

Modedämmerung?

Mit dem Beginn der Moderne um die Französische Revolution herum ist man nicht müde geworden, den Untergang der Mode zu prognostizieren. Eine Modedämmerung wurde allenthalben von Friedrich Nietzsche und Thorstein Veblen über Adolf Loos bis zu Simone de Beauvoir und Pierre Bourdieu vorausgesagt, ja herbeigesehnt: in einer Republik gleicher und freier Bürgerinnen und Bürger hat die Mode schlicht keinen Platz. Sie ist ein Anachronismus, den es auf dem Weg in eine emanzipiertere, selbstbestimmtere, demokratischere Zukunft hinter sich zu lassen gilt. Was sollte mit der Mode verschwinden, was durch ihr Verschwinden endlich wahr werden?

Kritiker und Bewunderer der Mode sind sich im Wesentlichen darin einig, dass die Mode, in meinen Worten gesagt, in der westlichen Moderne einen orientalischen Fremdkörper darstellt. Sie ist Symptom für alles, was im Westen schief liegt: Die Mode, die nur Sklaven und Tyrannen, aber keine freien Subjekte kennt, ist als das Andere der Moderne ein allmächtiger Götze. Sie ist das Weibisch-Manieristische, das wiederandrängende Barbarisch-Dekadente, das Tyrannisch-Beliebige. Mode macht die Frauen zu Sklaven und die Männer zu Sklaven der durch die Mode kunstvoll hergerichteten, bezaubernden Frauen. Im *Maler des modernen Lebens* (1863) verschreibt sich Baudelaire diesem Eroskult und bringt das idolatrische Moment auf den Punkt: »idole, elle doit se dorer pour être adorée« – »Die Frau [...] sie soll bezaubern; ein Götzenbild, muß sie sich vergolden, um Anbetung zu wecken.«¹ Als Idol, als Priersterin, als Statue wird die Frau zum kunstreich hergestellten Götzenbild, das aus der Ordnung des bloß Menschlich-Natürlichen dank menschlicher Schöpferkraft herausfällt und die Anbetung der geblendeten Sterblichen erfährt. Des hier von Baudelaire besungenen ›Götzendienstes‹ versuchte jede neue Reformwelle streng und entschieden Herr zu werden.

Mit der Moderne werden Mode und Weiblichkeit oder genauer Weibischkeit synonym. Mode ist nicht Selbstbestimmung, sondern Verdinglichung: Thorstein Veblen beschreibt die Frauen als *mobilia*, die die Kreditpotenz des Haushaltes ausstellen.² Mode ist nicht Freiheit, sondern Unterwerfung. Nirgends wird diese Leibeigenschaft offensichtlicher als in der ›zweiten Haut‹, der Kleidung: in den *livrées* der Diener, der Soutane der Priester, im Korsett der Frauen. Als Unterworfenen, wie Eigentum oder Sklaven tatsächlich mit den Insignien der Herrschaft bis ins Fleisch markiert, werden die Körper von Frauen, Dienern und Priestern ihrer Bewegungsfreiheit beraubt, dem Zwang unterjocht.

Im Herzen der Moderne geht es zu wie bei den primitiven Wilden. Der Industriekapitän, der seine aufgetakelte Frau auf der 5th Avenue paradiert, benimmt sich genauso wie der Kwakiutlhäuptling, der die aus dem Kampf mitgebrachten Trophäen

im Triumphzug herumführt. Wie Marx mit dem Begriff des Warenfetischismus die mystischen, ganz unaufgeklärten Mucken der Ware zu fassen sucht, beschreibt Veblen mit dem Begriff der *conspicuous consumption* das Herz des modernen Kapitalismus als eine wilde, barbarische, unzivilisierte Praxis, bestimmt von Verdinglichung und Fetischismus.³ Die versklavende Barbarei der Mode, die den Anderen tyrannisch darauf reduziert, in seinem gezeichneten Fleisch nichts als die Abzeichen seiner Leibeigenschaft zu tragen, gerinnt bei Veblen zum orientalischen Bild schlechthin: den eingeschnürten Füßen der vornehmen Chinesinnen.

Als Fetisch par excellence werden Frauen als Superdildos ausgeführt. Der Begriff des Fetischismus, mit dem die ›zivilisierten‹ Völker sich von den ›Wilden‹ in den Kolonien, ihrem bizarren Aberglauben und ihrer Zauberei als so aufgeklärt vernünftig wie rechtgläubig absetzten, ist dann auch nie weit, wenn es um Modeanalysen geht. Die Mode wird als eine fremde Arabeske, als ein orientalisches-tyrannisch Weibliches oder auch als barbarischer Zierrat im Herzen eines rationalen, aufgeklärten, selbstbestimmten und selbstbewussten, kurz menschlich/männlichen Westens gesehen. Mode wird als Idolatrie, Götzendienst und Irrglaube analysiert. Sie ist Idolatrie eines verdinglichten Weiblichen, dem Männer wie Frauen erliegen: *Dior, j'adore*. Sie ist Idolatrie der *griffe*, des Namens des Designers, dessen falsches, symbolisches Kapital in einem gefallenem Geniekult versilbert wird: Verblendung, Verkennung, kurz, fauler Zauber.⁴

Gegen diese Arabeske, gegen diese orientalische Kolonie, gegen all das Modische schlechthin steht in diesem Diskurs der Anzug, das Standardkleid des brüderlich gleichen Bürgers. Das Lob des Anzugs hat Friedrich Nietzsche am schönsten gesungen.⁵ Erfolgreich modern ist Mode dann, wenn sie folgenden paradoxen Sprechakt an den Mann bringt, den ich so paraphasiere: ›Ich habe Wichtigeres zu tun, Größeres zu leisten, als mich ausgerechnet durch die äußerlichste aller Äußerlichkeiten hervorzutun: meine Kleider. Es geht um meinen Geist, nicht um mein Fleisch, um Sinn, nicht um Sinnlichkeit, um meine inneren Werte, nicht um den leeren Schein bloßer Äußerlichkeiten.‹ Erfolgreich, kann man auch sagen, ist Mode dann, wenn sie mit allem Modischen kurzen Prozess macht. Und das ist mit dem Anzug erreicht, gelungener Inbegriff einer Ästhetik der Moderne. In dieser Perspektive wird der Anzug als selbstständige, klassisch-zeitlose Formfindung gesehen, die keinerlei Caprice, keinerlei Extremen unterliegt: »form follows function.« Er hat nichts Hybrides, Manieristisches und macht deshalb Wechsel und Veränderung unnötig. Im Anzug hat sich die Mode selbst überwunden; erfolgreich inszeniert der Anzug mit der Gleichheit aller den demokratischen Körper der Republik.

Diese selbstständige, souveräne, zeitgemäße Formfindung ist der weiblichen Mode nicht gelungen. Hellsichtig hebt Nietzsche im Gegensatz zur formerfindenden, formgebenden, vereinheitlichenden Durchgeistigung der Männermode das Historische der Frauenmode, ihren Exotismus und Anachronismus, ihren universalen Eklektizismus hervor. Frauenmode wird ihm zur Verkleidung, zu einem Jahrmarkt der Eitelkeiten. Sie ist ein orientalisches Gemisch aus zweiter Hand, das einzig die Erregung der Sinnlichkeit, oder, wie Nietzsche sagt, die »Inszenierung des schönen

Fleisches«⁶ im Auge hat. Deshalb borgt sie von den Kulturen, die noch nicht vergeistigt reformiert sind und modern nie waren. Weibliche Mode zitiert die höfischen Kulturen, die orientalischen Anderen des zeitgenössischen Europas – Kurzformel hierfür ist Spanien – und die orientalische Antike: Türken und Altgriechen. Geborgt, aufgewärmt ist sie als manieristisches Potpourri die Antithese zu allem Modernen.

Der Modekritik geht es in bester aufklärerischer Tradition um einen Ausgang des Menschen und insbesondere der Frauen aus ihrer selbstverschuldeten Unmündigkeit. Simone de Beauvoir hat dieses Unmündige der Frau in der Mode, ihre perverse Selbstentfremdung, an der sie den größten Gefallen findet, am härtesten gefasst: »Wenn sie ihre Sendung als sexuelles Objekt akzeptiert hat, schmückt sie sich gern«.⁷ An die Stelle von Verdinglichung und Entfremdung zum Sexobjekt oder/und Statussymbol soll auch bei den Frauen ein selbstbewußtes, selbstbestimmtes und selbstbeherrschtes Subjekt treten.

Obszön grotesk, anachronistisch unreformierbar, hoffnungslos zurückgeblieben findet Adolf Loos um 1900 die weibliche Mode und bezeichnet sie als ein »größliches Kapitel der Kulturgeschichte«.⁸ Sie verstößt gegen sämtliche ästhetischen Prinzipien der Moderne, wie sie Loos als Wegbereiter der Neuen Sachlichkeit definiert. Rein ornamental, ist sie nicht weniger als ein ästhetisches Verbrechen. So schamlos wie skrupellos appelliert sie, gnadenlos schwanzfixiert, an das Tier im Mann. Aber das ist, Kulturkrankheit, eben leider nicht mehr gesund, sondern pervers. Sonst wären alle Menschen nackt. Schuld an all diesem moralischen wie ästhetischen Elend ist, folgt man Loos, die Geschlechterordnung der Moderne; ohne Recht auf freie Arbeit ist die Frau verdammt, Geschöpf der Wollust des Mannes zu sein. Ihr einziges Mittel im Kampf der Geschlechter ist die ›Liebe‹, deren Grund die Begierde ist.

Ohne den Mann, durch den sie ganz bestimmt wird, ist die Frau nichts. Solange Frauen nicht mit Männern konkurrieren können, sondern um Männer konkurrieren müssen, solange sind alle Versuche, die Frauenkleider nach den modernen Kunstprinzipien zu reformieren, zum Scheitern verurteilt. Ist der Motor der Männerkleidung die Distinktion, die sich paradox gerade dadurch auszeichnet, dass man sich den Anderen vollkommen angleicht, dann wird Frauenkleidung durch die wechselnden sexuellen Vorlieben der Männer bestimmt. Nach dem Masochismus die Pädophilie: von der Domina zur Kindfrau.

Wie Veblen sieht Loos das Los der Frau darin, nicht selbstbestimmtes Subjekt, sondern fremdbestimmt-unterworfen Dienerin zu sein. Als feudales Relikt ist sie wie alle Diener – die Priester als Diener des Herrn, die Könige als erste Diener des Staates und die zum Gehorsam verpflichteten Soldaten – gehüllt in Gold, Samt und Seide, geschmückt mit Bändern, Federn und durch Farben stigmatisiert. Den Weg in die Moderne, den die Männer schon lange als freie Subjekte gegangen sind, kann sie erst gehen, wenn auch sie die Kleidung als Ornament abgelegt hat. Erst dann hat sie eine Chance, mehr als passiv reizendes Schmuckstück zu sein, das sich der Mann ans Revers heftet. Erst wenn Frauen sich nicht mehr als Sexobjekte auf dem Heiratsmarkt anbieten müssen, sondern den Arbeitsmarkt als produktive, selbstbestimmte Subjekte betreten können, hat die Frauenmode eine Chance, endlich modern zu

werden. Bis dahin ist es noch ein weiter Weg, auch wenn die RadfahrerIn, zwar noch berockt, aber immerhin fußfrei, die Richtung weist, die Loos mit lyrischer Intensität und der von den Reformern bevorzugten Kleinschreibung beschwört.

Zu einer Modedämmerung ist es nicht gekommen. Nie war das Interesse an Designern, ihrer Geschichte, ihrer ästhetischen Entwicklung so groß wie heute. Nicht nur die Museen, auch die Universität hat sich der Mode geöffnet. Sie spielt sowohl in der Soziologie als auch in der Ästhetik eine nicht mehr zu unterschätzende Rolle. Das Wissen über die Mode ist groß, das Interesse an ihr überwältigend und man kann dank einer ausbeuterischen Globalisierung sogar von einer Demokratisierung und Vermassung der Mode in den reichen Ländern sprechen. Sie mag sich selbst kannibalisieren, würde dann aber nicht verdämmern, sondern an einem Übererfolg zugrunde gehen.

Heißt das, dass unsere Gesellschaften einem orientalischen Götzenkult frönen, dass wir bis zum Hals in Entfremdung, Verdinglichung, Fetischismus, kurz, in Tyrannei stecken geblieben sind? Dass wir nicht nur nie modern waren, sondern nie modern geworden sind? Eher, denke ich, erteilt uns die Geschichte der Mode eine Lektion in Sachen *récit* der Moderne.

Die Mode ist einer Moderne, die sich teleologisch so eigensinnig wie fortschrittlich in Richtung Selbstbestimmung und -befreiung entwickelt, ein Widerlager geblieben. Das Identitätsbegehren, das die Moderne kennzeichnet – endlich ganz man selbst zu sein, identisch mit seinem Geschlecht – entlarvt die Mode als Illusion. Seit der Moderne tut die Mode als ein Kommentar in Kleidern über Kleider nichts anderes, als zum einen zu zeigen, dass das selbstbestimmte bewusste, authentische Subjekt keineswegs autonom, sondern Ergebnis von komplexen Zeichenoperationen ist, die es selbst nicht steuern kann, sondern denen es – als Subjekt – im wahrsten Sinne des Wortes unterliegt. Das Ins-Spiel-Bringen anderer Identitäten, der eigenen Identität als der eines anderen, ist für die Mode seit der Moderne konstitutiv. Benjamin zitiert zu diesem Befund die raffinierte Diagnose Egon Friedells aus dem Jahr 1931: »Der Modetypus ist die *grande dame*, die die Kokotte spielt.«⁹

Das heißt gerade nicht, dass die Mode eine Maske ist, die die einzigartige Authentizität eines Individuums vor den Augen der Welt verbirgt, sondern dass sie vielmehr die einzigartige Authentizität als Allerweltsmaske entlarvt. An wenigen Systemen lässt sich dieses performative Moment der Identität, aber auch seine Verrückung so gut zeigen, wie in der Mode. Nicht nur aus der Konstruktion von Identität, sondern aus deren Verschiebung und Verrückung zieht die Mode ihren Reiz. Das ist auch ein Reiz der Neuheit – etablierte Erwartungshorizonte werden nur aufgerufen, um durchbrochen zu werden. Es ist aber auch der stärker zersetzende Reiz der Entauthentifizierung, der Zersetzung von Identität, der spielerische Reiz, die Maske, die man *nolens volens* trägt, als solche zu inszenieren und vorzuführen.

Modeschöpfer wie Modeträger verkennen dabei vermutlich grundsätzlich, was sie tun, ja müssen es vielleicht verkennen, um es tun zu können. Werfen wir einen kurzen Blick in die Modegeschichte. Coco Chanel, bekanntlich angetreten, um die natürliche Frau befreit von den Zurichtungen der Weiblichkeit bequem anzuziehen,

zog sie im Namen des anderen Geschlechtes und eines anderen Alters, als *garçonne* nämlich, als Junge an. Die *high society* hüllte sie mit der *marinière* und den weiten Leinenhosen in die Kleider der armen Leute, die zu See arbeiten – in die Kleider einer anderen Klasse. Vor allem aber bestückte sie die Frauen mit den Attributen vermöglicher Männer: das berühmte Chanelkostüm aus oft sehr farbiger Boucléwolle, mit goldenen Knöpfen und aufgesteppten Lietzen macht natürlich massive Anleihen bei den Militäruniformen – letztes Relikt in einem jetzt für die Männer grau gedeckt gewordenen Zeitalter, wo die Männer noch Farbe bekennen und im Pomp und Prunk ganzer Männlichkeit paradieren durften.

Ähnlich fetischisiert, würde ich meinen, die Mode die Frau nicht; sie enthüllt vielmehr in einer Art Hyperfetischisierung den Fetisch Weiblichkeit. Denn auch die *femme-femme* Diors im New Look mit Wespentaille, die nur durch ein eingearbeitetes Korsett zu erreichen war, und runden Hüften und einem etwas fülligeren Busen, trat ja keinesfalls als natürliche Blumenfrau in Szene, sondern überzeichnete im Rückgang auf die *Belle Époque* Weiblichkeit und machte sie für alle sichtbar zu einer kunstvollen künstlichen Inszenierung.

Die Maison Martin Margiela versetzte Frauen in die Lage, durch die Schneiderkunst hergestellte und idealisierte Weiblichkeit als einen Fremdkörper auf ihrem tatsächlichen Körper spazieren zu führen. Abstrakt minimalistisch inszeniert Margiela die Rückseite der modernen Subjektnorm: die Verdinglichung der zur Ware entfremdeten Weiblichkeit. Die Entfremdung des modernen Menschen, seine Verdinglichung, kommentierte er witzig dadurch, dass er einen Trench aus Möbelementen, Armlehnen etwa, herstellte. Auch dies ist keine Verdinglichung durch Mode, sondern eine witzige Inszenierung von Verdinglichung durch und in der Mode.

Kurz, die Mode verdinglicht nicht und entfremdet nicht (nur); sie weist diese Prozesse, sie bringt sie auf die Bühne, sie inszeniert sie – ein eminent ästhetisches Verfahren. Was sie aber vor allem als Illusion auf den Arm nimmt, ist nicht nur Fetischismus und Verdinglichung, sondern das Dogma der Moderne eines authentischen, autonomen, ganz unverstellten, mit sich und seinem Geschlecht identischen Subjektes, wie es uns der Anzug vorgaukelt. Diese Entlarvung des Authentizitätsfetischismus geschah in der Moderne am Körper der Frau; seit einigen Jahren nun ist die Mode dabei, diese Dekonstruktion von authentischer Identität versuchsweise am Körper des Mannes nicht weniger witzig ins Werk zu setzen. Gute Aussichten. Von Modedämmerung jedenfalls keine Spur.

- 1 Charles Baudelaire, »Lobrede auf das Schminken« [1863], in: idem, *Sämtliche Werke und Briefe*, hg. von Friedhelm Kemp und Claude Pichois, Bd. 5, München/Wien: Carl Hanser Verlag, 1989, S. 247–251, S. 249.
- 2 Thorstein Veblen, *Theorie der feinen Leute: Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen* [1899], aus dem Amerikanischen von Suzanne Heintz und Peter von Haselberg, Köln: Kiepenheuer & Witsch, 1958, S. 137.
- 3 Ibid.
- 4 Vgl. Pierre Bourdieu und Yvette Delsaut, »Die neuen Kleider der Bourgeoisie«, übers. von Eva Moldenhauer, in: *Kursbuch* 42, 1975, S. 172–182.
- 5 Friedrich Nietzsche, »Menschliches, Allzumenschliches II [1878]«, in: idem, *Werke in drei Bänden*, hg. von Karl Schlechta, Bd. 1, München: Hansa, 1954, S. 961–964 (= Fragment 215).
- 6 Ibid., hier: S. 962.
- 7 Simone de Beauvoir, *Das andere Geschlecht. Sitte und Sexus der Frau* [1949], übers. von Uli Aumüller und Grete Osterwald, Hamburg: Rowohlt Verlag, 1992, S. 253.
- 8 Adolf Loos, »Damenmode« [1898], in: idem, *Ins Leere gesprochen (1897–1900)*, Berlin: Herold, 1962, S. 157.
- 9 Egon Friedell, *Kulturgeschichte der Neuzeit*, Band III, München: Beck, 1931, S. 203, exzerpiert von: Walter Benjamin, *Das PassagenWerk*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1983, S. 125.