

netzwerk mode textil

nmt Jahrbuch  
2021

Böhlau, Katja: „Who’s the daddy?“  
Zur Inszenierung des (neuen) Vaters in aktuellen Modefotografien, in: nmt 2021.  
Jahrbuch *netzwerk mode textil e.V.*, S. 80–91,  
<https://doi.org/10.53193/214868396B>.

## Impressum

nmt 2021

Jahrbuch netzwerk mode textil e.V.

ISSN: 2566-4875

DOI: <https://doi.org/10.53193/219197792B>

**Herausgeber:** netzwerk mode textil e.V. | 1. Vorsitzende Elisabeth Hackspiel-Mikosch  
[www.netzwerk-mode-textil.de](http://www.netzwerk-mode-textil.de)

**Chefredaktion:** Michaela Breil

**Redaktion:** Sabine de Günther | Elisabeth Hackspiel-Mikosch | Dorothee Haffner | Katrin Lindemann | Evelyn Schweynoch | Regine Steenbock | Dagmar Venohr

**Alle Beiträge des Jahrbuches sind peer reviewed.**

**Advisory Board des netzwerk mode textil e.V.:**

Heike Derwanz | Martina Glomb | Bettina Göttke-Krogmann | Birgit Haase |  
Katharina Hornscheidt | Kerstin Kraft | Lioba Keller-Drescher | Gudrun König |  
Gertrud Lehnert | Dorothea Nicolai | Heide Nixdorff | Adelheid Rasche |  
Sabine Resch | Katharina Tietze | Philipp Zitzlsperger

**Gestaltung & Satz:** Wißner-Verlag GmbH & Co. KG, Augsburg | [www.wissner.com](http://www.wissner.com)

**Druck:** Senser Druck GmbH, Augsburg

Jede Verwertung der Texte und Bilder außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Übersetzungen, Vervielfältigungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Die Klärung der Bildrechte und die Einholung der Abdruckgenehmigungen verantworten die Autor:innen.

**Copyright:** © netzwerk mode textil e.V. und die Autor:innen, 2022

# Inhalt

<b>Vorwort</b> .....	4
Isa Fleischmann-Heck <b>Das Häkeln – Entwicklung einer neuen »weiblichen Arbeit« in Deutschland um 1800</b> .....	6
Rosita Nenno <b>Leder und die Luxusmode</b> Ein Modejournal der <i>Heyl'schen Lederwerke</i> Worms-Liebenau von 1927 .....	18
Evelyn Schweynoch <b>Das Musterarchiv der ehemaligen Weberei Tannenhauer in der Historischen Schauweberei Braunsdorf</b> .....	30
Bettina Göttke-Krogmann <b>Eine Bühne für die Stoffe</b> .....	44
Michaela Breil <b>Das Strumpfunternehmen <i>Elbeo</i> 1945–1950</b> Demontage, Flucht und Wiederaufbau .....	64
Katja Böhlau <b>»Who's the daddy?«</b> Zur Inszenierung des (neuen) Vaters in aktuellen Modefotografien .....	80
Dorothee Haffner/Katharina Kielmann <b>Schmuck in der Corona-Pandemie</b> Ein Gespräch mit der Designerin und Kunsthistorikerin Katharina Kielmann .....	92
<b>Rezensionen</b> .....	100
<b>Autor:innenbiografien</b> .....	110



30 YEAR ANNIVERSARY SPECIAL

DECEMBER 2018 £3.99

BRITISH

GENTLEMEN'S QUARTERLY

# Attaboy!

Fighter, father, man and boy

**Anthony Joshua**

**GO**

Celebrating 30 years of British GO

**THE  
STATE  
OF  
MAN**

19  
1988

20  
18

HOW ARE WE DOING?

Photographed by Gavin Bond

12 >  
9 770954 875214

## Katja Böhlau

# »Who's the daddy?«

## Zur Inszenierung des (neuen) Vaters in aktuellen Modefotografien

2018 feierte die britische Ausgabe des Männer-Lifestyle-Magazins »GQ« 30 Jahre Bestehen und nahm dies zum Anlass, sich mit der Frage zu beschäftigen, was es eigentlich heute heißt, ein Mann zu sein. Eine Befragung von über 1.000 Männern ergab, dass es selten eine »verwirrendere Zeit« dafür gegeben habe.<sup>1</sup> Vor allem im Bereich der familiären Rollenverteilung hätte sich einiges geändert: »Masculinity is no longer defined by being the breadwinner or having the ability to ›man up‹. By a distance – among every age of man questioned – everyone agreed that the two most important qualities for modern males were ›being present as a father‹ and ›being strong in a crisis‹. All age groups agree that there is no longer any real difference between the man and the woman in bringing up a child.«<sup>2</sup>

Das hier entworfene »neue« Bild des Vaters, das sich durch eine stärkere Beteiligung an der Kinderbetreuung auszeichnet, fand in den letzten Jahren auch in Modestrecken seine visuelle Ausformung. Der folgende Beitrag untersucht diese Darstellungen von Väterlichkeit in der Modefotografie im Kontext der Diskussionen um eine zeitgemäße Männlichkeit.

Im Zentrum der Analyse stehen exemplarische Modestrecken der 2010er-Jahre aus einem der bekanntesten Männermagazine weltweit: »GQ« (Gentlemen's Quarterly).<sup>3</sup> Mode erscheint darin als Teil eines Lifestyles, der außerdem traditionell männlich konnotierte Themen wie Autos, Technik, Karriere und Frauen umfasst. Von der Titelseite des Magazins blicken uns entsprechend zumeist trainierte Männer in klassischen Anzügen entgegen.<sup>4</sup> Vor allem seit dem Ende der 2010er-Jahre jedoch zeigen sich die Männerbilder

auf dem Cover der »GQ« vielfältiger. Im November 2019 zierte, um nur eines von mehreren Beispielen zu nennen, der Sänger Pharell Williams in einem langen Daunen-Mantel im Stil eines Couture-Kleides von *Moncler* die GQ-Ausgabe »The New Masculinity Issue« und machte damit Gendergrenzen zum Thema.<sup>5</sup> Werden hier tradierte geschlechtliche Zuschreibungen auf Ebene der Mode durchkreuzt, so zeigt sich eine Neubestimmung des Männerbildes in »GQ« und anderen Lifestyle-Magazinen auch in Bezug auf weitere Aspekte, wie Emotionalität oder eben eine aktive Rolle als Vater.

Auf dem Titel der oben zitierten Jubiläumsausgabe sehen wir den Boxer Anthony Joshua, der mit seinem dreijährigen Sohn auf einem Motorrad sitzt; beide tragen sportliche Kleidung mit Hoodies und kurzen Hosen (Abb. 1). Es ist das erste Mal, dass die britische »GQ« einen Mann mit seinem Kind auf dem Cover zeigt und damit den Mann in seiner Rolle als Vater in dieser Weise ins Zentrum rückt. Auch die spanische »GQ« zeigte im Dezember 2018 mit Justin O'Shea und dessen Baby auf dem Arm ein Bild von Väterlichkeit auf dem Titel (Abb. 2). Präsentieren Anthony Joshua und sein Sohn sportliche Outfits, so sehen wir den Mode-Influencer Justin O'Shea in weißem Unterhemd zu einem grauen Wollsakko. Sein Sohn ist in einem weißen Baby-Body modisch auf ihn abgestimmt. Beide Männer erscheinen zusammen mit ihren Kindern in Modestrecken, die den Mode-Stil der Väter vorstellen. Die Kleidung der Kinder ist jeweils an den Look der Väter angelehnt. Bisweilen scheint sie sich nur in der Größe zu unterscheiden, wenn beispielsweise der Sohn O'Sheas, passend zum Nadelstreifen-Anzug des Vaters, über seinem Baby-Body in ein Nadelstreifen-Sakko gekleidet wird.



Abb. 2: Cover der »GQ España« 12/2018 mit einer Fotografie von Adrià Cañameras.

Während in diesen Beiträgen Modefotografien mit Porträts über die Männer und ihre Rolle als Vater verbunden werden, finden sich auch Strecken, in denen männliche Models über die gemeinsame Präsentation mit Kindermodels oder über Zuschreibungen im Modetext, also durch eine spezifische Rahmung im Magazin, als Väter inszeniert werden. Auffällig ist, dass diese nicht etwa Kleidung vorstellen, die sich besonders für Aktivitäten mit Kindern eignen würde. Vielmehr ist das genaue Gegenteil der Fall, wenn Anzüge für die Arbeit im Büro oder als Abendgarderobe des Mannes vorgestellt werden. Die Strecken sind also nicht Illustrationen der aktuellen Debatten um Männlichkeit. Modefotografie, so formuliert es Anne Söll, hält »weder der Mode noch den Geschlechterstrukturen einfach einen ›Spiegel‹ vor.«<sup>6</sup> Vielmehr ist sie Teil von Diskursen, kann diese reproduzieren und festigen, aber auch durchkreuzen und neue Perspektiven hervorbringen. Die Modestrecke in einem Magazin wird somit als ein Gefüge aus Bild, Text und Kleidung verstanden, das im Anschluss an Dagmar Venohr erst in der ver-

bindenden Rezeption ›Mode‹ – und so möchte ich hier ergänzen ›Geschlecht‹ – hervorbringt.<sup>7</sup>

Wie ich in der folgenden Analyse einiger »GQ«-Modestrecken mit Männern als Vätern zeigen werde, zeichnen sich die Inszenierungen dadurch aus, dass sie traditionell männlich konnotierte Domänen bzw. Verhaltensweisen mit traditionell weiblichen zu verbinden suchen. Es soll dargelegt werden, inwiefern dabei gleichzeitig bestimmte Aspekte tradierter Männlichkeit, wie körperliche Stärke oder beruflicher Erfolg, in der modefotografischen Inszenierung sogar besonders betont werden, um eine Differenz der Geschlechter aufrechtzuerhalten. Dabei sind kleidungssprachliche Ebene, textliche Rahmung und bildliche Inszenierung des Habitus der Männer miteinander verschränkt, ohne jedoch immer gleichermaßen zusammenzuwirken. Wodurch also wird der Mann in den Modestrecken zum Vater? Und inwiefern haben wir es tatsächlich mit einer ›neuen Männlichkeit‹ zu tun?

### #NewMasculinity

Hatte sich die britische »GQ« 2018 dem »State of man« verschrieben, so knüpft die deutsche Ausgabe im September 2019 mit dem Hashtag #NewMasculinity daran. Dabei handelt es sich um eine Kampagne, mit der die Redaktion »im Magazin und in einer Video-Serie männliche Rollenbilder in Gesellschaft, Business und Beziehungen hinterfragen« will.<sup>8</sup> Sie reagiert damit auch auf mediale Debatten um eine krisenhafte Männlichkeit, die sich mit der #metoo-Bewegung und der Rede von einer toxischen Männlichkeit in den vergangenen Jahren weiter zugespitzt hat. Die ›Krise des Mannes‹ ist ein schon seit Jahren immer wieder beschworenes Sinnbild, das einen Verlust von Männlichkeit im Zusammenhang mit teilweise sehr disparaten Symptomen beschreibt. Dazu gehören unter anderem die Veränderung der Arbeitswelt und drohende Arbeitslosigkeit sowie eine stärkere Unabhängigkeit der Frauen und damit einhergehend Veränderungen familialer wie gesellschaftlicher Rollenverteilungen. Die Krisendiagnose tritt, so hat die Forschung zur Männlichkeit unlängst gezeigt, auch als wiederkehrender, gar konstitutiver Bestandteil vieler Männlichkeitsdiskurse in Erscheinung.<sup>9</sup> Im Editorial der »GQ« verweist der Chefredakteur Tom Junkersdorf beispielsweise auf die Veränderungen des Männerbildes in den 1960er-Jahren, in denen der »harte Nachkriegsmann« von einem offe-

neren und einfühlsameren Typ Mann abgelöst worden sei.<sup>10</sup> Er fragt nach einer neuen, modernen Form von Männlichkeit in »Zeiten von #metoo, in Zeiten, in denen Gendergrenzen verschwimmen und jede Form von klischeehaftem Männlichkeitsgehabe – Gottseidank [sic] – aus der Mode« kommen würde.<sup>11</sup> Die Antwort laute *diversity*: »*State-of-the-art*-Mannsein bedeutet«, so Junkersdorf, »die Vielfalt zu feiern.«<sup>12</sup> Propagiert wird damit, was es zwar schon immer gegeben hat – viele Männlichkeiten – jedoch geht es um die Auflösung einer Hierarchie unter diesen. Mit dem einflussreichen Konzept der hegemonialen Männlichkeit hat die Soziologin Raewyn Connell (ehemals Robert Connell) diese Verschränkung von geschlechtlichen Konfigurationen und Herrschaftsstrukturen beschrieben.<sup>13</sup> Die je nach Kontext variable Ausprägung einer dominanten – also hegemonialen – Männlichkeit bezieht sich dabei nicht nur auf die Abgrenzung zu Frauen, sondern auch zu anderen marginalisierten Männlichkeiten, wie beispielsweise Homosexuellen. Sie stellt ein Ideal dar, wobei es weniger darum geht, dass die Mehrheit der Männer diesem entsprechen muss, als vielmehr, dass dieses mehrheitlich als Orientierungsmuster anerkannt wird. Eine Vielfalt von Männlichkeiten zu feiern, wie »GQ« vorschlägt, ließe sich also auch als die Pluralisierung hegemonialer Männlichkeit beschreiben.

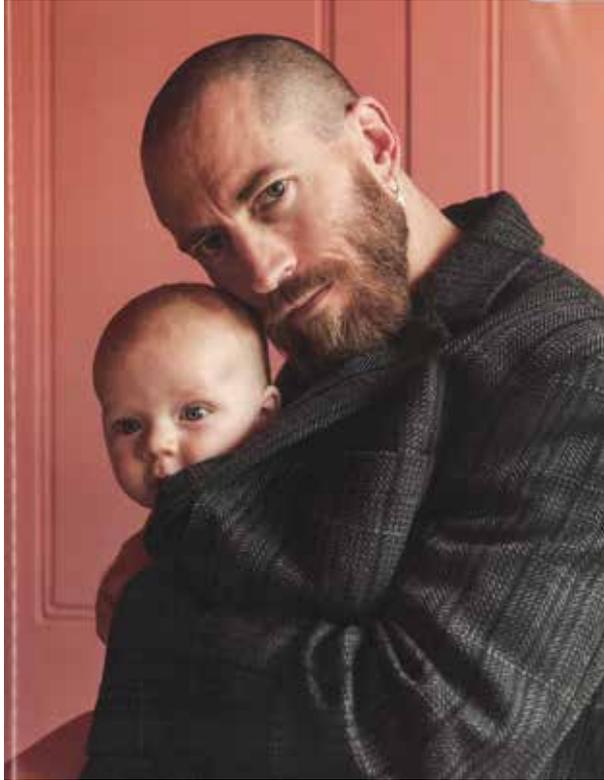
Doch wie sehen diese nun konkret aus?

In der 2019 auf der Website der deutschen »GQ« hochgeladenen Video-Reihe »Real Men« sprechen verschiedene Männer in einzelnen Porträts darüber, was Männlichkeit für sie bedeutet, und werden damit gleichsam als Rollenmodelle vorgestellt.<sup>14</sup> Dazu gehören unter anderem der Fußballer Serge Gnabry, Model und Transgender-Aktivist Benjamin Melzer sowie Justin O'Shea aus dem Modebusiness. Thematisiert werden die fließenden Übergänge zwischen Geschlechtern und Sexualitäten. Machogehabe wird kritisiert, Emotionalität bei Männern als positiv bewertet und die Bedeutung der Familie hervorgehoben. O'Shea steht in der Auswahl exemplarisch für einen Mann, dessen Lebensstil sich durch das Vaterwerden radikal verändert hat: »Mein Leben bestand aus Arbeiten und Party machen. Jetzt bin ich ein Helikopter-Dad«, wird er zitiert.<sup>15</sup> Damit wird Vaterschaft als einer von mehreren Aspekten der »neuen« Männlichkeit(en) propagiert.

Schon 2015 war mit Mark Wahlberg, der einen seiner Söhne im Schulkindalter auf den Schultern trägt, ein Mann als Vater auf dem Cover der deutschen »GQ«

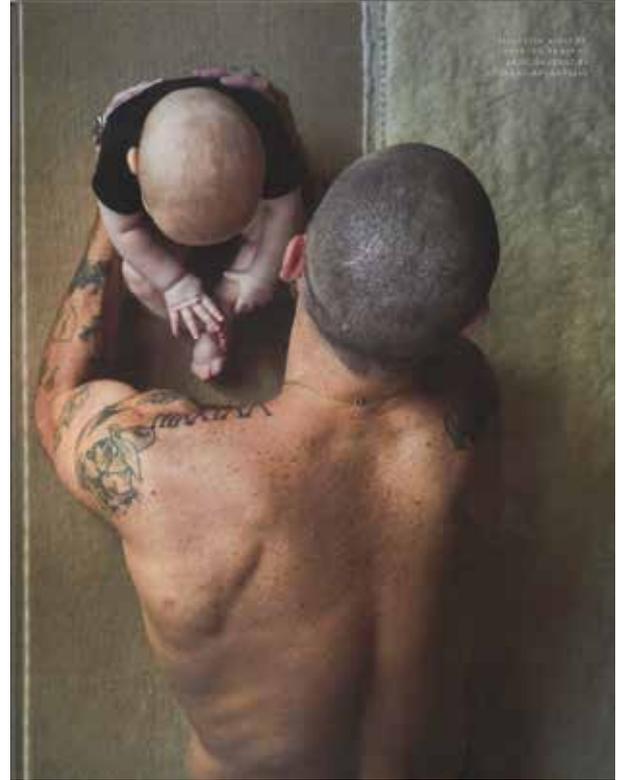
abgebildet. Im Heft wurde er neben anderen Männern und ihren Kindern in einem »Väter Special« vorgestellt, jedoch ohne, dass damit Modevorschläge verbunden wurden. Wahlberg trägt schlicht Jeans und T-Shirt und auch die Kleidung der anderen Väter lässt sich als casual beschreiben. Die Männer werden in diesen Beiträgen als Väter vorgestellt, die sich an der Kinderbetreuung beteiligen. Damit erscheinen sie als aktive oder engagierte Väter, wie sie im öffentlichen Diskurs bezeichnet werden und »in den letzten Jahrzehnten in den Fokus der familienwissenschaftlichen Forschung gerückt«<sup>16</sup> sind.

O'Shea hingegen repräsentiert nicht nur den engagierten Vater, sondern auch den modebewussten Mann der Gegenwart. Im Dezember 2018 zierte er zusammen mit seinem nur wenige Monate alten Sohn das Cover der spanischen »GQ«, während er im Heft in einer Modestrecke sowie einem Text über ihn und seine Einstellung zur Vaterrolle vorgestellt wurde. Das Titelmotiv zeigt ihn bekleidet mit einem weißen Feinripp-Unterhemd unter einem voluminösen, offen getragenen Sakko aus graukariertem Wollstoff. Das Unterhemd wird hier zum Oberhemd, ein Charakteristikum seines Looks, den er selbst als »Wall Street Fashion Gangster« beschreibt.<sup>17</sup> Der Artikel zeichnet ihn als »ehemaligen Bergmann, der die Modewelt erobert hat« (»un exminero que se ha hecho con el mundo de la moda«<sup>18</sup>) und greift damit gegensätzlich dargestellte Momente seiner Biografie auf – eine Spannung, die auch in den Modefotografien inszeniert wird. Das Hemd erscheint vor diesem Hintergrund wie eine Referenz an die von harter, körperlicher Arbeit geprägte Männlichkeit eines Bergarbeiters, wohingegen andere Elemente seiner Outfits, wie die klassischen Anzughosen, mit seiner Karriere im Modebusiness assoziiert werden können. Inwiefern hat jedoch auch die im Text thematisierte neue Rolle O'Sheas als Vater Einfluss auf seine modische Ausstattung? Auf dem Covermotiv hält er sein Kind lässig im Arm, wobei das Tattoo auf seiner Hand deutlich sichtbar wird und in starkem Kontrast zu den weichen Pausbacken des Babys erscheint. Die andere Hand steckt in der Tasche seiner Anzughose und O'Sheas Blick geht direkt in die Kamera. Die Pose betont vor allem die Coolness des Mannes. Allein in der Hand, die den Kleinen festhält, bündelt sich der Ausdruck einer väterlichen Schutzgeste. Sinnfälligerweise zierte neben einer tätowierten Rose auch der Schriftzug »Mother« seine Hand. Die Modestrecke



**Abb. 3:** Justin O'Shea presenta a Walter, »GQ España« 12/2018, mit einer Fotografie von Adrià Cañameras.

im Heft wurde von Adrià Cañameras fotografiert und stellt den Look des ehemaligen *Brioni*-Artdirectors an der Schnittstelle von Klassik und Vintage vor. Dabei werden Einzelaufnahmen O'Sheas mit weiteren Bildern von Vater und Sohn kombiniert. Einige Fotografien fokussieren weniger die Kleidung als vielmehr den nackten Körper des Mannes. O'Shea erscheint muskulös und gezeichnet durch Tätowierungen, womit auch eine gewisse männlich konnotierte Rohheit inszeniert wird. Auf der Bildebene wird zudem ein Kontrast zu der fragiler wirkenden Körperlichkeit des Sohnes hergestellt. Anders als auf dem Cover zeigen die Modefotografien im Heft eine Nähe zwischen Vater und Sohn und betonen so eine emotionale Seite O'Sheas. In einer Aufnahme hat der Vater seinen Sohn beispielsweise unter seine grobe Woll-Jacke genommen, die er gleichsam beschützend über ihn hält. Damit wird eine der Funktionen von Kleidung, nämlich die des Schutzes ganz konkret aufgegriffen und mit einer fürsorglichen Geste des Vaters seinem Sohn gegenüber kombiniert. Sanft schmiegt O'Shea seine Wange an den Kopf des Babys (Abb. 3). Die Geste erscheint jedoch symbolisch, deuten die im Bild präsenten äußere-



**Abb. 4:** Justin O'Shea presenta a Walter, »GQ España« 12/2018, mit einer Fotografie von Adrià Cañameras.

ren Umstände doch keinen Anlass zum Beschützen an. Viel eher lässt die Szene an das in der christlichen Ikonografie aufgegriffene Motiv des Mantelschutzes denken, wie es beispielsweise in der Darstellung der Schutzmantelmadonna und ihrer Fürsorge Eingang fand.

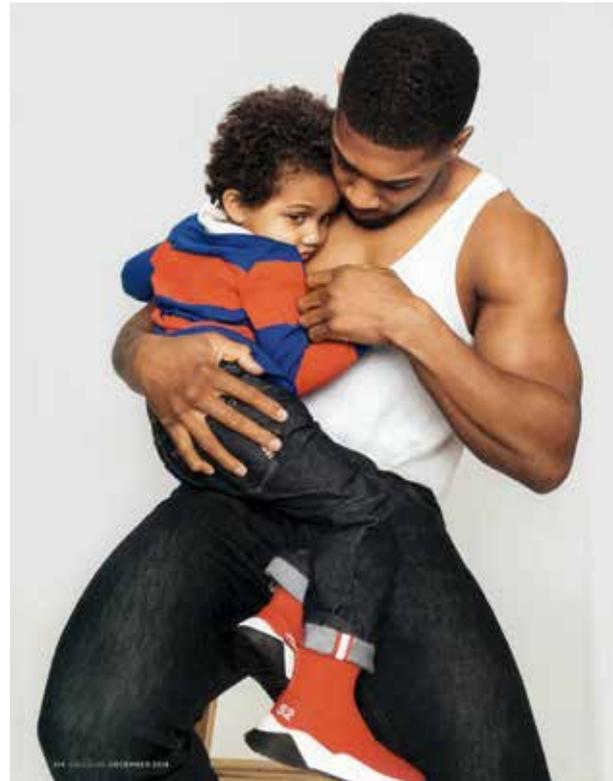
Eine andere Aufnahme zeigt O'Shea und seinen Sohn in der Draufsicht. O'Shea liegt auf dem Bauch und hält seinen Sohn mit aufgestützten Armen (Abb. 4). Wir sehen die Gesichter nicht, sondern nur die Köpfe von oben, die sich mit ihren nur Millimeter kurzen Haaren entsprechen. Zwei Drittel des Bildes werden von O'Sheas nacktem Rücken eingenommen. Der Rest seines Körpers ist durch den unteren Bildrand abgeschnitten, womit die Gestaltung der im Modetext erwähnten Hose der Imagination der Betrachter:innen überlassen wird. Neben der Interaktion zwischen Vater und Sohn steht hier zudem die Körperlichkeit O'Sheas im Zentrum, der damit nicht zuletzt auch als sexuell attraktiver Mann inszeniert wird. Hier wird also ebenfalls keine Kleidung vorgestellt, die in Verbindung mit einer aktiven Vaterrolle steht, sondern vielmehr an Darstellungsmodi nackter männlicher Körper ange-

knüpft, wie sie mit Bildern von Herb Ritts und Bruce Weber vor allem in den 1980er-Jahren Einzug in die Modefotografie hielten.<sup>19</sup> Die auf der Textebene beschriebene Bedeutung der neuen Vaterrolle wird in der Fotografie gleichsam um den Aspekt körperlicher Attraktion ergänzt: O'Shea wird nicht nur als liebevoller Vater, der für sein Kind da ist, vorgestellt, sondern als gleichzeitig sexy inszeniert.

Die Modefotografien der Strecke zeigen dabei keine spontanen Momente zwischen Vater und Sohn und verbergen ihre Inszenierung nicht. Vielmehr übersetzen sie eine Einstellung zu Vaterschaft, wie im Bild der beiden unter dem Mantel, in symbolische Bilder. Auch die Kombination ihrer Köpfe in der Draufsicht erscheint in der Thematisierung der Ähnlichkeit mehr wie ein Sinnbild ihrer Verbundenheit.

Der begleitende Text rahmt die Modebilder mit der Darstellung O'Sheas als einem Mann, der in einer australischen Minenstadt aufgewachsenen ist und sich dann erfolgreich im Modebusiness etabliert hat. Damit werden zentrale Aspekte eines traditionellen männlichen Ideals wie körperliche Stärke und berufliche Karriere gebündelt, die in der Kleidung durch Feinrippunterhemd auf muskulösem Körper und Anzug versinnbildlicht scheinen. Erweitert wird diese Erzählung nun durch die Thematisierung von Vaterschaft und der Bedeutung einer aktiven Rolle als solcher. Sowohl im Text als auch auf der Bildebene sind Aspekte eines traditionellen Männerbildes präsent und werden mit dem Leitbild engagierter Vaterschaft (als Teil einer ›neuen Männlichkeit‹) zusammengeführt oder vielmehr um dieses ergänzt, ohne dass dies jedoch Auswirkungen auf die modische Kleidung hat. Vielmehr wird der Look schon auf das Kind übertragen, wenn dem Sohn über den weißen Body eine – dem Nadelstreifenanzug des Vaters entsprechende – kleine Anzujacke übergezogen wird.

Das Bild des engagierten Vaters ist dabei so neu nicht. Diskussionen über die Rolle des Mannes als Familienvater begleiten die Geschichte des Mannes ebenso wie die zentrale Bedeutung der Arbeit für die Konstitution von Männlichkeit und hatten immer wieder Phasen der Konjunktur.<sup>20</sup> Kontrapunkt der Debatten um eine engagierte oder aktive Vaterrolle bildet das tradierte Leitbild des Vaters als Ernährer der Familie, dessen Männlichkeit wesentlich mit Erwerbsarbeit verknüpft ist. Die Familienarbeit kommt in diesem Modell entsprechend der Frau zu. Mit Zunahme der



**Abb. 5:** »British GQ« 12/2018, mit einer Fotografie von Gavin Bond. (Dieses Motiv wurde auf dem Titel der »Special subscribers' edition« verwendet.)

Partizipation der Frauen an Bildung und Beruf wurde dieses dichotome Rollenverständnis infrage gestellt. »In den 60er Jahren«, so Waltraut Walbinger, »wurde die Rolle des Mannes als Vater und Ehepartner [...] in bislang beispielloser Weise in den Mittelpunkt politischer und wissenschaftlicher Diskussionen gestellt.«<sup>21</sup> Grund dafür war auch die hohe Zunahme von Scheidungen in der Bundesrepublik und die damit verbundene Befürchtung, die Abwesenheit des Vaters könne negative Folgen für die Familien haben.<sup>22</sup> In Folge war in den 1970er- und 1980er-Jahren in den bundesdeutschen Massenmedien die Rede vom ›neuen Vater‹. In Großbritannien war die Bezeichnung *New men* üblich, um einen in den Medien präsenten Typ Mann zu beschreiben, der entgegen traditioneller männlicher Rollenklischees agierte und nicht nur Hausarbeit übernahm, sondern auch die Windeln wechselte. Sozialwissenschaftliche Forschungen haben jedoch gezeigt, dass eine Einschränkung der beruflichen Karriere für die Vaterschaft eher die Ausnahme darstellte. Darum wurde der ›neue Vater‹ bisweilen als ein Konstrukt der Medien wahrgenommen.<sup>23</sup>



Abb. 6: Smoking Baby!, »GQ Germany« 12/2013 mit Fotografien von Jem Mitchell.

In seiner Analyse der Männermode der 1980er-Jahre kommt Neil Spencer, der 1986 Gründungsherausgeber der britischen Männerzeitschrift »Arena« war, auch auf den »new men«, den »male feminist« zu sprechen und stellt heraus, dass dieser sich als »deeply creepy and unappealing to both genders« erwies, vor allem auch wegen seiner »unsexy« Kleidung.<sup>24</sup> Die Beschreibung macht deutlich, warum der engagierte Vater sich in den 1980er-Jahren noch nicht als Leitbild eines Männer-Lifestyle-Magazins zu eignen schien.

Ganz anders zeigt sich das Bild nun Ende der 2010er-Jahre. Wird doch die Attraktivität O'Sheas oder auch des oben erwähnten Boxers Anthony Joshua in der Darstellung als zugewandter Vater und modischer Mann noch gesteigert. Beide Beiträge kombinieren diese Aspekte in der Inszenierung der Männermode auf Ebene der Modebilder, wie in den rahmenden Texten Väterlichkeit mit männlicher Stärke. So wird Joshua als »Fighter, father, man and boy« vorgestellt.<sup>25</sup>

In Verdoppelung Joshuas sitzt der dreijährige Sohn auf dem Motorrad vor seinem Vater. Auf sei-

nem T-Shirt steht »BOSS, Hugo Boss«. Die Strecke im Heft stellt vor allem sportliche Mode von Labels wie *Gucci*, *Paul Smith* und eben *Hugo Boss* vor und thematisiert dabei väterliches Engagement in konkreten Situationen, im Spiel oder beim gemeinsamen Essen. Anders als die artifizialen Inszenierungen der O'Sheas, sind Joshua und sein Sohn in spontan wirkenden Szenen mit Reportage-Charakter dargestellt, fotografiert von Gavin Bond. Während das Cover der Jubiläumsausgabe in der Darstellung der beiden auf dem Motorrad sich noch auf stereotype Zuschreibungen bezieht, zeigt der Titel der »Special Subscribers' Edition« (Abb. 5) eine andere Facette: die des fürsorglichen, emotional zugewandten Vaters. Hier sitzt der Junge auf dem Schoß des Vaters, den Kopf an dessen starke Schulter gelehnt und festgehalten von seinem Arm. Es ist eine Zugewandtheit, die in ihrer angeschmiegtten Haltung auch an den ikonografischen Typus der *Eleusa* erinnert, eine Darstellungsweise der Gottesmutter mit dem Christuskind, die sich besonders durch die körperliche Nähe und Zuwendung



Abb. 7: Who's the daddy?, »British GQ« 12/2018 mit Fotografien von Alexi Lubomirski.

Marias dem Kind gegenüber auszeichnet. Der muskulöse Oberarm, der im ärmellosen Shirt deutlich hervortritt, durchbricht dies jedoch; oder mehr noch wird er dem mütterlichen Aspekt der Darstellung dezidiert entgegengesetzt.

Wie deutlich geworden ist, sind die besprochenen Modestrecken mit Männern in ihrer Rolle als Vater auch im Kontext aktueller Debatten um eine neue, zeitgemäße Männlichkeit zu verorten. Zusätzlich werden auf der Textebene anhand konkreter Biografien Überlegungen zu einer »modernen Vaterschaft« formuliert. Dabei zeigen sich in der vorgestellten Männermode selbst keine expliziten Bezüge zur Rolle als Vater. Vielmehr sind die Männer Vorbild für die modische Ausstattung der Kinder. Dieser Umstand unterstreicht, dass sich die Modestrecken keineswegs ganz von tradierten Männerbildern lösen. Vielmehr verbinden sich in den Inszenierungen Aspekte »alter« und »neuer« Bilder von Männlichkeit miteinander. Wurden in diesen Modestrecken Männer mit ihren eigenen Kindern in Szene gesetzt, so greifen auch Inszenierungen, die

nicht mit Männerporträts verbunden sind, das Thema Männlichkeit und Vaterschaft auf. Zwei solcher Strecken stehen im Zentrum des folgenden Absatzes.

### »Who's the daddy?«

Auf sechs Doppelseiten in Schwarzweiß posieren verschiedene junge Männer in eleganter Abendkleidung – verschiedenen Smoking-Anzügen – mit jeweils einem oder auch zwei Babys in Windeln (Abb. 6). Es handelt sich um eine Modestrecke, die 2013 in der deutschen »GQ« unter dem Titel »Smoking Baby!« erschien und von Jem Mitchell fotografiert wurde. Die Inszenierung sei, so heißt es in einer Anmerkung, eine Hommage an die *Pet Shop Boys* und ihr Video zu dem Song *It's alright* von 1989.<sup>26</sup> Der in Schwarzweiß gehaltene Clip zeigt das Elektropop-Duo in schwarzen Lederjacken und Jeans mit mehreren, nur mit Windeln bekleideten Babys. Der Liedtext beklagt die aktuelle Lage in der Welt (»Dictation being forced in Afghanistan, Revolution in South Africa taking a stand, People in Eurasia

on the brink of oppression«) und formuliert im Refrain die Hoffnung auf eine friedliche Zukunft («I hope it's gonna be alright»).<sup>27</sup> Die Babys im Video-Clip scheinen für eben diese Hoffnung zu stehen.

In der Modestrecke hingegen verbindet sich mit ihnen sowohl die Vergangenheit als auch die Gegenwart. »Aus Jungen werden Männer«<sup>28</sup>, heißt es im Modetext. Die Babys sind das, was die jungen Männer in den Smokings nicht mehr sind: abhängig, gleichsam nackt. Vielmehr sind die Männer den Kinderschuhen entwachsen und können selbst Verantwortung (für einen Säugling) übernehmen. Diese Bedeutungsebenen werden jedoch vor allem über den Modetext hervorgerufen. Die zum Teil noch sehr jugendlich wirkenden männlichen Models haben die Babys im Arm, auf dem Schoß oder in einer Babytrage. Bis auf eine Ausnahme blicken die Models mit zumeist ernstem Blick in die Kamera. Eine Interaktion mit den Babys findet jedoch kaum statt. Nur einer hält ein Baby hoch und schaut es mit breitem Lächeln an. Die jungen Männer werden nicht als fürsorgliche Bezugspersonen gezeigt, vielmehr partizipiert die Inszenierung allenfalls oberflächlich an dem Diskurs um aktive Väter. Im Modebild erscheinen die Babys mehr als Kontrast zu der modischen Abendgarderobe.

Ganz konkret hingegen thematisiert die 2018 ebenfalls in der eingangs erwähnten Jubiläumsausgabe der britischen »GQ« gezeigte Strecke »Who's the daddy?« väterliches Engagement.<sup>29</sup> Alexi Lubomirski fotografierte das Model Sean O'Pry in Business-Anzügen zusammen mit zwei Kindermodels in den Straßen von New York City (Abb. 7). Das kleinere Mädchen trägt dieser dabei auf dem Arm oder in einer Babytrage. Der Junge im Schulalter läuft an seiner Hand oder sie sitzen gemeinsam auf einer steinernen Bank. Thema ist die Vereinbarkeit von Arbeit und Familie, wobei die Mimik des Models keinen Zweifel daran lässt, dass es sich hier um eine Übersetzung in einen Fashion-Shoot handelt und nicht um einen wirklichen Businessman, der seine Kinder gerade zur Betreuung bringt oder abholt. So geht der Blick des Models scheinbar versunken in die Ferne, während er das kleine Mädchen auf dem Arm hat, welches mit seiner Krawatte spielt (Abb. 8). Lässig lehnt er gegen ein Taxi und seine andere Hand steckt ebenso locker in der Hosentasche. Sein Ausdruck ist wenig gefühlbetont. Der modische Mann und engagierte Vater wird als erfolgreicher Geschäftsmann dargestellt, dessen

Männlichkeit sich in dieser Verbindung gleichsam zu potenzieren scheint. Der begleitende Text verweist auf überkommene Rollenbilder: »We believe the children are our future, but it's back to the Eighties, when it comes to our tailoring [...]. And let's be clear, it's only the tailoring – the normative gender roles are deader than Patrick Bateman. So spread your shoulders and strap your braces, because next bring-the-kids-to-work-day is also bring-the-pinstripes day. Capeesh?«<sup>30</sup> Jedoch wird die Aussage über den Wandel der Mutter- und Vaterrolle relativiert, indem die Szenen der Modebilder als »bring-the-kids-to-work-day« benannt und damit nicht als etwas Alltägliches, sondern als etwas Besonderes markiert werden.

»Who's the daddy?« – Diese zumeist rhetorisch verwendete Frage unterstreicht weniger die Gleichstellung der Geschlechter als die männliche Dominanz und zielt darauf zu betonen, wer bei weitem der Beste oder Coolste ist. Diese Hervorhebung hegemonialer Männlichkeit, in der zuletzt zitierten Bildstrecke über die Betonung beruflichen Erfolgs symbolisiert durch die exklusiven Geschäftsanzüge, erscheint wie ein Gegengewicht zur fürsorglichen Väterlichkeit, wie sie über die Kinder thematisiert wird. Die Modefotografie zeigt hier als Teil und Resonanzraum des Diskurses um die neue Väterlichkeit, dass die Spannung zwischen traditionell männlich und weiblich konnotierten Domänen indirekt präsent bleibt. Kinder werden dabei nicht zum Maßstab der Gleichstellung zwischen den Geschlechtern, sie erscheinen vielmehr als Attribute einer neuen alten Männlichkeit.



Abb.8: Who's the daddy?, »British GQ« 12/2018 mit Fotografien von Alexi Lubomirski.

## Zusammenfassung

2018 zeigt die britische »GQ« erstmals einen Mann mit seinem Kind auf dem Titelbild. Publikumswirksam wurde damit ebenfalls das Thema Väterlichkeit aufgegriffen, das sich als einer der zentralen Aspekte in der Diskussion um eine zeitgemäße Männlichkeit zeigt. Diese versteht sich dabei auch als Gegenentwurf zu einer vielfach in die Kritik geratenen patriarchalen Männlichkeit. Engagierte Väter erscheinen heute, anders als in den 1980er-Jahren, wo sie als *new men* oder neue Väter mediale Präsenz erlangten, auch im Kontext von Männer-Lifestyle-Magazinen attraktiv und werden in der Modefotografie zum Thema. Der Beitrag analysiert exemplarische Modestrecken aus der »GQ« der 2010er-Jahre. Dabei wird deutlich, dass die modefotografischen Inszenierungen den Diskurs in ihrer eigenen Weise aufgreifen und keineswegs tradierte Bilder von männlicher Stärke und beruflichem Erfolg über Bord werfen. Vielmehr scheinen klassische Konzepte eine Erweiterung zu erfahren, in der Väterlichkeit geradezu als sexy inszeniert wird.

## Summary

In 2018 »British GQ« for the first time showed a man with his child on the cover. New fatherhood, which is one of the central aspects in the discussion about modern masculinity, was thus taken up with public appeal. New masculinity also is an alternative to a patriarchal masculinity that has often been criticized. In contrast to the 1980s, when *new men* or *new fathers* gained media presence, the actively involved father now also appears attractive in the context of men's lifestyle magazines and has become an issue in fashion photography. The article analyzes exemplary fashion series from the magazine »GQ« of the 2010s. It becomes clear that fashion photography takes up the discourse in its own respect and by no means exclude traditional images of male strength and professional success. Rather, classic concepts of fashionable masculinity seem to be expanded and fatherhood becomes somewhat sexy.

## Anmerkungen

- 1 Rarely has there been a more confusing time to be a man, in: British GQ (31.10.2018), [www.gq-magazine.co.uk/article/gq-state-of-man](http://www.gq-magazine.co.uk/article/gq-state-of-man), 14.9.2021.
- 2 Rarely has there been a more confusing time to be a man (wie Anm. 1)
- 3 Hervorgegangen aus der Fachzeitschrift für Männermode »Apparel Arts«, avancierte das Magazin seit 1958 als »Gentlemen's Quarterly« zu einer internationalen Publikumszeitschrift für Männer, herausgegeben in New York. Seit 1988 existiert auch eine eigene britische Ausgabe. Die deutsche Ausgabe erscheint seit 1997 und ist aus der deutschen »Männer Vogue« hervorgegangen.
- 4 Sind Frauen auf dem Cover der »GQ« zu sehen, so ist die Darstellung meist auf deren Körperlichkeit fokussiert und sexuell aufgeladen. Beispiele wie das Oktober-Heft der »British GQ« 2019 mit der Klima-Aktivistin Greta Thunberg im schwarzen Anzug oder die Juli/August-Ausgabe 2020 mit Billie Eilish in hochgeschlossener grün-kariierter Jacke und grüner Brille deuten auch im Bereich der Frauendarstellung eine größere Bandbreite an.
- 5 GQ [Amerikanische Ausgabe], The New Masculinity Issue, 11 (2019). Weitere Beispiele für »GQ«-Titelbilder, die eine Verflüssigung von Geschlechtergrenzen thematisieren, sind unter anderem: die britischen Ausgaben von »GQ Style« Frühjahr/Sommer 2019 (mit Schauspieler Cody Fern) und »GQ Style« Sommer 2021 (mit dem Rapper Mykki Blanco); »GQ France« vom Januar 2021 (mit dem Rapper Ichon); »GQ España« vom Juni 2021 (mit Schauspieler Finn Wolfhard); »GQ November« 2021 (mit dem Rapper Lil Nas X in einer Doppelporträt-Montage) oder »GQ India« vom November 2021 (mit dem Schauspieler Ayushmann Khurrana).
- 6 SÖLL, Änne: Metro-sexuell? Stadtraum und männliche Körper in der Männermodefotografie um 2000, in: LEHNERT, Gertrud (Hg.): Räume der Mode, München 2012, S. 155–168, hier S. 155.
- 7 Zur Ikonotextualität der Modestrecke oder wie Dagmar Venohr vorschlägt zum »IkonoModeText« vgl. VENOHR, Dagmar: medium macht mode, Zur Ikonotextualität der Modezeitschrift, Bielefeld 2010.
- 8 JUNKERSDORF, Tom: GQ #NEWMASCULINITY (Editorial), in: GQ Germany 9 (2019), S. 29.
- 9 Vgl. SCHRÖDER, Gerald/SÖLL, Änne: Die Krise(n) der Männlichkeit: Eine Einleitung, in: SCHRÖDER, Gerald/

- SÖLL Änne (Hg.): Der Mann in der Krise? Visualisierungen von Männlichkeit im 20. und 21. Jahrhundert, Köln 2015, S. 718.
- 10 JUNKERSDORF, #NEWMASCULINITY (wie Anm. 8), S. 29.
- 11 JUNKERSDORF, #NEWMASCULINITY (wie Anm. 8), S. 29.
- 12 JUNKERSDORF, #NEWMASCULINITY (wie Anm. 8), S. 29.
- 13 Vgl. CONNELL, Robert W.: Der gemachte Mann. Konstruktion und Krise von Männlichkeiten, Opladen 1999.
- 14 Vgl. PATZIG, Johannes: Video-Reihe »Real Men«, »Männlich sein? Menschlich sein ist wichtiger« (13.8.2019), <https://www.gq-magazin.de/lifestyle/artikel/real-men>, 10.12.2021.
- 15 O'SHEA, Justin: »Mein Leben bestand aus Arbeiten und Party machen. Jetzt bin ich ein Helikopter-Dad«, (4.8.2019), <https://www.gq-magazin.de/lifestyle/artikel/justin-oshea-new-masculinity>, 14.9.2021.
- 16 ZERLE-ELSÄSSER, Claudia/LI, Xuan: »Väter im Familienalltag – Determinanten einer aktiven Vaterschaft«, in: Zeitschrift für Familienforschung 29 (2017), S. 11–31, hier S. 12.
- 17 Vgl. WELCH, Will: »Justin O'Shea, Women's Buyer and »Wall Street Fashion Gangster«: Why I Go To the Fashion Shows«, (23.1.2015), <https://www.gq.com/story/justin-oshea-womens-buyer-and-wall-street-fashion-gangster-why-i-go-to-the-fashion-shows>, 10.12.2021.
- 18 GIRELA, F. Javier: Justin y Walter O'Shea, in: GQ España 12 (2018), S. 118–127, hier S. 120.
- 19 Vgl. TRIGGS, Teal: Framing Masculinity, Herb Ritts, Bruce Weber and the body perfect, in: ASH, Juliet/WILSON, Elizabeth (Hg.): Chic Thrills. A Fashion Reader, London 1992, S. 25–29.
- 20 Einen gerafften Überblick zur Entwicklung der Väterforschung gibt: WALTER, Heinz: Väterforschung, in: DJI-Bulletin 83/84 (3/4) (2008), S. 69. Beispielhaft für die öffentliche Debatte sei das Familienmagazin »wir« der Süddeutschen Zeitung genannt, das sich im Dezember 2008 dem Schwerpunktthema »Väter« widmete.
- 21 WALBINER, Waltraut: Vom Patriarchat und anderen Mythen: Historischer Wandel in der Rolle des Vaters, in: Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (Hg.): Facetten der Vaterschaft. Perspektiven einer innovativen Väterpolitik, Berlin 2006, S. 5–15, hier S. 10.
- 22 Vgl. WALBINER, Vom Patriarchat (wie Anm. 21), S. 10.
- 23 Vgl. u. a. HOFF, Andreas: Die »neuen Männer«: wie sie vom Medienereignis zur Realität werden können, in: Freibeuter, Nr. 29 (1986), S. 73–79; STEIN-HILBERS, Marlene: »Die sogenannten »Neuen Väter«: Veränderungen und Überhöhungen eines Eltern-Kind-Verhältnisses«, in: Widersprüche 40 (1991), S. 43–52.
- 24 Spencer spricht von der »unsexy »woollyback« wardrobe« des new man. Mit dem Ausdruck »woollyback« nutzt er einen Begriff, der in Liverpool verwendet wird, um Menschen zu bezeichnen, die von außerhalb Liverpool kommen. Eine Konkretisierung des Kleidungsstils und dessen, was daran nicht sexy ist, nimmt Spencer jedoch nicht vor.
- 25 British GQ (30 Years anniversary special) 12 (2018).
- 26 Musikvideo zu *It's Alright* (1989) von den *Pet Shop Boys*, Regie: Eric Watson, 4:18 Minuten.
- 27 Zitiert nach: <https://www.petshopboys.co.uk/lyrics/its-alright>, 10.12.2021.
- 28 Smoking Baby!, GQ Germany 12 (2013), S. 178–189, hier S. 179.
- 29 »Who's the daddy?«, in: British GQ 12 (2018). Die Strecke erschien ebenfalls im Dezember 2018 in der GQ Russia.
- 30 »Who's the daddy?« (wie Anm. 27), S. 262.

### Bildnachweis

- Abb. 1, 5: British GQ 12/2018, Foto: Gavin Bond  
 Abb. 2–4: GQ España 12/2018, Foto: Adrià Cañameras  
 Abb. 6: GQ Germany 12/2013, Fotos: Jem Mitchell  
 Abb. 7, 8: British GQ 12/2018, Fotos: Alexi Lubomirski