

Alicia Kühl, Charlotte Silbermann

Tagungsbericht

**Die Räume der Mode – Internationale Tagung der Universität Potsdam**

Kulturforum Berlin, 5.-7. Mai 2010

Die von Prof. Dr. Gertrud Lehnert (Universität Potsdam) im Berliner Kulturforum ausgerichtete Tagung „Die Räume der Mode“ (5.-7. Mai 2010) betrachtete aus kulturwissenschaftlicher und praktischer Perspektive das Wechselverhältnis von Mode und Raum. Dabei wurde der Frage nachgegangen, welche Räume die Mode braucht, nutzt, beeinflusst, zur Erscheinung bringt und schafft. Der Mode-Raum wurde folglich nicht nur im Sinne des absolutistischen Raumbegriffs als ein Behälter betrachtet, in welchem sich Mode präsentiert oder zur Aufführung gebracht wird, vielmehr wurde fokussiert, inwiefern Mode selbst auf verschiedene Weisen raumkonstituierend sein kann. Zudem stand immer wieder das Verhältnis von realen und virtuellen Räumen der Mode im Vordergrund.

Die Tagung wurde thematisch in fünf verschiedene Bereiche eingeteilt: 1. Räume der Aufführung, 2. Räume der Konsums, 3. Mediale Räume, 4. Mode im Museum und 5. Mode als Raum. Mit dieser Einteilung konnte es möglich gemacht werden, nicht nur ModeexpertInnen sondern auch Fachmännern und -frauen aus modeentfernteren Disziplinen (z.B. Architektur, Literaturwissenschaft) Raum für die Darstellung ihrer Perspektiven zu geben. Die theoretischen Herangehensweisen an das Thema waren folglich sehr unterschiedlich und führten zu fruchtbaren und interdisziplinären Schnittstellen sowie Diskussionen.

Die Tagung regte zudem gezielt den Austausch von ModewissenschaftlerInnen und PraktikerInnen an, um theoretische Ansätze und praktische Erfahrungen in einen Dialog zu setzen. Neben den siebzehn Vorträgen trug eine Podiumsdiskussion mit acht ModepraktikerInnen, eine Modenschau von Studierenden der AMD Hamburg/Berlin und ein vielfältiges Rahmenprogramm zu dieser Interaktion bei. Die Tagung erfolgte in Kooperation mit der Akademie für Mode und Design Hamburg, den Staatlichen Museen zu Berlin und dem Netzwerk mode textil e.V. und genoss das Interesse von 250 Besuchern und Pressevertretern.

I.

Im ersten Tagungsabschnitt „*Räume der Aufführung*“ kristallisierte sich heraus, wie sich die Bewegung von modischen Körpern konstitutiv auf den Raum auswirkt. Gleichzeitig wurde deutlich, wie Mode in seinen Inszenierungsstrategien von kulturell kodierten Räumlichkeiten beeinflusst ist. Mode kann so als performativer Akt, d.h. als eine Handlung in Raum und Zeit, verstanden werden.

In die Sektion „Räume der Aufführung“ führte PROF. DR. GABRIELE BRANDSTETTER (Freie Universität Berlin) mit ihrem Vortrag „Choreographie der Stoffe. Zu Transformationen von Körper- Raum“ die BesucherInnen in die Thematik ein. Anhand eines Videobeispiels der Tanzperformance „Parades and Changes“ (Anna Halprin, 1965) erläuterte sie das Zusammenspiel von Körper, Raum, Bewegung und Zeit. Die Mode- Performance fokussierte die Transformation von Körpern: Die nackten Körper der Tänzer wurden in tänzerischen Bewegungen an- und ausgezogen, mit herumliegenden Papier bedeckt oder auch mit aufgesammelten Müllobjekten in Skulpturen verwandelt. Mode als Performance zeigte sich laut Brandstetter in diesem Beispiel durch das Zusammenspiel von Display und Replay, d.h. durch das Zeigen und Wiederholen eines modischen Gestus. Brandstetter stellt in der nachfolgenden Diskussion

ebenfalls klar, dass für sie Mode nicht nur das Gestaltete, sondern auch der Prozess des Gestaltens bedeutet.

PROF. DR. BIRGIT HAASE (Hochschule für angewandte Wissenschaften, Hamburg) lud dazu ein, „die Vorübergehende“ bei einem Promenadenspaziergang um 1860 zu begleiten. In Ihrem Vortrag „La Passante – Die Promenade als Modeschauplatz im Zeitalter des Impressionismus“ rekonstruierte sie anhand impressionistischer Malerei, beginnend bei „Camille im grünen Kleid“ von Claude Monet (1866) über „Fürstin Metternich am Strand“ von Eugène Bodin (1865) bis hin zu „Straße in Paris an einem regnerischen Tag“ von Gustave Caillebotte (1877) die Entwicklung eines neuen Frauenbildes in der aufkommenden modernen Urbanität. Dabei musste stets bedacht werden, dass es sich bei diesen Ausführungen ausschließlich um die distinguierte Dame aus wohlhabendem Hause handelte. Haase skizzierte die Veränderung der aufwendigen und voluminösen, von Krinolinen gestützten Roben hin zu praktischen und alltagstauglichen Schneiderkostümen analog zur Eroberung des öffentlichen Raums durch die Frau, dessen Radius sich zunächst auf den Park und die Strandpromenade begrenzte und nur allmählich auf die städtischen Straße ausweitete.

MAG. ALICIA KÜHL (Doktorandin an der Universität Potsdam) betrachtete in ihrem Vortrag „Annäherungen an eine Modenschaukritik“ einen derzeit sehr präsenten, aktuelleren Auführungsort der Mode: die Modenschauen. Nach einer Einführung in die Thematik ihrer Dissertation mit dem Arbeitstitel „Modenschauen. Strategien der Inszenierung von Kleidern und Körpern im Raum“ erläuterte sie anhand von Video- und Fotobeispielen internationaler Modenschauen die Erschaffung ephemerer und fiktionaler Räume in Modenschauen. Dabei differenzierte sie sechs Kategorien, wie Inszenierungen von Modenschauen mit Räumen operieren können. (1) Die Strategie der Modenschauen kann darauf angelegt sein, sich die Atmosphäre der gegebenen Räumlichkeiten zunutze zu machen, (2) nicht zunutze zu machen oder (3) als Gegensatz zu nutzen. In weiteren Kategorien (4) werden in fingierten Räumen bereits existierende Räumlichkeiten (z.B. eine Landschaft, eine Institution etc.) zitiert oder (5) diese zitierte Räumlichkeit nochmals umgedeutet. In einer Sonderform untersuchte Kühl Raumerschaffungen durch die gezeigte Mode selbst (6). Mode steht dabei stets in einem Schnittpunkt zwischen bereits bestehendem Raum und einem für sie kurzzeitig erschaffenen Raum. Den zwei Fragen „Welchen Raum braucht die Mode?“ und „Welchen Raum schafft die Mode?“ wurde in diesem Beitrag konkret am Beispiel der Modenschau als performatives Ereignis nachgegangen.

Eine andere Art der Modepräsentation stellte PROF. DR. GERTRUD LEHNERT (Universität Potsdam) am Beispiel des „Théâtre de la Mode“ (1945) vor. 53 der berühmtesten Pariser Couturiers, darunter Cristóbal Balenciaga, Pierre Balmain, Jacques Fath, Madame Grès, Jeanne Lanvin, Jean Patou, Nina Ricci, Marcel Rochas, Elsa Schiaparelli stellten im Théâtre de la Mode ihre Modelle an 60 cm großen Drahtpüppchen in einer inszenierten Puppenausstellung vor. Am Beispiel dieser Inszenierung wird deutlich, dass der Gebrauch von Puppen als Modebotschafterinnen mehrere Bedeutungsebenen eröffnet. Zum einen fungieren sie als Simulakra des Lebendigen, sie ahmen nach, werden somit Träger kulturellen Gedächtnisses und Spiegelungen für Selbstentwürfe, um dann wiederum selber vom Menschen nachgeahmt zu werden. Dadurch werden Modeentwürfe, Ideale und Sehnsüchte im Wechsel hin- und her projiziert. Diese Projektion wird in dem Moment ad absurdum geführt, wenn die Puppenwelt zwar durch den Menschen dirigiert- und beherrschbar ist, aber nicht betretbar, sie bildet also eine eigenständige, zwar reale, aber gleichzeitig mythische Welt, in der andere Gesetze von Proportion, Raum und Zeit gelten. In der nachfolgenden Diskussion wurden Aspekte des Vortrags wie die

Barbiepuppen, Schaufensterpuppen, Schneiderpuppen, Reliquien-Puppen oder die Puppenhaftigkeit stilisierter Models auf Modenschauen erörtert.

## II.

Im zweiten Tagungsabschnitt, der den „*Räumen des Konsums*“ gewidmet war, wurde deutlich, dass trotz des künstlerischen Anspruches der Mode, diese immer auch Ware ist und damit Strategien des Konsums unterworfen. In den ersten beiden Vorträgen wurde dem Gegensatz von Mode im privaten und öffentlichen Raum besondere Beachtung geschenkt. Der dritte Vortrag ging hingegen der Frage nach, inwiefern der Verkaufsraum das Erleben von Mode beeinflussen kann.

ANNA-BRIGITTE SCHLITTLER und PROF. KATHARINA TIETZE (Zürcher Hochschule der Künste) stellten gemeinsam das „Kleid im Kontext“ vor. In der gleichnamigen Ausstellung vom 1. November 2009 bis zum 2. Mai 2010 im Gewerbemuseum in Winterthur und der dazugehörigen Publikation „Kleider in Räumen“ wurden Kreationen von 30 zeitgenössischen Schweizer DesignerInnen vorgestellt. Als Kuratorin der Ausstellung erklärte Schlittler die verschiedenen Inszenierungsstrategien im Museum; dabei setzte sie sich vor allem mit dem Verhältnis von Ausstellungsobjekt und Raum auseinander und entschied sich für eine Zweiteilung der Ausstellung. Der erste Teil präsentierte dreidimensionale, skulpturale Objekte, die hängend im Raum angebracht waren, um die Wahrnehmung der Räumlichkeit der Mode zu optimieren. Der zweite Teil zeigte hingegen eher flächige, bildhafte und ornamentale Kreationen. Tietze stellte einen Artikel aus der Ausstellungsbegleitenden Publikation vor, in dem diskutiert wurde, inwiefern ein aus einer weißen Daunendecke geformter Mantel des Designers Martin Margiela das Innere und Private des Trägers nach außen kehrt. Während die Decke im Schlafzimmer schützt und verhüllt, übernimmt er diese Funktion in der Öffentlichkeit zwar noch als wärmender Mantel, der den nackten Körper bedeckt, entblößt aber gleichzeitig in seiner Assoziation als Gegenstand der Intimsphäre, die Heimlichkeit des Privaten. Besonders interessant erschien der Gegensatz zu der Präsentation des Mantels auf dem Laufsteg (hier zog sie ein weiteres, ähnliches Beispiel des Designerduos Viktor & Rolf hinzu, aus deren Kollektion *Bedtime Story* Herbst/Winter 2005) und dem eigentlichen, alltäglichen Gebrauch durch den Menschen. Während auf dem Laufsteg das private Element des Schlafens noch gewahrt wurde, beispielsweise durch die „Bed Head“-Frisuren der Models, veränderte sich durch die Konsumtion des Designerstücks die grundlegende Funktion der Decke und schlug ins Gegenteil um.

DR. UWE LINDEMANN (Universität Bochum) fokussierte die Anfänge der Mode als Massenware seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert, als mit der Konfektionsmode die „Vereinheitlichung des Bedarfs“ (Sombart) angestrebt wurde. Die Konfektion bestärkte zum einen die Synchronität von Mode, d.h. die Uniformität des Geschmacks, und zum anderen eine Diachronität, indem sie die Rastlosigkeit und die ständige Veränderung der Mode, um die Kaufbereitschaft der Kunden anzuhalten, heraufbeschwörte.

In seinem Vortrag beleuchtete Lindemann zwei Räume der Konfektionsmoden: zum einen die Produktions- und Vorführräume der Konfektionsfirmen und zum anderen das Schaufenster der Verkaufsräume. Bei ersteren Räumen dominierten zwei gegensätzliche Atmosphären: das kühle Lager- und Produktionsklima der großen Hallen und die warmen und Vertrautheit erweckenden Räumlichkeiten in den provisorisch abgetrennten Vorführräumen, in welchen die Händler vom Kauf der Waren überzeugt werden sollten. Lindemann stützte sich bei diesen Ausführungen vornehmlich auf literarische Quellen wie die Romane „Konfektion“ (1932) von Werner Türk und Gustav Hochstetters „Leute machen Kleider“ (1932). Das Schaufenster, das

Lindemann im Folgenden als Moderaum des Konsums betrachtete, fungiert als Schwellenraum zwischen Innen und Außen. Es spielt gleichermaßen mit theatralischen Elementen, ohne aber tatsächlich die Unerreichbarkeit der Bühne für den Zuschauer zu evozieren. Durch Schaufensterpuppen werden private Körpersituationen (z.B. Schaufensterbüsten mit Unterwäsche) in einen quasi-öffentlichen Raum exponiert. Einerseits wird der Betrachter auf Distanz gehalten, weil der Schaufensterraum eindeutig abgegrenzt und nicht betretbar ist, andererseits kann der Betrachter durch den Erwerb der ausgestellten Waren quasi in den Raum des Schaufensters eintauchen. Somit muss der Raum des Schaufensters immer auch identifikatorisches Potenzial bergen, den Betrachter einladen, sich selbst in den Raum des Schaufensters zu projizieren.

ARJAN VAN DER BLIEK (Uran Symbiose, Amsterdam) wurde dem internationalen und interdisziplinären Anspruch der Tagung gerecht, da er als holländischer Architekt in seinem Vortrag „Wo Mode und Architektur sich treffen“ die wechselseitige Beeinflussung von Mode und Architektur reflektierte. Nach einer kurzen Vorstellung seiner vergangenen Projekte skizzierte er anhand von Fotobeispielen die Inspiration einiger Designer durch die Architektur. Beginnend mit Dior geht er über zu Onfront (Niederlande). Beide waren am „reshaping of the body“ interessiert und daran, architektonische, graphische Elemente in ihre Modekreationen zu übernehmen. Im zweiten Teil des Vortrags skizzierte er an zahlreichen Beispielen von Showrooms und Verkaufsräumen, wie sich Architektur an Mode orientiert. Dabei steht im Mittelpunkt, dass nicht nur Mode, sondern auch die sie umgebende Architektur Identitäten schaffen muss. Am Beispiel des von ihm entworfenen Mexx- Stores in Harlem verdeutlichte er, dass die auf die Mode abgestimmte bauliche Beschaffenheit entweder nur eine Identität verkörpern – oder besser verräumlichen – soll (sog. „Identity Brand“), oder verschiedene Identitäten anbietet („Attribute Brand“). In der Zukunft sieht van der Blik eine Erweiterung des multisensorischen Erlebens von Mode durch das gezieltere Ansprechen der olfaktorischen und auditiven Sinne des Konsumenten.

### III.

Im dritten Tagungsabschnitt „*Mediale Räume*“ widmete man sich dem aktuellen Thema der schnellen und unmittelbaren medialen Verbreitung von Mode im Netz und der damit verbundenen „Demokratisierung“ der High Fashion. Zudem wurden unterschiedliche Medien wie Internet, Fotografie sowie Text- und Bildquellen in ihrer Relevanz für die Mode einander gegenübergestellt und in Zusammenhang gesetzt. Abschließend vertiefte die Podiumsdiskussion die Thematik der medialen Moderäume, indem darüber debattiert wurde, wie viel realer Mode-Raum trotz der zunehmenden Virtualisierung noch nötig, möglich und sinnvoll sei.

In ihrem Vortrag „*Virtuelle und reale Räume*“ legte SUSANNE BECKMANN (Künstlerin und Journalistin) am Beispiel der bekannten Converse-Schuhe dar, wie die Zugänglichkeit zur Mode, d.h. die Möglichkeiten des Kaufs, sich durch die Medienrevolution verändert haben. Im weiteren Verlauf skizzierte sie verschiedene mögliche reale und virtuelle Räume, in denen mit Mode gearbeitet wird. In den Designerateliers dominiert der Monolog mit dem Stoff, erst in späteren Prozessen kommt es zu einem Dialog. Der Fotograf erschafft in seinem Atelier einen Raum innerhalb eines bestehenden Raumes, wobei das zweidimensionale Bild dreidimensionale Information übertragen soll. In der semiöffentlichen Modenschau entstehen persönliche Geschichten durch die unterschiedlichen Perspektiven und Wahrnehmungen der Beteiligten. Das Geschäft eröffnet den Beteiligten weitere Ebenen der Sinneswahrnehmung (allen voran die haptische) und ermöglicht einen sozialen Austausch, den Dialog über Mode. Die Entwicklung bis hier ist geprägt von einer immer stärker ausgeprägten Kommunikation von

Menschen über Mode. Das Internet dagegen als virtueller, grenzenloser und öffentlicher Raum und ist nicht mehr physisch fassbar, sondern kann nur auf visuelle und auditive Eindrücke zurückgreifen und schließt persönliche Kontakte vorerst aus. Eine Möglichkeit, diese Anonymität zu überbrücken, ist das von Beckmann abschließend vorgestellte Verkaufskonzept des Berliner Designers VON ROSEN, der erst durch eine persönliche Bewerbung des einzelnen Kunden dessen Online-Inhalte zugänglich macht.

OLAF MARTENS, Mode- und Kunstfotograf aus Leipzig, beschäftigte sich in seinem Vortrag mit „Realen Kunstwelten“. In seiner 24jährigen Tätigkeit als Fotograf ist er stets bemüht, surreale Räume zu erschaffen. Fast ausnahmslos arbeitet er „on location“, also nicht im Atelier oder Studio, und er nutzt ausschließlich analoge Kameras. Seine Herausforderung als Fotograf sieht er darin, die Atmosphäre und die Geschichte des umgebenden Raums in seine Fotos einzubinden bzw. ad absurdum zu führen. Im ersten Beispiel fotografierte er Unterwäsche-Models in einem ehemaligen Ausbildungszentrum der russischen U-Bootfahrer (Pietr 2008), der in einer russischen Kirche aufgebaut war. Die halbnackten, zum Teil Gasmasken und Taucheranzüge tragenden Models bildeten einen grotesken Gegensatz zur religiösen, politischen und militärischen Kulisse. Im zweiten Beispiel fotografierte Martens für die spanische Zeitung El Pais im geschichtsträchtigen Berliner Hotel Bogota und nimmt in seinen Bildern stark auf die Anekdoten rund um das Hotel Bezug. Im dritten Beispiel wurde Martens von der Zeitschrift GEO damit beauftragt, als ironische Anspielung auf die nicht beherrschbare Technik von heute, Models als Figuren aus der griechischen Mythologie zwischen selbstgebauten überdimensionalen Laptops oder Handynachbildungen aus Pappe posieren zu lassen. Was auf dem Foto den Anschein erweckt, als seien die Models in übergroße digitale Abbildungen kollagenhaft eingebettet, sind in Wirklichkeit reale Räume mit echten Requisiten. Die Schnittstelle von realem und virtuellem Raum wird in dieser Fotoproduktion auf den Punkt gebracht.

Ausgehend von Blumenfelds Modefotografie aus dem Jahre 1939 mit Lisa Fonssagrives in gewagter akrobatischer Pose auf dem Eiffelturm, untersuchte PROF. DR. GABRIELE MENTGES (Technische Universität Dortmund) das Verhältnis von urbanen Landschaften und städtischer Mode in der Fotografie. Im besagten Bild wird Paris durch die Bewegung des Rockes beherrscht und steht sinnbildlich für die Ermächtigung der Stadt durch die moderne, modische Frau. Während anfangs, unter anderem auch in den Werken von F.C. Gundlach, geschichtsträchtige Hintergründe gewählt wurden, ging man in den 80er Jahren des 20. Jahrhunderts auch dazu über, Brachflächen und heruntergekommene Gebäude und Industrieanlagen abzubilden. Inwiefern urbane Landschaften und Mode einander bedingen, konnte Mentges anhand der sog. Straßenfotografie herausstellen. Die Straße als Moderaum in der Fotografie vermag es, bewegte Modekörper und Architektur in Verbindung zu bringen und dabei Aufschluss über die ästhetischen Strategien beider Phänomene zu liefern.

Der Vortrag von DR. ADELHEID RASCHE (Staatliche Museen Berlin, Lipperheidesche Kostümbibliothek) handelte „Von Sprach- und Bildräumen: Mode in Text- und Bildquellen“. Darin reflektierte sie über die drei Fragen „Wie kommt die Mode in das Bild?“, „Was gewinnt/verliert sie dort?“ und „Wie kommt sie auch wieder heraus?“. Zur Beantwortung der Fragen zog Rasche Einzelbeispiele des 16. bis 20. Jahrhunderts aus ihrer Bibliothek zu Rate, unter anderem Schriftstücke, in denen Kleiderordnungen in Texten festgelegt wurden, Kupferstiche aus Modejournalen aus dem 18. Jahrhundert, sowie illustrierte Frauen-Zeitungen aus dem späten 19. und frühen 20. Jahrhunderts (z.B. „Styl“). Sobald die Modeabbildungen in die Schriftstücke Eingang gefunden hatten, verloren die Kleidungsstücke ihre Dreidimensionalität und Haptik, gewannen aber auf der anderen Seite Dauerhaftigkeit. Dem Verlust versuchte

man im Allgemeinen Europäischen Journal von 1796 noch Abhilfe zu verschaffen, indem man Stoffstücke der beschriebenen Kleidungsstücke hinein heftete. Seit 1880 wurden inszenierte Fotos und Illustrationen im Text abgebildet, sodass der Blick des Lesers ständig von Bild zu Text wanderte. Während man im 18. Jahrhundert die abgebildeten Kleider und Accessoires noch sehr detailliert von oben nach unten beschrieb, ging man später dazu über (z.B. auf einer Bildtafel von Paul Poiret), die Modelle atmosphärisch zu interpretieren, zum Teil mit humoristischen Sinnsprüchen. Heutzutage beginnen die „Credits“ mit dem wichtigsten oder größten Kleidungsstück. Schließlich konstatierte Rasche, dass die Mode das Medium des Bildes wieder verlasse, indem Leser und Leserinnen die Abbildungen als Inspirationsquelle für ihre eigenen Moden nutzen.

Susanne Beckmann leitete die im Anschluss stattfindende *PODIUMSDISKUSSION*, zu der namhafte Praktiker eingeladen wurden: Gregor Clemens (Fashion Designer aus London), Mirjam A. Grese (Mimi - Textile Antiquitäten), Sonja Gutschera und Leif Henrik Osthoff (Fashion- und Beautyfotografie), Raik Hölzel (Pop-up-Shoppingkonzept 8 1/2 Wochen), Julia Knolle (Modeblog [www.lesmads.de](http://www.lesmads.de)), Dr. David von Rosen-von Höwel (Designer aus Berlin) und Stefan Sihler (Showroom Labels Berlin). Im Zentrum der Diskussion stand die Frage, wie sich virtuelle und reale Moderäume zueinander verhalten bzw. von welchen dieser Räume die Anwesenden in ihrem Arbeitsalltag am meisten Gebrauch machen. Schnell kristallisierte sich heraus, dass das Aufkommen von Modeblogs als virtueller Raum der Modeverbreitung und Modebewertung heutzutage eine nicht mehr wegzudenkende Rolle spielt. Das Verhältnis zu dieser neuen Tendenz war zwiespältig – während Knolle, Gutschera/ Osthoff und von Rosen-von Höwel vom Internet profitieren, sieht Clemens die Beurteilung seiner Mode von nicht ausgebildeten Bloggern als eine Gefahr für das Image des Designs. Grese lehnt den Verkauf ihrer textilen Antiquitäten im Internet ab – für sie ist es wichtig, persönlichen Kontakt zu den Kunden zu haben. Sie möchte diesen die direkte, greifbare und dreidimensionale Modeerfahrung nicht vorenthalten. Osthoff sieht hingegen die Zukunft der medialen Verbreitung von Mode in Modofilmen im Internet. Durch diese Filme werden die Modefotografien durch das bewegte Video erweitert und gewinnen somit als „moving editorial“ die verlorene Dreidimensionalität der Kleidung zurück. Von Rosen-von Höwel ist überzeugt davon, dass in ein paar Jahren alle großen und kleinen Modehäuser der Welt nicht mehr ohne direkten Internet-Verkauf existieren können, ja sogar die virtuellen die realen Moderäume verdrängen werden. Sihler sieht die Entwicklung „entspannt“ und glaubt daran, dass realer und virtueller Raum sich auf natürliche Weise die Balance halten werden.

Des Weiteren kreiste die Diskussion auch um Berlin als Modestadt und um die Existenz eines Berliner Styles. Abgesehen von Clemens lobten die Anwesenden die vielschichtigen und innovativen Modekreise in Mitte, Prenzlauer Berg und Kreuzberg. Clemens gab zu bedenken, dass Entwürfe, die den Stil-Erwartungen oder gar der Modediktatur der Berliner Modeszene nicht entsprechen würden, in Berlin zwangsweise erfolglos bleiben. Die Umsetzung eines innovativen und anderen Stils, außerhalb des Berliner Mainstream-Chics wäre hier nicht möglich. Damit verurteilte er Berlin als eine sehr hermetische Modestadt.

Die Podiumsdiskussion machte deutlich, dass sich die Modeforschung in Zukunft der Untersuchung virtueller Moderäume verstärkt widmen muss, d.h. die Modeblogs als neue Modemagazine, Fashionvideos als neue Fotostrecken, Online-Stores als neue Einkaufsmeilen, Live-Streaming von Modenschauen als neues Übertragungsmedium und Twittern als neuer Nachrichtenservice verstehen muss, die die Modewelt grundlegend verändern.

Im Anschluss an die Podiumsdiskussion wurden die Tagungsteilnehmer eingeladen, die Semester- und Abschlussarbeiten der ModestudentInnen der AMD Hamburg auf einer *MODENSCHAU* zu sehen. In Kooperation mit der AMD Berlin setzten die Verantwortlichen und Choreographen das Tagungsmotto „Die Räume der Mode“ als Inszenierungskonzeption der Modenschau um. Durch von Studenten getragene, bewegliche Stellwände wurden die Models einzeln in den Laufstegraum hineingelassen und durch Verschiebungen der Wände wieder „verschluckt“. Über den sehr schmalen Laufsteg der links und rechts durch die Sitzplätze der Zuschauer abgegrenzt war, defilierten die Models in klassischer Form und präsentierten neun verschiedene Kollektionen von Erstsemester- bis hin zu Abschlussarbeiten. „White Manipulation“, die Kollektion der Studienbeginner, wies einen puristischen Umgang mit Materialien (vornehmlich weiße Baumwollstoffe) auf, der aber durch die Komplexität der Formen kontrastiert wurde. Die Plastizität von Mode stand deutlich im Vordergrund. Überdimensionale Krägen, gepolsterte Aufsätze an Schultern und Ärmeln gaben den weißen Blusen einen Skulpturalen Charakter. Die Mode selbst wurde so als raumschaffend erfahrbar. Diese Thematik schien immer wieder aufgegriffen zu werden, so auch in der Abschlusskollektion „innen = außen“ von Birgit Brockbals. Die Formation der Silhouette, die sich durch neue räumliche Strukturen der Stoffe immer wieder zu wandeln scheint, spielte gleichermaßen mit dem Gedanken von Mode als Köperskulptur. Freilich rekurriert auch die Thematik von Innen und Außen auf die Relevanz von Mode und Raum. In der Mode werden immer wieder Grenzen von Innen und Außen überwunden, sei es auf der Ebene der Verarbeitung, d.h. in Schnitttechniken und Materialkombination oder auf metaphorische Weise im Spiel mit Grenzen zwischen Intimität/Geheimnis und Öffentlichkeit/Preisgeben. Eben diese Thematik fand sich auch in der Kollektion „outer shell“ von Studierenden des 5. Semesters, die sich der Form des Mantels widmeten. Dabei stand die Frage nach der Schutzfunktion des Mantels im Raum. Wie kann ein Mantel vor äußeren Einflüssen schützen? Die Idee des Mantels als Rüstung oder eben als Muschelgehäuse führte nicht selten zu starren, festen Formen, die wie um den Körper gelegt erschienen und sich weniger an diesen schmiegen.

Des Weiteren waren noch Kleider des 3. Semesters zu sehen, die mit verschiedenen Mustern und Druckverfahren experimentierten (EinDruck), außerdem die Kollektion „Hautnah“ der Studentin Katinka Horn, die sich von der Idee „Mode als zweite Haut“ inspirieren ließ. Ferner konnte man folgende Kollektionen betrachten: „Gegenlicht“ mit futuristischen Entwürfen, die auf die Faszination von einem digitalen „Ich“ zurückgeführt werden können, die Kollektion „White rabbit's dress habits“ von Bentje Graumann, die mit üppigen Samtstoffen und dem Motiv der Uhr die Zeitlichkeit reflektierte und nicht zuletzt auf den gehetzten, weißen Hasen in „Alice in Wonderland“ anspielte, die Arbeiten der Studentin Melanie Fuhl mit dem Titel „Sein, Werden“ die ebenfalls die Zeitlichkeit und Vergänglichkeit als Merkmale der Mode thematisierte, und schließlich „010F1LUT“ von Kira Brandau, eine Kollektion, die immer wieder durchsichtige Stoffe verwendet und so die Themen Durchlässigkeit und Überwachung aufgriff.

#### IV.

Der vierte Teil der Tagung beschäftigte sich mit dem Thema „*Mode im Museum*“. Diese Thematik bildete einen wunderbaren Gegensatz zum vorhergehenden hochaktuellen Thema der virtuellen Räume, da man es hier mit greifbaren und mit (fast) allen Sinnen erfahrbaren Elementen der Modepräsentation zu tun hat. Gleichmaßen wurden sowohl historische als auch aktuellen Modeausstellungen angesprochen sowie deren verschiedene Inszenierungsstrategien erläutert.

CHRISTINE WAISENSCHLAGER (Staatliche Museen zu Berlin, Kunstgewerbemuseum) legte die für Herbst 2012 geplante Präsentation der Modesammlung des Kunstgewerbemuseums zu Berlin in der Erläuterung der Bau- und Aufstellungspläne dar. Dabei ging sie konkret auf die einzelnen baulichen Maßnahmen und Beschaffenheit der Vitrinen und Podeste ein, sowie auf die Beleuchtung, Beschreibungstafeln und chronologische Aufstellung der 600 Kostüme und 800 Accessoires.

Für jedes einzelne Kleidungsstück werden die Puppen in Übereinstimmung mit den jeweiligen historischen Körpern nachgebaut. Ausgesuchte Malereien, Tapeten und Spiegel sorgen für kontextbezogene Atmosphären in den Vitrinen. Waidenschlagers Präsentation lieferten einen detaillierten Einblick in die Arbeitswelt einer Kuratorin und verdeutlichte damit, wie Ausstellungen demokratisch und narrativ, unterhaltsam und bildend zugleich gestaltet werden können aber auch immer wieder auf die bestmögliche Konservierung der historischen Stoffe Rücksicht nehmen muss.

In „Objects of a Passion“ präsentierte AMY DE LA HAYE (London College of Fashion) anhand von Fotos der Research-Phasen und den Ausstellungen selbst einschlägige Kurationsprojekte. Dabei handelte es sich im Gegensatz zu dem aktuellen Projekt von Waidenschlager stets um kurzzeitige Modeausstellungen; so konnten die Unterschiede der kuratorischen Konzeptionen zwischen beiden Arbeitsfeldern verglichen werden. Beginnend mit „Fashion: An Anthology“ (Cecil Beaton, 1971, Victoria and Albert Museum), in der erstmalig abstrakte Mannequins, die weder einem realen noch dem historischen Körper entsprachen, in einem nicht illustrierten Zusammenhang ausgestellt wurden, zeichnet de la Haye die wichtigsten Umwälzungen in der Modekurationsgeschichte nach. Die darauffolgenden Beispiele rekurrierten auf Ausstellungen, die de la Haye seit Aufnahme ihrer Arbeit als Kuratorin am V&A 1991 (ko-)kuratiert hatte. In „Streetstyle: from sidewalk to catwalk“ (1994/95, V&A) wurden erstmals ungesäuberte Straßenoutfits u.a. aus der gegenwärtigen Rocker-, Punk- und Schwulenszene gezeigt. Zehn Jahre später zeigte sie im Brighton Museum die Ausstellung „Fashion & Fancy Dress: The Messel Family Dress Collection 1865-2005“, deren Besonderheit es war, dass Gebrauchsspuren wie Lippenstiftreste nicht entfernt wurden, um die persönliche Geschichte des Kleides zu bewahren. Auch in weiteren Beispielen (u.a. Ausstellungen über Maison Lucile oder über die Mode der Londoner Carnaby Street) zeigte sich ihre kuratorische Arbeit als Geschichten erzählend, Detail fokussiert und persönliche Erinnerungen bewahrend, selbst wenn dies bedeutet, traditionellen Kurationsgrundsätzen wie Restaurationsvorgaben oder Schutzmaßnahmen nicht vollständig entsprechen zu können.

KATJA WEISE (Freie Universität Berlin) rundete mit ihrem Vortrag „Museen machen Mode. Die Inszenierung modischer Körper in Ausstellungen“ den vierten Tagungsteil ab, indem sie sich vor allem aus rezeptiver Perspektive verschiedenen Modeausstellungen näherte. Weise fokussierte vor allem das Verhältnis von Körper, Bewegung und Raum in der Inszenierung von Modeausstellungen. Dabei unterschied sie zwischen 1. unbewegten Figuren, 2. bewegten Figuren, 3. menschlichen Figuren und 4. Besuchern. An der Wanderausstellung „Waist down. Skirts by Miuccia Prada“ (seit 2004, Los Angeles, Tokyo, Seoul u.a.) zeigte sie als Beispiel für die zweite Kategorie, wie durch maschinelle Vorrichtungen die menschliche Bewegung von Röcken nachgeahmt wurde. In ihrer extremen und ununterbrochenen Bewegung standen sie jedoch wiederum körperlichen Fähigkeiten und Gelenkigkeit entgegen. In der Ausstellung „Fashion in Motion“ (Claire Wilcox, 1999, V&A) wurden einige Ausstellungsstücke zu festen Zeiten an lebendigen Models in einer Modenschauperformance gezeigt - ein Beispiel für die dritte Kategorie. Ausstellungen, in denen die Besucher über das visuelle Erlebnis hinaus auch selber haptische Erfahrungen mit den gezeigten Ausstellungsstücken sammeln können, häuf-

ten sich laut Weises Recherche in den letzten Jahren. Weises Beispiel vom „Dreamshop“ (Yamamoto, Antwerpen, 2006), in dem Besucher die Kleider anprobieren durften, wurde in der späteren Diskussion durch Hinweise auf andere Ausstellungen, in denen die Kleidungsstücke sogar erworben werden konnten, ergänzt (z.B. „Kiss the future – Shop- Installation“, Marc Newson und Walter van Beirendonck, Museum Boijmans van Beuningen, Rotterdam, 1998).

Weises Vortrag machte anschaulich, dass und wie mit den verschiedenen Körperinstallationen und -praktiken im Museum unterschiedliche Räume einbezogen und bespielt werden können, wodurch die gezeigte Mode lebendig werden kann oder in der statischen Bewegungsandeutung verhaftet bleibt.

V.

Der letzte, fünfte Teil der Tagung beschäftigte sich mit der „*Mode als Raum*“, d.h. inwiefern Mode selbst einen Raum (zwischen Körper und Außenwelt) erschafft. Dieses Phänomen wurde in zwei Vorträgen, einmal in den japanischen Moden bzw. dem Wickeltuch und einmal am traditionellen weiblichen Rock nach westeuropäischer Tradition, untersucht. Zentral waren dabei stets die Fragen, inwiefern Stoffe in ihrer Funktion der Verhüllung des menschlichen Körpers Volumen schaffen, wie sich dieses Volumen als Raum deuten lässt und wie dieser Raum symbolisch aufgeladen wird.

PROF. DR. JACQUELINE OTTEN (Zürcher Hochschule der Künste) reflektierte in ihrem Vortrag „East meets West“ über die Besonderheit der japanischen Mode. Anhand von Fotos und eines mitgebrachten Wickeltuchs verdeutlichte Otten, wie japanische Mode den Körper und den ihn umgebenden Raum einnimmt. Mit der Öffnung Japans zum Westen seit dem 19. Jahrhundert fanden das japanische Abstraktionsvermögen und neue Formenverständnis auch in der westlichen Mode Eingang. Die japanische Design- Philosophie lässt den Körper durch die Mode zurücktreten, wodurch ein Zwischenraum geschaffen wird: im Moment des Anlegens wird aus der flächenhaften Zweidimensionalität der Kleidungsstücke ein dreidimensionaler Raum erschaffen. Die japanische Mode fungiert eher als Objekt als als Kleidung und ist durch ihre knittrige, löchrige und geknotete textile Oberfläche narrativ: da es keine „Gebrauchsanleitung“ gibt, sind sie transformierbar und an jedem Menschen individualisiert. Mit jedem Ankleiden wird ein anderer, neuer Raum erschaffen.

PROF. DR. PETRA LEUTNER (Akademie Mode & Design Hamburg) wagt in ihrem Vortrag einen Blick in die „Unheimlichen Räume des Rocks“. Sie strukturierte ihre Präsentation, indem sie den Raum des Rockes einerseits aus raumtheoretischer Sicht und andererseits aus psychoanalytischer Sicht betrachtete. Den Rock erfährt man räumlich von der Seite der TrägerIn aus und von der Seite der BetrachterIn. In diesen zwei Optionen spiegeln sich jeweils wichtige räumliche Gegebenheiten: Der Rock wirkt sich aus als raumeröffnend für die Trägerin und als raumfüllend für das jeweilige Gegenüber. Der Rock fungiert nach Leutner als eine Art Behausung des weiblichen Geschlechts und als Schutz vor fremden Blicken. Er verhindert durch seine geschlossene Form die Sicht auf das weibliche Geschlecht, um Kastrationsangst zu verhindern. Der Raum des Rockes ist ein Raum des „Unheimlichen als verdrängtes Heimliches“. In der späteren Diskussion wurde diese Interpretation auf den Prüfstand gestellt und gefragt, ob nicht der Rock die Aufmerksamkeit gezielt auf den verhüllten Innenbereich lenke. Vortrag und Diskussion zeigten die weiterhin existierende Ungewissheit über die tatsächliche Wirkung und Positionierung des Rocks in der Gesellschaft und im Raum.

Der tagungsabschließende Vortrag wurde von ELKE GIESE (Deutsches Modeinstitut) gehalten. Sie skizzierte die Ergebnisse eines einjährigen Trendforschungsprojekts in Kooperation mit Cecile und Street One (Mai 2008 - April 2009). In der Untersuchung wurden 5000 Fotos von Menschen in Berlin (Mitte), Bielefeld, Köln und London auf folgende Leitfragen hin ausgewertet: „Wann ist man gut angezogen? Wie sieht heute die Performance Mode-affiner Gruppen aus? Welche Dresscodes und Zeichen sind erkennbar? Welche Trends werden erkennbar? Wie verhalten sich Straße und Catwalk zueinander? Wie drückt sich Weiblichkeit/Männlichkeit aus? Und was heißt das für die Zukunft?“. Auffällig war, so Giese, dass Einzelteile dominierten und das Gesamtbild nicht mehr unbedingt glatt und harmonisch wirken muss, sondern eine vermeintliche Nachlässigkeit inszeniert werde. Aufgrund der Forschungsergebnisse stellte sie folgende sechs Thesen auf, die den gegenwärtigen Modestil junger Menschen reflektieren: 1. Brüche statt Harmonie, 2. Kreativität und Individualität kommen vor Statussymbolen, 3. Sportswear und Denim erschaffen Urban Wear, 4. Weiblichkeit: Weiche Körper in harten Stiefeln, 5. Die neuen Fashionvictims sind männlich, 6. Straße gibt Impulse für High Fashion. Zusammenfassend schließt Giese aus der Untersuchung, dass der Schlüssel zum Erfolg die sog. „Streetcredibility“ ist, also das Vermögen, sich auf den Straßen glaubwürdig, gelassen und authentisch zu geben.

Die Tagung endete mit der Möglichkeit, sich an verschiedenen Angeboten des Rahmenprogramms zu beteiligen. Dr. Adelheid Rasche bot eine Führung durch die kürzlich eröffnete Fotografieausstellung „High Sixties Fashion“ in der Kunstbibliothek der staatlichen Museen zu Berlin an. Susanne Beckmann führte interessierte Besucher in ihrer „Fashiontour“ zu verschiedenen Ateliers und Stores Berliner Designer. In zwei anderen Führungen, geleitet von den jeweiligen Einkaufszentrummanagern, konnte man das „Steglitzer Schloss“ und die Galeria Kaufhof am Alexanderplatz unter fachmännischer Anleitung erkunden.

Die Tagung hat einen für die künftige Auseinandersetzung mit Mode wesentlichen neuen Raum der Zusammenarbeit zwischen Theorie, Geschichte und Praxis eröffnet. Besonders hervorzuheben ist die große Diskussionsbereitschaft aller Beteiligten, die nach den Vorträgen, in zahlreichen Pausen und in der Podiumsdiskussion zustande kam. Dies zeigte das große Forschungspotential auf, welches die Modetheorie noch in viele verschiedene Richtungen tragen kann. Auch profitierten die Referentinnen, Diskutanten und Besucherinnen aus modefremden Fächern und aus der Modepraxis an diesen intensiven, auch akademischen Debatten um Mode.

In der Auseinandersetzung mit Mode und Raum, diesen beiden Phänomenen menschlicher Handlung und kreativen Vermögens, können ästhetische, identitätsbildende und gesellschaftliche Strategien unserer Kultur analysiert werden. Die Tagung „Die Räume der Mode“ bot einen ersten erfolgreichen Aufschlag für dieses Unternehmen und hat nicht zuletzt gezeigt, inwiefern wissenschaftliche Diskursbildung und praktisch kreative Arbeit einander bedürfen um kulturelle Prozesse voranzutreiben und deshalb immer wieder auf einen starken Austausch angewiesen sind.

Alicia Kühl, MA, promoviert an der Universität Potsdam über Modenschauen.

Charlotte Silbermann, BA, studiert im Masterstudiengang Vergleichende Literatur- und Kunstwissenschaft an der Universität Potsdam