlichen Modeattributen leiten, um ernst genommen werden zu können. Frauenmode kann alles – verspielt, elegant, sexy sein. Nur Seriosität und Kompetenz kann sie nur anhand von männlichen Modeattributen ausstrahlen. „Was Frauen in der Öffentlichkeit darstellen, ist ihre Weiblichkeit, die mit der Mode synonym geworden ist. [...] Frauen erscheinen, Männer sind.“<sup>29</sup> Diese beiden oft in der Literatur vertretenen Aussagen gaben mir Anlass für meine persönliche Auslegung für diese Unisex-Kollektion.

Weitab von Anzug und Uniform möchte ich dem Mann eine neue Ausdrucksform bieten, um seinen derzeitigen Modewandel mit voran zu treiben. Gleichzeitig hat es die Frau verdient, eine Unisex-Mode ihr eigen nennen zu können, die von weiblichen Modeattributen inspiriert wurde, um das Bild männlicher Vorherrschaft zu brechen.

Es geht nicht um Gerechtigkeit oder eine geschlechterfreie Zone. Diese Kollektion ist ein Angebot, neue Ausdrucksformen und neue Geschlechterperformanzen zu gestalten.

Dabei ist mir bewusst, dass ich mit vorhandenen Geschlechterklischees spiele. Mit Weiblichkeit und Männlichkeit und dem, was die ‚moderne Gesellschaft‘ (mit modern meine ich Menschen, die mit einem starken

---

<sup>28</sup> „Creative Commons Attribution-Share Alike License“, in: Wikipedia, 2013. [17.12.2013]. < [http://en.wikipedia.org/wiki/Great\\_Male\\_Renunciation](http://en.wikipedia.org/wiki/Great_Male_Renunciation)>(24.06.2014).

<sup>29</sup> Vinken 2013 (wie Anm.6) S.70.



Bezug zu derzeitigen virtuellen Medien leben) darunter versteht. Mode ist schließlich auch ein Teil der Kommunikation, und innerhalb dieser, kann ich mich ausprobieren, damit das Publikum meine Intentionen und Aussagen lesen und verstehen kann.

So sind die weiblichen Modeattribute, aus deren Perspektive ich diese Kollektion gestalte, inspiriert von Form- und Farbtrends der 90er Jahre. Da ich als Kind in den 90ern aufwuchs und die ‚Heldinnen‘ ihre Geburtsstunde auch in dem Jahrzehnt feierten, lag die Tatsache nah, Trends aus den 90ern zu übernehmen und in abgewandelter und abgeschwächter Form wieder zu geben. Viel Haut, in Form von bauch-, rücken- und schulterfreien Bekleidungssteilen, als auch nackte Beine und Arme sind ein Part der weiblichen Modeattribute und auch der 90er Jahre Trends. Genauso wie Rundhalsausschnitte und eher abgerundete Säume und Bündchen, die der Kollektion ihre weiche, und somit weibliche Note verleihen. Auch die Silhouetten der einzelnen Modelle sind schmal konzipiert und haben eine leicht abgerundete Linienführung, um oben genannte Wirkung zu erzielen. Im Gegensatz zur Männermode spiele ich mit den Proportionen. Ich nutze leichte Überlagerungen der einzelnen Bekleidungssteile, mixe kurz und lang. Um die weichen und weiblichen Formen innerhalb der Kollektionen herauszuheben, sind auch die Stoffe aus sogenannten ‚Wohlfühl-Materialien‘. Dünneres und dickeres Jersey in Kombination mit Wolle sind größtenteils verwendet worden. Die Kollektion ist somit eher der ‚Streetwear‘ zu zuordnen, wobei sie nicht ganz so rau wirken soll. Deswegen ist in der Kollektion in kleinem Anteil Webware, Mesh und Kunstfell eingebaut, um sie aufzuwerten und eleganter wirken zu lassen. Auch die Einarbeitung von handgefertigten Elementen, wie Geflochtenes und Gewickeltes, sind verspielte und liebevolle Details, die der strengen Herrenmode gegenüber stehen. So erinnern mich die gewickelten Bänder an den Trend aus den 90ern, wo sich junge Mädchen mit der Technik ihre Haarsträhnen mit verschiedenen farbigen Garnen schmückten.



Abb.18 und 19: Jil Sander, Summer/Spring 1997, [http://www.topmodelsoftheworld.com/2013/09/blog-post\\_7007.html](http://www.topmodelsoftheworld.com/2013/09/blog-post_7007.html) und <http://pinsndls.com/2012/02/25/jil-sander-at-jil-sander-again/>. Nicht das minimalistische Design von Jil Sander, sondern dieses Legere und Ungezwungene empfand ich als sehr inspirierend für den Ausdruck meiner Kollektion.



Abb.19: Druckmotive meiner Kollektion, 2014. Acryl und Edding auf Papier, pro Motiv 42cm x 59,4 cm, Leipzig.

Zu dem Farbkonzept haben mich verschiedene Magazine aus den 90ern und die ‚Heldin Leeloo‘ inspiriert. Orange in seinen verschiedenen Varianten, in Kombination mit schwarz und weiß sind die Hauptfarben der Kollektion. Akzente setze ich mit grasgrünen und pinken Farbtupfern. So stehen auch die Farben in Kontrast zu den gedeckten Farben eines klassischen Herrenanzuges.

Natürlich geht es mir nicht darum ein Gegenkonzept zur Herrenmode zu entwickeln. Die Kollektion ist keine verschnörkelt, kitschige Girlie-Mode, die von neuem die Geschlechterklischees in den Blicken der Menschen verfestigen soll. Nicht die Girlie-Mode der 90er war mir das Leitbild für ‚Heldinnen meiner Kindheit‘, sondern der toughe und dennoch zarte Ausdruck ihrer Nebenströmung – der erwachseneren, ruhigeren, sinnlicheren ‚großen Schwester‘ eines Girlie. (Abb.18 und 19) Die, in der Kollektion verwendeten, weiblichen Modeattribute sind hoffentlich so wirkungsvoll zum Einsatz gekommen, dass sie das Feminine unterstreichen und trotzdem den Männern ihre Männlichkeit lassen. Symbolisch stehen die Gesichter, die ich als Druckmotive für meine Kollektion gewählt habe für diesen Freiraum. (Abb.19) Gesichter, die Individualität ausstrahlen, weder männliche, noch weibliche Züge verraten, stehen für den Kern der Kollektion, die sich über eine Einordnung in Kategorien stellt.









#### 4. Literaturverzeichnis

Auslander, Philip: Performing Glam Rock. Gender and theatricality in popular music, Michigan 2006.

Bachmann, Cordula: Kleidung und Geschlecht. Ethnographische Erkundungen einer Alltagspraxis, Bielefeld 2008.

Batliwalla, Navaz: Man in the Mirror, in: H&M Magazin Frühjahr 2014.

Beward, Christopher: Männer sind immer modisch gewesen, in: Der Schöne Mann. Mode Interview Essay, Hamburg 2012.

Krass, Andreas: Das Geschlecht der Mode. Zur Kulturgeschichte des geschlitzten Kleides, in: Die Kunst der Mode, Band 4, Oldenburg 2006.

Richard, Birgit: Die oberflächlichen Hüllen des Selbst. Mode als ästhetisch-medialer Komplex, in: Kunstforum Band 141, Juli-September 1998.

Schnierer, Thomas: Modewandel und Gesellschaft. Die Dynamik von „in“ und „out“, Opladen 1995.

Vinken, Barbara: Angezogen. Das Geheimnis der Mode, Stuttgart 2013.

West, Russel: Männlichkeit als Modesprache. Versuche individueller Gender-Artikulationen bei Jugendlichen, in: Jugend, Mode, Geschlecht. Die Inszenierung des Körpers in der Konsumgesellschaft, Frankfurt am Main 2003.



## **Selbstständigkeitserklärung**

zur ‚Thesis‘ mit dem Thema:

*Heldinnen meiner Kindheit* – Unisex-Mode, entwickelt aus der Perspektive weiblicher Modeattribute.

Ich, Gangaamaa, Itgekhui erkläre gegenüber der Fakultät Angewandte Kunst Schneeberg (AKS/WHZ), dass ich die/das vorliegende Bachelor-Arbeit/Projekt (‚Thesis‘) selbstständig und ohne Benutzung anderer als der angegebenen Quellen und Hilfsmittel angefertigt habe.

Die vorliegende Arbeit ist frei von Plagiaten. Alle Ausführungen, die wörtlich oder inhaltlich (sinngemäß) aus anderen Quellen entnommen sind, habe ich als solche eindeutig kenntlich gemacht und nachgewiesen.

Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form weder von mir noch von jemand anderen als Prüfungsleistung (d.h. weder an der AKS/WHZ noch andernorts) eingereicht und ist auch noch nicht veröffentlicht worden.

Ort/Datum:

Unterschrift:

