

Petra Leutner

## Anerkennungspraktiken von Mode und Kunst

Die zunehmenden Bemühungen, Mode wissenschaftlich zu beschreiben und ihre gesellschaftliche Relevanz zu erfassen, bestätigen einmal mehr, dass Mode tatsächlich zu einer wichtigen Institution des modernen Lebens geworden ist. Es gibt folglich zahlreiche Erklärungsversuche, die je nach theoretischer Provenienz das Phänomen Mode innerhalb eines für die jeweilige Disziplin spezifischen (zum Beispiel kulturanthropologischen, psychologischen, ästhetischen, soziologischen oder ökonomischen) Begründungsrahmens thematisieren.

Im Kontext der Frage einer Abgrenzung von Mode und Kunst sind in jüngster Zeit verschiedene kulturwissenschaftliche Positionen entwickelt worden. Mode wurde von Gertrud Lehnert als kulturelle Performance aufgefasst,<sup>1</sup> in diesem Sinne auch als Ausprägung einer speziellen ästhetischen Alltagspraxis, nämlich als schöpferische Konstruktion und Darstellung von Identitäten. In verschiedener Hinsicht wäre sie somit zwar deutlich unterschieden von der Kunst, hätte aber vor allem in Bezug auf die ästhetischen und schöpferischen Anteile auch Gemeinsamkeiten mit ihr. Von mehreren TheoretikerInnen wird zudem behauptet, die Mode habe sich analog zu anderen gesellschaftlichen Systemen ebenfalls zu einem System herausgebildet. So betont Gunnar Schmidt, ohne dies genau zu erläutern, die Mode habe diese Entwicklung im 20. Jahrhundert durchlaufen.<sup>2</sup> Die Systembildung formiere sich vor allem als ein „industrielles Produktions- und Vertriebsgefüge“, sie konstituiere sich aber auch aus „medialen Einbettungsszenarien, die das vestimentäre Design-Objekt mit Images und in Folge mit zeitgebundenen Semantiken“ ausstatte.<sup>3</sup> Das Modesystem wird von anderen Theoretikerinnen, zum Beispiel von Yuniya Kawamura oder Ingrid Loschek, als eine bedeutende gesellschaftliche Institution verstanden, ausgestattet mit einer Eigenlogik, die die Mode strukturiert und regiert.<sup>4</sup> In diesem Sinne wäre das System der Mode durchaus vergleichbar mit anderen

Subsystemen der Gesellschaft, etwa der Politik oder der Kunst.

Im Folgenden möchte ich einige vorläufige Überlegungen darüber anstellen, was es bedeutet, im Falle von Mode in Analogie zur Kunst von einem autonomen System zu sprechen. Die Eigenlogik des Modesystems wurde nämlich in der einschlägigen Literatur noch nicht ausreichend beschrieben. Im Besonderen sollen hier die jeweiligen Anerkennungsstrategien der beiden Systeme in den Blick genommen werden.

### Symbolische Zuschreibung

Verschiedene Voraussetzungen müssen zunächst geklärt werden. Festzuhalten ist, dass „in Mode sein“ oder „ein Kunstwerk sein“ keine substantiellen Eigenschaften von Dingen sind, sondern dass diese Attribute jeweils einer symbolischen Zuschreibung bedürfen. Solche Zuschreibungen werden im Allgemeinen mit Wertungen verbunden. Wie sich dies speziell in der Kunst verhält, wurde in der Ästhetik des 20. Jahrhunderts häufig kontrovers diskutiert.<sup>5</sup> Auch Mode setzt eine Übereinkunft voraus, eben darüber, was in einer Gesellschaft zu einer bestimmten Zeit als modisch erachtet wird. Eine solche Übereinkunft ist heute umso dringlicher, als überlieferte Vorstellungen von „Geschmack“ zunehmend ihre leitende Funktion verloren haben.<sup>6</sup> Loschek spricht von dieser Übereinkunft als einer notwendigen Voraussetzung für Mode, wobei sie noch zwischen modischer Invention als Erfindung und Innovation als Bestätigung einer solchen Invention durch die Konsumgüterproduktion und den Markt unterscheidet.<sup>7</sup> Die Bestätigung ergebe sich dadurch, dass die entsprechenden Erfindungen in Serie gehen oder zumindest in großer Zahl produziert werden. Mode ist für Loschek letztlich erst gegeben, wenn die Ebene der Innovation erreicht ist, also die Produktion in erheblichen Stückzahlen erfolgt und die entsprechende Akzeptanz bei den Konsumenten gefunden wurde.

Yuniya Kawamura bekräftigt in ihrem Buch *Fashion-ology* ebenfalls, dass Kleidung einer solchen Zuschreibung bedarf, um Mode zu sein. Mode könne nicht materiell einem Kleidungsstück anhaften, sondern müsse durch eine Gemeinschaft zugesprochen werden. Dass bestimmte Hosen in Mode sind, verdankt sich aus dieser Sicht unabdingbar einem gesellschaftlichen Zuschreibungsprozess. Die weite Hose als materielles Substrat kann nicht aus sich heraus in Mode sein. Eine Hose kann zwar die Funktion haben, über zwei Beine gestülpt zu werden, doch sie kann vom Schneider nicht einfach als modisch klassifiziert werden – es sei denn, diese Mode existiert schon, und man schneidert etwas nach. Doch auch dann bleibt das Faktum des Zuschreibungsakts wirksam, denn dieser ist temporär und kann – z.B. nach einem Jahr – wieder entzogen werden, so dass die entsprechend genähte Hose dann wieder aus der Mode gekommen ist. Mode bedarf folglich einer Instanz oder Gemeinschaft, die jene Zuschreibung vornimmt oder entzieht. Der Akt des Erwerbs eines Kleidungsstücks selbst könnte natürlich unter gewissen Umständen einfach als stumme Anerkennung verstanden werden. Doch der Akt des Konsums ist in einer Gesellschaft der gesättigten Märkte bereits von einer lauten massenmedialen Begleitmusik untermalt, die sich die jeweils schon vollzogenen Zuschreibungen sofort zunutze macht, um dem Kunden die Qual der Wahl zu erleichtern.

Nebenbei gesagt ist es im System der Kunst übrigens nicht üblich, eine anerkennende Zuschreibung, wenn sie einmal erfolgt ist – die Aussage, dieses Werk sei Kunst – wieder zu entziehen; hier ist eher zu beobachten, dass die Deklaration unter Umständen erst sehr spät und nicht mehr zu Lebzeiten des Künstlers oder Autors vorgenommen wird.

Kawamura folgert nun in einem weiteren Argumentationsschritt: „The fashion system creates symbolic boundaries between what is fashion and what is not fashion and also determines what the legitimate aesthetic taste is.“<sup>8</sup> Kawamura geht also eindeutig davon aus, dass die entsprechende Zuschreibung, was als Mode zu gelten habe, heute durch das Modesystem vorgenommen wird. Die Kategorisierung „Mode“ wäre damit eine symbolische Zuschreibung durch das Modesystem. Wie sie bekräftigt, verhält es sich mit der

Definition des „legitimen“ (hier ist wohl gemeint: der Mode adäquaten) Geschmacks ebenso. Wenn wir Kawamura folgen und die Existenz eines solchen Systems zugestehen, das jene Zuschreibung vornimmt, so stellen sich verschiedene Fragen, nämlich: Worin besteht nun genau diese Zuschreibung, und wer gehört zum Modesystem? Welcher Zusammenhang lässt sich erkennen zwischen den Prozeduren der Zuschreibung und der Existenz eines solchen Systems?

### Code

Niklas Luhmann geht davon aus, dass innerhalb jedes gesellschaftlichen Teilsystems ein Code vorherrscht, der aufgrund von Unterscheidungen dieses System prozessiert und am Laufen erhält.<sup>9</sup> Auch in der Mode müsste folglich ein solcher Code zu finden sein, ein Code, der Akte der Inklusion und Exklusion unternimmt. Loschek versuchte in entsprechendem Argumentationszusammenhang, die jeweiligen Übereinkünfte der Mode zu analysieren. Mode muss ihrer Meinung nach etwas Neues haben.<sup>10</sup> Aber auch was als „neu“ klassifiziert wird, bedürfe der gesellschaftlichen Übereinkunft, wie sie selbst ausführt. Somit hat sich das Problem nur verschoben.

Dass die Unterscheidung schön/nicht schön für die Mode als leitender Code funktionieren könnte, ist eher unwahrscheinlich. Schon Thorstein Veblen verdammte in ironischer Zuspitzung die Mode als Institution, die bei Schmuck und Kleidern nur um der Abgrenzung willen vor allem das Hässliche suche, um schließlich der sozialen Selbstdarstellung des jeweiligen Ehemannes am Leibe der Frau zu dienen.<sup>11</sup> Neben solchen polemischen Urteilen steht natürlich auch heute noch die Einsicht, die die Mode seit jeher begleitet: dass sie nämlich ihren Anhängern garantiere, immer wieder anders zu sein, und der Wechsel ihr eigentlicher Inhalt sei, nicht aber ein Gewinn an Schönheit.

Der Code, der im Bereich des Kunstsystems funktioniert, wurde von Luhmann als äußerst komplex beschrieben.<sup>12</sup> In anderen Systemen sieht er eindeutiger Codes am Werk: Die Nachrichtenbereiche der Massenmedien müssen nach der Unterscheidung alt/neu klassifizieren; die Wissenschaft unterwirft sich dem Code von Wahrheit und Falschheit.<sup>13</sup> Luhmann führt aus, die Beurteilung nach dem schlichten Maßstab schön/hässlich sei im Bereich der Kunst überholt.<sup>14</sup> Es

sei schwierig, dafür eine neue Codierung zu benennen. An die Stelle trete vielleicht die Opposition passend/unpassend oder stimmig/nicht stimmig oder auch – noch ergänzend – neu/alt.

Der entsprechende Code für die Mode müsste sicherlich eng an den der Kunst angelehnt werden, doch er kann nicht derselbe sein. Die Modezuschreibung müsste man idealerweise ausgehend von der Institutionalisierung des Codes in/out, von reiner Inklusion und Exklusion erfassen können; doch dies reicht natürlich nicht aus.<sup>15</sup> Innovativ/veraltet, interessant/uninteressant, im Verhältnis zum Körper: kleidend/unvorteilhaft, passend/nicht passend wären mögliche In- und Exklusionskriterien. Wichtig ist, dass die Mode im Gegensatz zur Kunst notwendig als Form verstanden wird, die der Gestalt des Körpers verpflichtet bleibt. Sie kann nicht völlig autonom sein. Außerdem tritt bei ihr, wie wir noch sehen werden, neben Material und Form die Ebene der Semantik nur in geringem Umfang in Erscheinung. Insofern kann Simmel im Zusammenhang mit der Mode von der „Stärke des formalen Reizes der Grenze“ sprechen.<sup>16</sup> Es geht um einen Reiz, der die Beschäftigung mit Inhalten in den Hintergrund treten lässt.

Setzen wir also voraus, dass ein im Sinne der Systemtheorie prozessierender Code für die Mode gegeben ist, auch wenn wir ihn noch nicht ganz genau beschreiben können. Es bedarf insofern gesellschaftlicher Einrichtungen, die diesen Code anwenden und verwalten, denn es ist, wie wir gesehen haben, nicht möglich, nur individuell festzulegen, dies sei Mode und jenes nicht. Die „Sprache der Mode“ muss kommunizierbar sein und kommuniziert werden. Ohne weitergehende Anerkennung und überindividuelle Gefolgschaft findet jedoch keine Zuschreibung statt. Die individuelle Wahl der Kleidung bleibt folgenlos, wenn sie nicht nach Maßgabe eines Codes in einen Anerkennungsprozess integriert ist; und zwar, wie wir hier zu zeigen versuchen: in den Anerkennungsprozess des Modesystems. Wie schon Simmel sagte, bedarf ein vestimentäres Statement nicht nur der Besonderheit, also der Absetzung von der Masse, um Mode zu werden, sondern auch der Nachahmung durch Andere. Eine solche Nachahmung setzt heute Inklusion bzw. Exklusion durch das Modesystem voraus.

## Kunst und Mode

Wenn wir nun vergleichend in Betracht ziehen, wie sich das Kunstsystem Ende des 19. Jahrhunderts herausbildete, können wir festhalten, dass dabei die Entwicklung von Spezialistentum eine große Rolle gespielt hat. Die Besonderheit der Kunst konturierte sich von Beginn ihres Autonomisierungsprozesses an dahingehend, dass sie der Gesellschaft bezüglich des ästhetischen Empfindens „voraus“ sein wollte. Exemplarisches Indiz für diese Autonomie ist, dass die Form vor dem Inhalt stehen muss – diese Modifikation ästhetischer Wertung wurde zunächst von den Künstlern selbst, dann von entsprechenden kunstaffinen Klassen vollzogen.<sup>17</sup> Nicht mehr jeder Beliebige auf der Strasse konnte die Kunst verstehen, sondern nur noch die Avantgarde und die Spezialisten des Kunstsystems sowie die „Geschmacksaristokraten“ (Stéphane Mallarmé), die schließlich den Anderen die Kunst zu erklären hatten und diese definierten.<sup>18</sup> Ein wichtiges Element von Anerkennungspraktiken des Kunstsystems, die gleichsam auf Arbeitsteilung beruhen, war damit geschaffen.

So kann man im 19. und 20. Jahrhundert auch in der Mode die Herausbildung von herausgehobenen gesellschaftlichen Anerkennungsinstanzen und -prozeduren beobachten. Eine Tendenz zur Verselbständigung der Form entsteht, und es muss Spezialisten geben, die über Mode entscheiden. Zunächst sind es im 19. Jahrhundert die unabhängig gewordenen Schneider. Die Geschmacksaristokratie bilden nicht mehr diejenigen, die die Kleidung fertigen lassen und tragen, sondern künstlerische Damenschneider wie Frederick Worth, die plötzlich als umworbene Charismatiker auftreten und ihren Modegeschmack sowie ihre Schneiderkunst kultivieren.<sup>19</sup> Im Gefolge entsteht nach und nach der Beruf des Modeschöpfers und schließlich des Designers.

Kawamura geht in ihrem Buch auf den historischen Ausdifferenzierungsprozess des Berufs des Designers sehr genau ein und weist auf ein wichtiges Detail hin: Für die Anerkennung der Mode waren die Pariser Modeinstitutionen lange Zeit allein verantwortlich.<sup>20</sup> Die Anerkennung erfolgte geregelt über festgelegte Instanzen wie das Chambre Syndicale de la Couture Parisienne, dessen Macht lange ungebrochen war. Paris als Hauptstadt der Mode hatte zu bestimmen,

was in der Mode zählt. Weitere nicht lokal gebundene Instanzen waren die entstehenden Modezeitschriften, die häufig auch über Stars und später über Filme berichteten und so eine Verbindung zwischen Mode und Glamour schufen. Die Inszenierung der Mode, zum Beispiel in Fashion Shows, die von Presse und Einkäufern besucht wurden, gewann ebenfalls an Bedeutung. Durch die Entstehung entsprechender Instanzen und über regelmäßig stattfindende Events, über die daran teilnehmenden Agenten und ihre wechselseitigen Beziehungen sowie über die Berichterstattung in Medien bildete sich das Modesystem heraus und konnte sich immer weiter ausdifferenzieren.

Seit den 1980er Jahren hat sich daran einiges geändert. Durch den Einfluss der japanischen Mode wurde Paris als Zentrum der Mode relativiert. Zwar mussten sich die japanischen Designer wie Kenzo, Yamamoto oder Rei Kawakubo zunächst in Paris durchsetzen, was äußerst schwierig war. Ihre Mode wurde abgelehnt (übrigens mit dem Argument, sie sei hässlich).<sup>21</sup> Dennoch ist es gelungen, diese für westliche Betrachter zunächst fremde Ästhetik zu etablieren. Durch sie wurde in der Folge eine ganze Generation von europäischen Designern beeinflusst, zum Beispiel die Antwerpener Schule.

Heute kann man feststellen, dass die Modezuschreibung vorgenommen wird von einem umfassenden, ausdifferenzierten Apparat, der zwar immer in Bewegung ist, aber nichtsdestotrotz über beträchtliche Macht verfügt. An ihm sind Designer, Medien, Blogs, Models, Shops usw. beteiligt. Die Rolle der Marken muss hier vorläufig noch unberücksichtigt bleiben. Es sei jedoch erwähnt, dass sie die Modezyklen fundamental beeinflussen können.<sup>22</sup>

Auch die Orte der Mode haben sich verändert; eine Diversifizierung in mehrere Modemetropolen fand statt. Mailand, London und New York gewannen an Bedeutung, wenn auch Paris nach wie vor als wichtigstes Modezentrum gilt. Kino, Fernsehen, Werbung, schließlich das Internet konnten sich zu einer Medienmacht herausbilden, die am Modegeschehen mit Interesse teilnimmt.

Schließlich erfolgte auch in Analogie zum Kunstsystem eine Autonomisierung der Vorstellung von Schönheit. Es ist ein Kennzeichen des gesellschaftlichen Subsystems der Kunst, dass die Ausdifferenzierung

seiner immanenten Elemente nach Maßgabe von Autonomie und Selbstbezüglichkeit erfolgte und der Begriff der Schönheit sich von normativen Vorstellungen mehr und mehr lösen konnte. Dass es nun auch in der Mode möglich wurde, zum Beispiel in den 1980er Jahren den undergroundartigen Grunge-Stil erfolgreich zu etablieren, bedeutet, dass auf dem Feld der modischen Schönheitsideale Autonomisierungstendenzen Fuß fassen konnten, die Hässlichkeit in den Schönheitsbegriff eingeschrieben haben, ohne noch auf Wohlgeformtheit und Angemessenheit Rücksicht zu nehmen. Ein Designer wie Martin Margiela wiederum verfolgte etwa die Strategie der modischen Selbstbezüglichkeit: Kleidungsstücke nahmen Stellung zur systemimmanenten Entfaltung der Mode – eine Naht wurde nach außen gewendet und sichtbar gemacht, ein funktionales Element zum Ornament umgewandelt. Solche Eingriffe, die sich mit immanenten Aspekten der Modeentwicklung beschäftigen, sind Indizien dafür, dass sich ein autonomes System etablieren konnte.

Der Beruf des Designers/der Designerin mag sich im Zuge dieser Entwicklungen tendenziell dem des Künstlers/der Künstlerin angenähert haben, doch die Konsumindustrie fordert ihren Tribut. Die ökonomischen Zwänge auf dem Modesektor lassen es nicht zu, dass der Designer sich einfach zum Künstler entwickelt, auch wenn die Ausdifferenzierung des Modeseystems zuweilen den Anschein erweckt, es gehe hier genauso zu wie in der Kunst. Einzelne Designer mögen Ausstellungen in Museen präsentieren, doch dies ändert nichts an der Selbstständigkeit und Abgeschlossenheit der beiden Systeme. Zwar differenziert die Mode sich aus und weist auf der Ebene der Komplexität des Systems ähnliche Züge auf wie die Kunst. Umso mehr schälen sich aber auch die Unterschiede heraus. In dem Moment, in dem ein Designer ein Kleidungsstück für die Ewigkeit entwirft, macht sich in der Überschneidung von Mode und Kunst eine Paradoxie bemerkbar. Denn Mode braucht Gefolgschaft, braucht Massenkonsum, muss „verbraucht“ werden auf der Straße und im Alltag.

Je klarer man die beiden Systeme der Mode und der Kunst voneinander unterscheidet, desto fruchtbarer ist der Erkenntnisgewinn. Denn erst wenn man zunächst einmal die systematischen und grundsätzli-

chen Unterschiede der beiden Systeme akzeptiert hat, ist es sinnvoll zu schauen, wo es am Ende doch Gemeinsamkeiten gibt.

## Zwei Systeme

Wie sieht es nun mit den Anerkennungspraktiken der beiden Systeme aus? An dieser Stelle soll vorläufig tabellarisch skizziert werden, wie sich die jeweiligen Anerkennungspraktiken formieren. In der Kunst lassen sich folgende Anerkennungspraktiken feststellen: Die Vergabe von Stipendien; die Verleihung von Preisen; die gezielte Förderung durch Kollegen oder Kunsthochschulen; die Auswahl durch Spezialisten des Kunstsystems; die Etablierung in Galerien; die Teilnahme an Ausstellungen und Messen; die Durchsetzung in Kunstmetropolen; die Aufmerksamkeit durch die Kunstkritik; die Darstellung in Zeitschriften und Massenmedien; die Wertbildung durch den Kunstmarkt; die Enthebung aus dem Alltag durch die Sammlung in Museen, möglicherweise erst durch die „Nachwelt“; die kulturelle Archivierung; die Bekräftigung von Echtheit und Unikaten.<sup>23</sup>

Ganz anders nehmen sich zunächst die Anerkennungspraktiken der Mode aus. Folgende Formen der Anerkennung kann man beobachten: Die Durchsetzung bei der Fachpresse und in den Medien; die Durchsetzung in Modemetropolen (etwa durch Präsenz in angesagten Läden); die Anerkennung durch das Chambre Syndicale de la Couture Parisienne bezüglich der Haute Couture; die Wertschätzung durch wichtige Persönlichkeiten und Celebrities (z.B. Michelle Obama usw.); die Bestellung durch Einkäufer; die Zulassung zu Shows und Messen; die Einrichtung von Flagshipstores; die Omnipräsenz auf dem Markt, möglicherweise durch Massenproduktion; die ästhetische und praktische Akzeptanz beim Kunden; die Verbreitung im Alltag; Verkauf und Profit; möglicherweise Verknappung und Platzierung als Luxusgut mit hohem Verkaufspreis.

Interessanterweise gibt es nun heute auch eine Form der Anerkennung auf dem Gebiet der Mode, die verwandt ist mit der der Kunst: Die Vergabe von Stipendien; die Verleihung von Preisen; die gezielte staatliche Förderung; die Einrichtung von Modeschulen und die Entstehung des Berufs „Modedesigner“; die glamouröse Inszenierung in Medien; die Teilnahme an

Ausstellungen; die Enthebung aus dem Alltag durch Museen und „Nachwelt“ sowie die kulturelle Archivierung.

Zunächst ist festzuhalten, dass Mode und Kunst unterschiedlichen Anerkennungspraktiken unterworfen sind. Bei näherem Hinsehen zeigt sich jedoch, dass inzwischen auch in der Mode Anerkennungspraktiken verbreitet sind, wie sie lange Zeit der Kunst vorbehalten waren. Designer mussten zum Beispiel früher kein Studium im Fach Modedesign durchlaufen; heute sind solche Ausbildungen allgemein üblich und gelten als Vorstufen zum Erfolg. Staatliche Fördermaßnahmen von jungen Designern wurden zudem in aufstrebenden Modestädten wie Berlin eingerichtet. Mode wird im politischen Kontext durchaus als kultureller Faktor gefördert. Und schließlich ist es auch für Designer möglich, sich auf dem Felde der Kunst zu etablieren, wie etwa der Modedesigner Walter van Beirendonck vorführt.

Die Möglichkeit, unabhängig von kommerziellem Erfolg als Designer auf dem Markt allein durch künstlerisches Prestige eine zeitlang überleben zu können, dokumentiert einmal mehr, dass Mode sich als komplexes System der Gesellschaft herausgebildet hat. Gerade diese Berücksichtigung freier ästhetischer Anteile durch den Anerkennungsprozess bekräftigen, wie vielgestaltig und tragfähig dieses System sich ausdifferenzieren konnte. Es geht nicht mehr nur um die Befriedigung des Bedürfnisses nach modischer Bekleidung. Die Mode formiert sich inzwischen als ein eigenes Subsystem, das an gesellschaftlicher Wert- und Konsensbildung teilhat, und das nicht nur eingegrenzten Konsumbedürfnissen dient, sondern eine umfassende kulturelle, wirtschaftliche und politische Bedeutung hat. Die Installierung von frei in der Gesellschaft verteilten Anerkennungsinstanzen, die Mode nicht nur nach Konsumierbarkeit beurteilen, spielt in diesem Zusammenhang eine entscheidende Rolle. Trotz aller Unterschiede ist die Mode damit der Kunst in mancher Hinsicht durchaus nahegerückt. Yohji Yamamoto äußert in dem Film *Aufzeichnungen von Kleidern und Städten* von Wim Wenders, man werde als Designer nicht mehr respektiert, wenn man nur noch Verkaufszahlen hinterherlaufe.<sup>24</sup> Die Anerkennung auf dem Feld der Mode erstreckt sich folglich keineswegs nur auf kommerziellen Erfolg, sondern auch auf genuin künst-

lerische Aspekte, deren Akzeptanz sich als eine der Gemeinsamkeiten zwischen Kunstsystem und Modesystem herausstellt. Diese Gemeinsamkeiten gewinnen an Bedeutung und schaffen eine partielle Durchlässigkeit zwischen beiden Bereichen. Um dieser Entwicklung Rechnung zu tragen, kann man mit gutem Recht auch von einem wechselseitigen Prozess sprechen. Die Annäherung der Kunst an die Mode gerät so ebenfalls in den Blick. So wird in der Kunstkritik inzwischen die zunehmende Bedeutung des Kunstmarkts reflektiert. Sogar der Einfluss der Preise auf ästhetische Wertungen und eine Orientierung an modischen Zyklen wird vermerkt.<sup>25</sup> Und dennoch bleiben die beiden Systeme als solche deutlich voneinander getrennt.

## Endnoten

- Gertrud Lehnert: Die Kunst der Mode: Zur Einführung, in: Dies. (Hg.): Die Kunst der Mode, Oldenburg: dbv 2006, S. 13 ff.
- Gunnar Schmidt: Modesprünge. Über ein Motiv in der Fashion-Fotografie, in: König/Mentges (Hg.): Medien der Mode, Berlin: Edition Ebersbach 2010, S. 45.
- Ebenda.
- Yuniya Kawamura: Fashion-ology. An Introduction to Fashion Studies, Oxford/New York: Berg 2005; Ingrid Loschek: Wann ist Mode. Strukturen, Strategien und Innovationen, Berlin: Reimer 2007.
- Als exemplarische Position solcher Diskussionen nenne ich stellvertretend: Arthur C. Danto: Die Verklärung des Gewöhnlichen, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1984.
- Siehe dazu Elena Esposito: „Solange es Geschmack gibt, gibt es daher keine Mode. Mit anderen Worten ist es nicht der Geschmack, der die Mode in ihrer modernen Form lenkt (...), sondern es ist die Mode, die den Geschmack erzeugt“. Elena Esposito: Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden. Paradoxien der Mode, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2004, S. 167.
- Loschek, Mode, S. 41 ff.
- Kawamura, Fashion-ology, S. 73.
- Vgl. Claudio Baraldi u.a.: GLU. Glossar zu Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1997, S. 33ff.
- Vgl. Loschek, Mode, S. 34 ff.
- Vgl. Thorstein Veblen: Theorie der feinen Leute, in: S. Bovenschen (Hg.): Die Listen der Mode, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1987, S. 147 ff.
- Vgl. Niklas Luhmann: Weltkunst, in: Luhmann/Bunsen/ Baecker: Unbeobachtbare Welt. Über Kunst und Architektur, Bielefeld: Haux 1990, S. 29.
- Vgl. Baraldi u.a., GLU, S. 36.
- Vgl. Luhmann, Weltkunst, S. 29.
- Vgl. dagegen Loschek, Mode, S. 35.
- Georg Simmel: Die Mode, in: S. Bovenschen (Hg.): Die Listen der Mode, S. 188.
- Vgl. Pierre Bourdieu: Die feinen Unterschiede, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1983, S. 21 ff.
- Vgl. Petra Leutner: Wege durch die Zeichen-Zone. Stéphane Mallarmé und Paul Celan, Stuttgart/Weimar: Metzler 1994, S. 45ff.
- Vgl. dazu Kawamura, Fashion-ology, S. 65.
- Vgl. Kawamura, Fashion-ology, S. 60 ff.
- Vgl. Kawamura, Fashion-ology, S. 60; ebenso Barbara Vinken: The Empire designs back, in: A. Fukai u.a. (Hg.): Future Beauty. 30 Jahre Mode aus Japan, München/London/New York: Prestel 2011, S. 27 ff.
- Vgl. Petra Leutner: Leere der Sehnsucht. Die Mode und das Regiment der Dinge, in: Image. Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft 8, 2008, <http://www.bildwissenschaft.org/image/ausgaben>.
- Vgl. zu dieser Thematik auch: Isabelle Graw: Der große Preis. Kunst zwischen Markt und Celebrity Culture. Köln: Dumont 2008.
- Wim Wenders, Aufzeichnungen von Kleidern und Städten, Deutschland / Frankreich 1989.
- Vgl. etwa Wolfgang Ulrich: Marktkunst. Über eine zeitgenössische Erscheinungsweise des Erhabenen, in: Lettre International Nr. 89, 2010, S. 100.

## Bibliographie

- Baraldi, Claudio u.a.: GLU. Glossar zu Niklas Luhmanns Theorie sozialer Systeme, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1997
- Bourdieu, Pierre: Die feinen Unterschiede, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1983
- Danto, Arthur C.: Die Verklärung des Gewöhnlichen, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1984
- Esposito, Elena: Die Verbindlichkeit des Vorübergehenden. Paradoxien der Mode, Frankfurt am Main: Suhrkamp 2004
- Graw, Isabelle: Der große Preis. Kunst zwischen Markt und Celebrity Culture, Köln: Dumont 2008
- Kawamura, Yuniya: Fashion-ology. An Introduction to Fashion Studies, Oxford/New York: Berg 2005
- Lehnert, Gertrud: „Die Kunst der Mode: Zur Einführung“, in: Dies. (Hg.): Die Kunst der Mode, Oldenburg: dbv 2006
- Leutner, Petra: „Leere der Sehnsucht. Die Mode und das Regiment der Dinge“, in: Image. Zeitschrift für interdisziplinäre Bildwissenschaft Nr. 8, 2008, <http://www.bildwissenschaft.org/image/ausgaben>
- Leutner, Petra: Wege durch die Zeichen-Zone. Stéphane Mallarmé und Paul Celan, Stuttgart/Weimar: Metzler 1994
- Loschek, Ingrid: Wann ist Mode. Strukturen, Strategien und Innovationen, Berlin: Reimer 2007
- Luhmann, Niklas: „Weltkunst“, in: Luhmann/Bunsen/ Baecker: Unbeobachtbare Welt. Über Kunst und Architektur, Bielefeld: Haux 1990
- Schmidt, Gunnar: „Modesprünge. Über ein Motiv in der Fashion-Fotografie“, in: König/Mentges (Hg.): Medien der Mode, Berlin: Edition Ebersbach 2010, S. 45-62
- Simmel, Georg: „Die Mode“, in: S. Bovenschen (Hg.): Die Listen der Mode, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1987, S. 179-208
- Ulrich, Wolfgang: „Marktkunst. Über eine zeitgenössische Erscheinungsweise des Erhabenen“, in: Lettre International Nr. 89, 2010, S. 100-104
- Veblen, Thorstein: „Theorie der feinen Leute“, in: S. Bovenschen (Hg.): Die Listen der Mode, Frankfurt am Main: Suhrkamp 1987, S. 106-155
- Vinken, Barbara: „The Empire designs back“, in: A. Fukai u.a. (Hg.): Future Beauty. 30 Jahre Mode aus Japan, München/London/New York: Prestel 2011, S. 27-39
- Wenders, Wim: Aufzeichnungen von Kleidern und Städten, Deutschland/Frankreich 1989

## Zusammenfassung

Der Text zeigt anhand von Anerkennungspraktiken, in welcher Weise die Mode sich als System entwickelt hat, analog zur schon früher erfolgten Ausdifferenzierung des Kunstsystems. In dem Maße, in dem die gesellschaftliche Bedeutung der Mode wächst, bilden sich autonome Anerkennungsinstanzen heraus, da Kleidung sich zunehmend aus der Beschränkung auf den Gebrauchskontext löst und auch zum Kulturgut wird. Die Parallelen und Unterschiede zwischen Kunst und Mode werden im Hinblick auf Anerkennungsstrategien herausgearbeitet. Schließlich wird die These aufgestellt, dass trotz partieller Durchlässigkeit das Kunstsystem und das Modesystem streng voneinander zu unterscheiden sind.

**Autorin**

Petra Leutner, Professorin für Modetheorie und Ästhetik an der Akademie Mode und Design Hamburg. Davor Gastprofessorin an der Hochschule für Gestaltung Offenbach sowie Lehrverpflichtungen und Projektarbeit an der Goethe-Universität Frankfurt am Main, der TU Darmstadt, der TU Karlsruhe und der Gesamthochschule Siegen. Studium der Literaturwissenschaft, Philosophie und Soziologie sowie Promotion an der Goethe-Universität Frankfurt am Main. Publikationen (Auswahl): Wege durch die Zeichen-Zone. Stéphane Mallarmé und Paul Celan, Stuttgart/Weimar 1994; Das verortete Geschlecht (hg. mit Ulrike Erichsen), Tübingen 2003; Bild und Eigensinn (hg. mit Hans-Peter Niebuhr), Bielefeld 2006. Zahlreiche Aufsätze zu den Arbeitsschwerpunkten Ästhetizismus, Mode, Wahrnehmung, poetische Sprache.

**Titel**

Petra Leutner: Anerkennungspraktiken von Mode und Kunst (7 Seiten); in: kunsttexte.de, KunstDesign-Themenheft 2: Kunst und Mode, G. Jain (Hg.), 2011, [www.kunsttexte.de](http://www.kunsttexte.de).